

ماهنامه
جاری و بستنی بندی

Print & Packing monthly magazine
شماره ۲۰ قیمت ۲۰۰ تومان سال دوم ۱۳۷۸

RICOH
ایران ریکو



پریپورت،

چاپخانه دیجیتالی نه تنها کوچک و کاملاً حرفه‌ای بلکه تمام رنگی

Priort
670000

HADDAD

ماشینهای بسته بندی هداد

Producer of :

- Full automatic thermoformer for packaging various food , non-food & phrmaceutical with befitted fillers.
 - Automatic packaging machines for ready made trays.
 - Blister packaging machines for packaging various pharmaceutical capsules and tablets.
 - Food automatic packaging machines for individual packs such as jam, honey, and butter.
 - Semi automatic vacuum machines with or without chamber for packaging various food materials.
 - Vacuum forming and vacuum skin pack M/Cs for packaging various non-food materials such as spare parts.
 - Shrink units for packaging different food and non-food materials.
- Traye manufacturing machines.

تولیدات :

- ماشین بسته بندی اتوماتیک ترموفورمر ، برای بسته بندی انواع مواد غذایی و غیر غذایی ، پزشکی و دارویی همراه پرکن های مربوطه .
- ماشین بسته بندی اتوماتیک در ظروف آماده .
- ماشین پلیستر برای بسته بندی انواع قرص ها و کپسولهای دارویی .
- ماشین اتوماتیک برای بسته های تکفزه مانند مربا ، عسل ، کره .
- ماشین و کیوم نیمه اتوماتیک مخزن دار و بدون مخزن جهت بسته بندی انواع مواد غذایی .
- ماشین و کیوم فرمینگ و وکیوم اسکین برای بسته بندی انواع محصولات غیر غذایی مانند : لوازم یدکی و غیره .
- ماشین بسته بندی شرینگ پک برای بسته بندی انواع محصولات غذایی و غیر غذایی ، و غیره .
- ماشینهای ظرف ساز .

The collage features the following machines and products:

- Thermoformer M/C High Product**: A long industrial machine for high-volume thermoforming.
- Vacuum Packaging Double Chamber**: A machine with two chambers for vacuum packaging, shown with various food items.
- Tray Sealer Machine**: A machine for sealing trays, shown with a tray of food.
- Thermoformer M/C Low Product**: A machine for low-volume thermoforming.
- Vacuum Packaging Single Chamber**: A machine with one chamber for vacuum packaging, shown with various food items.
- Tray Dinester**: A machine for processing trays, shown with a tray of food.
- Mini Pack**: A small machine for packaging individual units, shown with a tray of food.
- Thermoformer M/C Semi Automatic**: A semi-automatic thermoforming machine.
- Shrink Wrapping Machine**: A machine for shrink wrapping, shown with a wrapped item.
- Skin & Forming Machine**: A machine for skin forming, shown with a wrapped item.
- Blister Packaging Machine**: A machine for blister packaging, shown with blister packs.

Sale`s Office :
 Tel : 0098 21 8233128
 Fax : 0098 21 8208610

Factory : No.49 Nilly St. Sazemane Ab St.
 Damavand Road, Tehran - IRAN
 Tel/Fax : 0098 21 7349412

دفتر فروش :
 تلفن : ۸۲۳۳۱۲۸
 دورنگار : ۸۲۰۸۶۱۰

کارخانه : تهران - ابتدای جاده دماوند ، خیابان سازمان آب ، ۱۵ متری نیلی ، شماره ۴۹
 تلفن / دورنگار : ۷۳۴۹۴۱۲

کتاب‌های پستی
Print & Pack magazine



روی جلد: پرینورت ۶۰۰۰ یک چاپخانه تمام‌رنگی دیجیتال کوچک و کاملاً حرفه‌ای با قابلیت اتصال به کامپیوتر یا توانایی چاپ روی پاکت و مقوا
نماینده انحصاری: ایران تارا • تلفن: ۸۷۵۶۱۰۷

از سالها پیش سال ۲۰۰۰ به یک میانه، محور و نقطه شاخص در تاریخ تبدیل شده‌است. میدانی برای شروع یک تحول بزرگ در تاریخ بشر و محوری که همه حواس، بحثها و وقایع را تحت تاثیر خود به کار انداخته‌است. نقطه شاخصی که همه موظف شدند آن را ترازوی سنجش قرار داده و در هر گامی که بسوی آن بر می‌دارند خود را نسبت به آن ارزیابی کنند. به یقین نیز پس از آن، سال دوهزار به عنوان یک شاخص زمانی باقی خواهد ماند. البته فقط به عنوان یک شاخص زمان.

تاریخ همیشه بهترین معلم بشر بوده است تا او بتواند با تجربه تاریخ، آینده را حدس بزند. با نگاهی به آنچه که پیش از این درباره سال دو هزار میلادی گفته، نوشته و یا به تصویر کشیده می‌شد می‌توان پی برد که به راستی آیا سال دوهزار یک سال سحرآمیز است؟

به جرأت می‌توان گفت فیلمها، قصه‌ها و ترانه‌هایی که برای سال دو هزار میلادی ساخته شد همه و همه اوام و خیالاتی بیش نبود. هیچیک از آن شهرهای خیالی، اتومبیل‌ها، هواپیماها و آدمها صورت واقعیت به خود نگرفت. شاید جهان بی هدف، سال دوهزار را بعنوان هدف خود قرار داده تا خود را از مشکلات روز افزون اجتماعی و اقتصادی برهاند. غافل از آنکه سال دوهزار سالی است پس از سال هزار و نهصد و نودونه و پیش از سال دوهزار و یک. همچنان که سال هزار میلادی بود. به واقع سنه‌های سال هزار و نهصد میلادی با سنه‌های سالهای پیش و پس از آن هیچ تفاوتی نخواهد داشت. البته می‌توان حدس زد که که بسیاری از هنرمندان، سیاستمداران، شرکتها و مردم عادی هر کدام طرح و برنامه خاصی را برای ارائه در این سال آماده کرده‌اند که امیدواریم این همه نوآوری و جهش موجب برخورد و سردرگمی نشوند. در این میان از تمام رویدادهایی که در دهه‌های گذشته برای سال دوهزار پیش بینی می‌شد تنها چیزی که براستی مخصوص سال دو هزار میلادی است

و هیچ کس فکر چنین رویدادی را نمی‌کرد معضل تغییر زمان در کامپیوترها بوده است. جمع بندی تمام نظراتی که راجع به سال دو هزار تاکنون عنوان شده و آنچه که در حال حاضر پیش روی ماست نشان از آن دارد که سال دو هزار حداقل در همان سال اول نه تنها دروازه‌هایی به سوی جهشهای مثبت اجتماعی، اقتصادی و صنعتی نیست بلکه تضارب و تداخل جهشهای نمایشی و حتی واقعی است که به دلیل ذوق زدگی و محاسبات نسنجیده به نتایج ادعا شده نخواهد رسید. ظرفیت سال دوهزار بعنوان یک محدوده زمانی حتی برای هیجانانگیز روحی و روانی که از پیش پروراند شده نیز کافی نیست تا چه رسد به آن همه نوآوری صنعتی و تحولات اجتماعی که همه انتظار آن را دارند. البته می‌توان این قول را داد که سال دوهزار تماشگران بسیاری خواهد داشت. سال دوهزار سال تبلیغات است و بس. سالی است که همه خریداران در تردید به سر خواهند برد و فقط قدرت تبلیغات است که می‌تواند شما را وادارد تا برای کالایی پول بپردازید.

بحرانهای اقتصادی جهان طی چند سال اخیر ضربه‌های سنگینی بر ساختار خیالی سال دوهزار وارد کرد. نوسان شدید قیمت نفت و به ویژه بالا رفتن سریع بهای آن بسیاری از محاسبات را به هم ریخت. البته هنوز کسی دست خود را رونکرده که معلوم شود عمق تاثیر بحرانها و نوسانات چقدر است. با این حال مشکلات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بسیاری از

کشورها مانع بزرگی است که در این سال شاهد عملیات مالی و بازرگانی پر جنب و جوشی باشیم. سال دوهزار بیشتر به هیاوو و مغلطه خواهد گذشت. جهان در این سال بیش از هر چیز از چشم و گوش و عقل خود بهره خواهد برد و تاثیر آن در سال دوهزار و دو یعنی دو سال بعد صورت واقعیت به خود خواهد گرفت. سال دوهزار و دو سال ایده‌آل برای همه خواهد بود. سالی که بسیاری از طرحها به‌انجام خواهد رسید و امواج در هم و برهم سال دوهزار فروکش خواهد کرد. در این سال هیاوها نیز واقعی و تاثیر گذار خواهد بود. جهان بیش از پیش به هم وابسته شده و حتی انقلابی خیالی به نام سال دوهزار، نمی‌تواند موجب جهشهای بزرگ اقتصادی و صنعتی در منطقه خاص شود. چرا که زیاد شدن فاصله تکنولوژیک بین ساکنان کره خاکی برای همه ایجاد مشکلاتی خواهد کرد که ناتوانی در برقراری ارتباط مهمترین آن است. امروز که در آستانه هزاره سوم میلادی هستیم برخلاف دورنمایی که در دهه‌های گذشته ترسیم می‌شد هیچ جهش خاصی روی نداده‌است و تنها عدد دوهزار است که این سال و هزاره پس از آن را متمایز کرده‌است. اگر بنا باشد که آن تحولات رویایی به یکباره در سال دوهزار روی دهد بازار باید براتر چنین نوگرایی همه جانبه‌ای دستخوش نقل و انتقال هزاران میلیارد دلار سرمایه شود. یعنی هر چیزی در نوع خود بطور کلی دگرگون شده و به مدلهای مخصوص سال دو هزار تبدیل شود که چنین چیزی دور از واقعیت به‌نظر می‌رسد.

- ۱. اشاره (۲۰۰۰).....
- ۲. کنکاش پیرامون یک مسئله مهم در صادرات.....
- ۳. دو روایت از نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تبریز.....
- ۴. خبرهایی از دوره‌های 'طراحی تا چاپ'.....
- ۵. توضیح و درد دل.....
- ۶. رنگ در بسته‌بندی (بخش اول).....
- ۸. انعطاف‌پذیری هنوز هم به عنوان ابزار حاکم در بسته‌بندی‌های چندتایی مطرح است.....
- ۱۰. بسته‌بندی دپروز، امروز و فردا (بخش چهارم).....
- ۱۲. روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز (۶).....
- ۱۴. بررسی علمی مفهومی بسته‌بندی (قسمت دوم).....
- ۱۶. اسکار بسته‌بندی.....
- ۱۷. سبک و سبکتر.....
- ۱۸. HMR ابتکاری برای انجماد مواد غذایی.....
- ۲۰. کارایی بسته‌بندی.....
- ۲۲. خبرهایی از دنیای بسته‌بندی.....
- ۲۹. آشنایی با نشریات تخصصی بسته‌بندی (مجله (BM (Beverage Machines).....
- ۳۰. اخبار داخلی.....
- ۳۲. نمونه‌ای برای تمرین تبلیغات (بسته‌بندی سازگار با محیط زیست).....
- ۳۳. فهرست برخی رویدادهای مربوط به بسته‌بندی در سال ۲۰۰۰ میلادی.....

ماهنامه چاپ و بسته‌بندی

سال ۱۳۷۸ شماره ۲۰

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر
رضا نورانی

تهران، خیابان وصال شیرازی، خیابان ایتالیا، نبش

خیابان قدس، شماره ۱۲۸، طبقه دوم

صندوق پستی: ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵ تلفن: ۸۸۶۱۹۱۱

نمایندگی اصفهان: تلفکس: ۲۵۷۵۱۷ - ۰۳۱

دفتر فروش رشت: تلفکس: ۸۲۴۰۰۱۲ - ۰۱۳۱

روابط عمومی: امین زردوزی

مطلب چاپ‌شده لزوماً نقطه‌نظر این نشریه نمی‌باشد

نشریه در اصلاح مطالب وارده آزاد است.

کنکاش پیرامون یک مشکل اساسی در صادرات غیر نفتی

مصرف کننده، تولیدکننده واقعی را نمی‌شناسد، بلکه کالا را از طریق نامی که در لفاف بسته‌بندی حک شده و به عبارتی از طریق شناسنامه درج شده روی لفاف بسته‌بندی، می‌شناسد. حال اگر این شرکت به دلایلی محصول کشور دیگری را با محصولات ما جایگزین کرد، فروش ما در جهان افت می‌کند. چرا که این کالای تولیدی به اسم ما صادر نمی‌شود، بلکه به اسم شرکتی که کالای ما را خرید و بسته‌بندی می‌کند، صادر می‌شود. در واقع این سیستم فروش، تولید را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد.

ماخذ: نشریه گمرک



بسته‌بندی کشور این است که صادرکنندگان ما به فروش به صورت فله تمایل بیشتری نشان می‌دهند، چرا که هزینه بالای بسته‌بندی باعث از بین رفتن انگیزه برای این کار می‌شود.

با وجود این که تجهیزات برای چاپ و بسته‌بندی کالاها به قدر کافی در کشور ما وجود دارد، اما به علت ضعف اطلاعات از صنایع بسته‌بندی دولت نتوانسته است صادرکنندگان را در این زمینه یاری دهد.

دکتر قاسمی در زمینه حل این مشکل اظهار می‌دارد: با توجه به این که صنعت بسته‌بندی ما از امکان فاینانس صادراتی محروم است، برای حل این مشکل باید دولت از محل درآمدهای ارزی مبلنی برای تجهیز بخش بسته‌بندی با هدف صادرات در اختیار گیرد. به عبارتی، باید صنعت بسته‌بندی ما به عنوان اولویت صادراتی مطرح شود و سازمانی ارز حاصل را تأمین کند.

وی ضمن برشمردن تنگناهای صنایع بسته‌بندی، آنها را به چند بخش تقسیم می‌کند و می‌گوید: یک بخش از این تنگناها مربوط به ماشین‌آلات است.

صنعت بسته‌بندی در دنیا با سرعت بی سابقه‌ای در حال رشد است. کسانی که نمایشگاه «اینترپک» را در آلمان دیده‌اند می‌دانند که فن آوری جدید سرعت را در تولید وسایل بسته بندی تا میزان زیادی بالا برده است. ماشین آلات جدید قادرند ضمن بسته‌بندی‌های مناسب تحمل کالا را در برابر ضربات افزایش دهند و ضخامت وسایل بسته‌بندی را تا حدود زیادی کاهش دهند. اگر دولت با آگاهی کامل به بخش بسته‌بندی یارانه پرداخت کند، مسلماً در میان مدت نتایج مثبتی در زمینه صادرات به دست خواهد آورد.

نورائی مدیر مسئول چاپ بسته‌بندی در خصوص لزوم وجود اتحادیه معتقد است: در سازمان‌های دولتی محلی برای بسته‌بندی وجود ندارد. از طرفی صنف یا هیئت خاصی نیست که متولی اصلی امر بسته‌بندی باشد. تنها سازمانی که توجه بیشتری به این مقوله داشته، مرکز توسعه صادرات بوده است که به علت این که بسته‌بندی ویتترین کالا است، توجه خاصی به این موضوع نشان می‌دهد و با وجود این که تولید و عرضه بسیاری از کالا از جمله مواد غذایی در کشورمان بالاست، اما به دلیل نارسایی‌های ساختاری در روش‌های نگهداری، تبدیل و توزیع حدود ۳۵ درصد از محصولات کشاورزی ما ضایع می‌شود که با این مقدار محصول می‌توان غذای ۱۵ تا ۲۰ میلیون نفر را تأمین کرد. ■

ولی در کشورهای دیگر در بسته‌های کوچک هفتاد گرمی نیز توزیع می‌شود. به علت وجود برخی مشکلات در زمینه صنعت بسته‌بندی، تولیدات ما به صورت فله صادر می‌شود و همین امر باعث ناشناخته ماندن محصولات ما در دنیا می‌شود. برای مثال، ما به عنوان بزرگترین تولیدکننده رب گوجه فرنگی مجبوریم رب را به صورت اسپتیک و در بشکه‌های بزرگ صادر کنیم و شرکت‌های بزرگ خارجی بسته‌بندی این رب را به عهده می‌گیرند و آن را به نام خود صادر می‌کنند. این باعث می‌شود که ما در بلند مدت بازارهایمان را از دست بدهیم؛ چرا که رب صادراتی ما از داشتن شناسنامه محروم است.

دکتر قاسمی در مورد راه حل این مشکل می‌گوید: تنوع بسته‌بندی نیاز به سرمایه‌گذاری کلان و سود افزوده دارد و چون کشور ما از داشتن مواد اولیه و ماشین‌آلات پیشرفته بسته‌بندی محروم است، هزینه واردات آن بر تولید پیشی می‌گیرد و قیمت تمام شده را بسیار بالا می‌برد.

نورائی در این زمینه معتقد است: مصرف کننده، تولیدکننده واقعی را نمی‌شناسد، بلکه کالا را از طریق نامی که در لفاف بسته‌بندی حک شده و به عبارتی از طریق شناسنامه درج شده در لفاف بسته‌بندی، می‌شناسد. حال اگر این شرکت به دلایلی محصول کشور دیگری را با محصولات ما جایگزین کرد، فروش ما در جهان افت می‌کند. چرا که این کالای تولیدی به اسم ما صادر نمی‌شود، بلکه به اسم شرکتی که کالای ما را خرید و بسته‌بندی می‌کند، صادر می‌شود. در واقع این سیستم فروش، تولید را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. ما باید ارزش افزوده ایجاد کنیم.

مدیرکل امور صادرات صنعتی وزارت صنایع می‌افزاید: متأسفانه تولیدکننده صنایع بسته‌بندی نمی‌داند برای تأمین ارز حاصل، سراغ چه نهادهایی برود، چرا که صنایع بسته‌بندی از معدود صنایعی است که نمی‌تواند ارز حاصل از صادرات کالاها را تولیدی مرتبط را بگیرد. برای مثال، کسی که کارت‌ن بسته‌بندی صادراتی برای میوه و تره‌بار تولید می‌کند، نمی‌تواند ارز حاصل از صادرات میوه را بگیرد، ولی تولیدات دیگر از این مزیت برخوردار هستند.

از طرفی بعضی بازرگانان کار تخصصی انجام نمی‌دهند؛ یعنی در حجم بسیار زیادی معامله می‌کنند و سرمایه مملکت را به قیمت پایین می‌فروشند. بنابراین دولت باید بر فروش محصولات نظارت کند و با صدور مجوز از تجارت اشخاص ناوارد جلوگیری کند. دکتر قاسمی اضافه کرد: یکی دیگر از مشکلات

بسته‌بندی به معنی ظرف، محافظ یا سیستمی است که سلامت کالای مظروف خود را در فاصله تولید تا مصرف حفظ می‌کند و آن را از صدمه‌های گوناگون در امان می‌دارد، ضمن آنکه باید وسیله ارتباط تولید کننده و مصرف کننده باشد، یعنی بسته‌بندی سیستم مرکبی است که وظیفه حفاظتی و نقش اطلاع رسانی را به عهده دارد. مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران نیز بسته‌بندی را چنین تعریف می‌کند: «بسته‌بندی حفاظتی است که سلامت کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مصرف حفظ می‌کند».

امروز مصرف کننده از طریق بسته‌بندی بیشتر مورد تهاجم قرار می‌گیرد تا از طریق رسانه‌ها. زیرا اقلام مصرفی خود را از طریق بسته انتخاب و تأمین می‌کند که دارای انواع تبلیغات است.

رضا نورائی مدیر مسئول نشریه چاپ و بسته‌بندی معتقد است: بسته‌بندی از سه دیدگاه می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد: یکی بسته‌بندی برای حفاظت از کیفیت محصول، دیگری از دیدگاه بازاریابی و سوم، بسته‌بندی از منظر تنظیم الگوی مصرف است. به نظر می‌رسد دیدگاه سوم با توجه به شرایط اقتصادی کشور و لزوم تنظیم بودجه مواد غذایی باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد. به این صورت که کارخانه‌های بسته‌بندی آن در اندازه‌های مختلف می‌توانند الگوی مصرف خانواده را تا حدودی تعیین و روی آن اثر بگذرانند یا توجه به تغییر شیوه زندگی، روابط اجتماعی جوامع و محدود شدن خانواده‌ها، بسته‌بندی‌های کوچک که مقرون به صرفه هستند، لازم است و تأثیر مثبت اقتصادی آن در بلند مدت می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

دکتر قاسمی مدیرکل امور صادرات صنعتی وزارت بر لزوم بسته‌بندی‌های مناسب برای رونق صادرات می‌گوید: بسته‌بندی خوب باید دارای ویژگی‌های خاصی باشد. از جمله آرایه اطلاعات جابه‌جایی کالا که مصرف کننده نهایی بتواند کالا را به راحتی منتقل کند. ضمن این که کالای بسته‌بندی شده همانند تابلویی است برای معرفی کیفیت عرضه محصول. وی افزود: متأسفانه کشور ما در زمینه بسته‌بندی توجه کمتری داشته است. هنوز کیفیت لفاف بسته‌بندی ما متناسب با نیاز بازارهای جهان نیست ضمن این که بسته‌بندی ما از لحاظ وزنی تنوع ندارد و این باعث افت فروش محصول در بازار می‌شود. برای مثال، رب گوجه‌فرنگی را فقط در بسته‌های یک کیلویی و نیم کیلویی عرضه می‌کنیم،

نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تبریز

تبریز تبریز تبریز تبریز تبریز تبریز تبریز تبریز تبریز تبریز

● روایت اول ●

اولین روز نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی و نیز اولین جشنواره چاپ شمال غرب کشور هنگامی که دوربین و کاغذ و قلم بدست در میان باد آبان‌نژاد تبریز بسوی مراسم افتتاحیه می‌رویم، امید داریم و هنوز مطمئن نیستیم که باد آرزوهایمان را با خود برد، پس همچنان می‌دویم تا زمانی که فقط نمایشگاه کتاب به پایان می‌رسد؟! و لحظه‌ای بعد ما مثل همه نمایشگاه‌ها می‌رویم تا یک بار دیگر از شرارت معصومانه بریدن یک روبان به وسیله قیچی عکس بگیریم و بگوییم نمایشگاه افتتاح شد.

بی‌عدالتی است اگر بگوییم که ما بین فاصله شاید کمتر از ۲ ساعتی افتتاح و پایان کار نمایشگاه در روز اول - در سالی مجهز، مناسب و مستعد - کسی در نمایشگاه نبود، بلکه بودند کسانی که نمایشگاه برای آنها ناگهان رنگارنگی بود پر از زیبایی یا بودند چشمان متاسفی که غمگین از دیر رسیدن و پایان نمایشگاه کتاب با نظری و نگاهی از روی حسرت می‌نگریستند و ما در حسرت خشکیدن حلقوم از فرط دست کم سخن گفتن، ماندیم در روز اول. تا روز دوم که کسی نبود و آنها که بودند می‌گذشتند چو باد. آرزو قلبهای مشتاق در غرقه‌های سالن شه‌ریار منتظر چشمان مشتاق ماندند، اما مشتاق‌تر از باران کسی نبود و در روز دوم باران دوست خوبی نبود چرا که اندک را هم از ما گرفت.

طبق معمول از موجودی به نام برنامه ریزی در نمایشگاه خبری نبود و خوب، زمانی که برنامه ریزی نباشد بسادگی عوامل دیگر هم دست در دست این فقدان هم مزید بر علت می‌شوند و هم بهانه خوبی برای تفسیر نبود برنامه ریزی.

روز سوم بعد از باران، خورشید از میان ابرهای در حال حرکت گرمای رحمتی بر ما تاباند امید آمد که شکوفه بزند چون دیدیم انسان‌هایی از آن دست که در حسرت دیدارشان بودیم و اینان همان دوستان قدیمی بودند که همه جا با ما آمده‌اند.

تا در روز آخر که چشمان مسئول مقامات استان آذربایجان شرقی بر ما نگریستند تا شاید التیامی باشند جدی، حاکی از این که بگویید اهمیت دارید. و اختتامیه که با دوربین و کاغذ و قلم باز هم از میان یاد آبان‌نژاد تبریز رفتیم که اختتامیه‌ای داشته باشیم. رفتیم و نشستیم تا جشنواره چاپ پایان یابد، پایانی که در آن امید و هدایایی توسط استاندار، فرماندار، نماینده مجلس و مدیر کل ارشاد استان دست به دست بدرقه شد تا دستان کسانی که شایسته آن هدایا بودند، برسند و ما هم خداحافظی کردیم با جشنواره چاپ و حتی با نمایشگاه ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی که کسی نه بدان سلام کرد و نه کسی خداحافظی.

● روایت دوم ●

سومین نمایشگاه تخصصی بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی، دومین نمایشگاه صنایع حرارتی و برودتی و سومین نمایشگاه تخصصی ماشین‌آلات و قطعات صنعتی در تبریز دومین شهر

بزرگ ایران در کنار نخستین جشنواره چاپ شمال غرب کشور محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی ۴ تا ۱ آبان ۷۸ برگزار شد.

نمایشگاه بین‌المللی تبریز با وسعتی در حدود ۲۰۰ هکتار در ورودی شهر تبریز به سال ۱۳۷۳ آغاز به کار کرده است. و این در حالی است که از ۲۰۰ هکتار وسعت ۵۵ هکتار آن به صورت فضای مفید با احداث ۷ سالن که جمعاً ۱۵۰۰۰ متر مربع است در کنار ۱۰۰۰۰ متر مربع فضای باز نمایشگاهی و سایر تأسیسات قابل استفاده است.

شهرستان تبریز خود به عنوان مرکز استانی مستعد به نام آذربایجان شرقی بی‌گمان از مراکز مهم صنعتی و تجاری ایران به شما می‌رود.

این امر در سایه وجود صنایع تولیدی - تبدیلی صورتهای ابتدای مانند کشاورزی تا اشکال پیشرفته‌تر همچون پالایشگاه نساجی و فرش ماشین‌آلات صنعتی مواد غذایی و مواد کانی اساسی است. (البته نباید از یاد برد که همیاری کشورهای صاحب صنایعی چون چک و اسلواکی، شوروی سابق و آلمان در تولد این صنایع موثر بوده است).

حال با وجود این موقعیت‌های مناسب با یک نگاه گذرا به نقشه جغرافیایی و نظری انداختن به همسایگان خارجی نزدیک، هر آنکس که قدرت تشخیص وجود بازارهای خارجی یا درک واژه صادرات را داشته باشد می‌تواند بفهمد که تبریز با دارا بودن شبکه حمل و نقل مناسب جاده‌ای، ریلی و هوایی همان جایی است که اکنون می‌توان بدان اعتماد کرد، تبریز همان مکان مناسب است برای تحقق آرمان صادرات غیر نفتی.

با این تفاسیر به راحتی می‌توان به اهمیت وجود محلی به نام نمایشگاه در این شهر پی برد، اما می‌دانیم که نمایشگاه هدف نیست بلکه وسیله‌ای است برای رسیدن به هدفی، گر چه با اختصاص قضا و صرف هزینه برای آن می‌توان نمایشگاه را به وجود آورد لذا برنامه ریزی و نگرش اهدافی که نمایشگاه قرار است بداند باید درازد بسیار مهم‌تر است.

نمایشگاه تبریز گر چه مدتی قریب به ۵ سال از یازگشایی و شروع به کار آن می‌گذرد و با این که براساس نیازها به وجود آمده اما نتوانسته در جهت رفع نیازها قدم بردارد (و یا اگر خواسته و توانسته خبری از آن در دست نبوده) و این امر باعث شده تا نمایشگاه بین‌المللی تبریز محلی برای در اختیار قرار دادن غرفه‌ها و سالن‌های نمایشگاهی با پرداخت هزینه به نظر آید و اینجاست که ناخودآگاه حکم به وجود فاصله‌ایی بسیار دور از آنچه که معنای واقعی نمایشگاه است داده می‌شود:

آقای کیا شرکت کارتن البرز: «... زمانی که از مسئولین و برگزارکنندگان پرسیده می‌شود که در این نمایشگاه بین‌المللی از چه شرکت‌هایی و کشورهایی دعوت بعمل آمده می‌گویند: شما باید دعوت کنید در صورتی که ارگان متصدی برگزاری این گونه نمایشگاه‌ها باید خود برنامه ریزی کننده و دعوت کننده باشد و حتی شرکت‌های مختلف را در مورد نحوه مناسب حضور راهنمایی کند. در این میان علی‌رغم اینکه آذربایجان قطب صادراتی کشور



است تا حال حتی یک صادرکننده هم پیش ما نیامده و ما نتوانستیم آنچه را که نیاز هست معرفی کنیم و این گله‌ای است که داریم...»

پس بی ربط نیست که بگوییم اگر ضعف، شبیه آنچه که در نمایشگاه اخیر تبریز با عدم حضور و شرکت فعالان صادرکنندگان یا حضور گسترده شرکت‌های خارجی و بین‌المللی یا حتی داخلی وجود داشت، نه از برگزاری اولین یا دومین، نه از یاریدن باران و نه از رکود اقتصادی، بلکه عدم استفاده مناسب و به موقع از ابزار اطلاعاتی و رسانه‌ای بود که عامل اساسی عدم استقبال مناسب و چشم‌گیر از نمایشگاه تبریز شد.

چرا که در وهله نخست کاستیها و ضعفهای ارتباطی و تبلیغاتی باعث عدم درونی شدن مفهوم واقعی نمایشگاه در سطح عمومی شده و معنی و مفهوم نمایشگاه در حد بازار یا فستیوال خریدوفروش باقی می‌ماند که البته بد هم نیست لیکن این کاربردها، کاربری‌های فرعی از نمایشگاهی چون نمایشگاه تبریز است. در حالی که از لحاظ دیدگاه‌های جغرافیایی اقتصادی چنین نمایشگاهی که توسط بخش فعال خصوصی اداره می‌شود باید فراخور سیاست‌های ملی اقتصادی و براساس برنامه‌ریزی‌های کلان به پیش برود و ارگانها و سازمانهای اقتصادی دولتی در بهره‌گیری مناسب از موقعیت بالقوه‌ای که محیط این نمایشگاه‌ها به وجود آورده، اهتمام ورزند. به راستی و به درستی باید اینگونه باشد که ما جز این در چشمان تلاشگر مسئولین نمایشگاه تبریز ندیدیم، آنان می‌دانند که دارای چه موقعیت حساسی و صاحب چه رسالت عظیمی‌اند و این درست همان چیزی بود که در چشمان آنان دیدیم. ■



خبرهایی از دوره‌های "طراحی تا چاپ"

دوره‌های "طراحی تا چاپ" ویرایشی است جدید از دوره‌هایی به همین نام که در سالهای ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴ در دانشگاه تربیت مدرس برگزار می‌شد. سری جدید این دوره‌ها که با استقبال فراوانی از سوی دست‌اندرکاران و علاقمندان چاپ روبرو شده‌است همچنان در حال برگزاری است. تاکنون سه دوره "طراحی تا چاپ ۱" که به موضوعات پایه و عمومی چاپ می‌پردازد به پایان رسیده و سری چهارم از این دوره نیز آغاز شده‌است. کارآموزان این دوره بصورت تشریحی با مفاهیم و اصول اولیه چاپ نظیر انواع روشهای چاپ، تفکیک رنگ، ترام و... آشنا می‌شوند. سری اول از دوره "طراحی تا چاپ ۲" نیز با موفقیت به کار خود پایان داد و سری دوم این دوره نیز آغاز شده‌است. موضوعات این دوره پیرامون ابزار و عملیات دیجیتال چاپ نظیر اسکنر، خروجی‌های دیجیتال نظیر ایمج‌ستر، کامپیوتر به زینک، پلاتر و انواع روشهای چاپ دیجیتال پرداخته می‌شود. همچنین عمق بیت، فایل‌های گرافیکی چاپ و سیستمهای رنگ در کامپیوتر نیز جزء مباحث این دوره است. طی دوره‌های برگزار شده، دیدار از برخی مراکز چاپ و پیش از چاپ نیز صورت گرفت که از جمله آن می‌توان به چاپ شادرنگ، چاپ واژه، شرکت افست، لیتوگرافی مهران، لیتوگرافی مگاپس، چاپ رایان و مجتمع الکترونیک و گرافیک ایران شمس اشاره کرد. دیدار بعضی از این مراکز به دعوت مدیران آنها صورت گرفت. پرونده این دوره‌ها در دی‌ماه سال جاری بطور موقت بسته شده و در سال آینده دوباره باز خواهد شد. البته ثبت‌نام و رزرو جا در کلاسها همچنان ادامه خواهد داشت.

بازدید کارآموزان دوره «طراحی تا چاپ» از مگاپس

مرکز عملیات پیش از چاپ مگاپس دو بار پذیرای کارآموزان دوره‌های "طراحی تا چاپ" بود. این بازدیدها بنا به دعوت مشترک مجید قاسمی پور (مدیر لیتوگرافی مگاپس) و همسر ایشان (از شرکت‌کنندگان در این دوره‌ها) صورت گرفت. بازدیدهای فوق که هر کدام بیش از یک ساعت بطول انجامید بصورت فنی بوده و سرپرستان هر بخش با دقت و حوصله به تشریح عینی ابزار مورد نظر نظیر اسکنرها و ایمج‌ستر پرداختند. لیتوگرافی مگاپس از انواع ابزار الکترونیکی پیش از چاپ بهره می‌برد که از جمله آن می‌توان به اسکنر تک‌محوری لاینوتایپ‌هل (Online)، اسکنر تخت توپاز، اسکنر سیلندری لاینوتایپ‌هل (Offline)، ایمج‌ستر هرکولس لاینوتایپ‌هل و کنتاکت دی‌لایت اشاره کرد. در پایان این بازدیدها مدعوین با چای و شیرینی پذیرایی شدند.

بازدید کارآموزان دوره «طراحی تا چاپ» از چاپ شادرنگ

به دعوت آقای محمد مودی مدیر سفارشات چاپ شادرنگ، کارآموزان اولین دوره از طراحی تا چاپ (ازسری جدید) برای بازدید به محل این چاپخانه در کیلومتر سیزده جاده مخصوص کرج رفتند. در این بازدید که وسیله رفت و آمد آن نیز توسط چاپ شادرنگ فراهم شده بود از بازدیدکنندگان به گرمی استقبال شد. در این بازدید آموزشی، کارآموزان از نزدیک برخی از ماشین‌آلات چاپ و برش این چاپخانه از جمله ماشین چاپ پنج‌رنگ آن را از نزدیک مورد مطالعه قرار دادند. در این میان سرپرست فنی و بقیه کارکنان چاپخانه به دقت به سوالات مهمانان پاسخ می‌دادند. بازدیدکنندگان پس از بازدید نهار را به میزبانی چاپ شادرنگ صرف کردند و در خاتمه بازدید از طرف مدیریت چاپ شادرنگ به هر یک از بازدیدکنندگان یک جلد دیوان حافظ چاپ شده در چاپ شادرنگ هدیه شده که بسیار مورد توجه مهمانان قرار گرفت. چاپ شادرنگ دارای ماشین‌آلات چاپ تشرپرس، افست و فلکسومی‌باشد. این چاپخانه در دومین جشنواره چاپ کشور در اردیبهشت امسال مقام نخست در زمینه چاپ افست بدست آورد.

بازدید کارآموزان دوره «طراحی تا چاپ»

از مجتمع الکترونیک و گرافیک ایران شمس

بنا به دعوت فریدون بشارتی مدیرعامل مجتمع الکترونیک و گرافیک ایران شمس، این مجتمع در برنامه بازدیدهای آموزشی دوره‌های "طراحی تا چاپ ۲" (ابزار و مفاهیم دیجیتال در چاپ) قرار گرفت. هم‌زمان با برگزاری سری نخست دوره "طراحی تا چاپ ۲" بازدید از چند مرکز بزرگ دارای اسکنر و ابزار دیجیتال در دستور کار این دوره قرار گرفت که

توضیح و درد دل

متن شماره ۱۸ این ماهنامه متأسفانه باچاپی بد به دست خوانندگان رسید. جدول زمانی چاپ نشریات ادواری به گونه‌ایست که به دلیل وجود برخی آگهی‌ها و مطالب زمان‌دار، اغلب فرصتی برای جبران اشتباه‌های چاپی و چاپ مجدد نمی‌ماند. شماره ۱۸ ماهنامه چاپ و بسته‌بندی که برای بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی بازرگانی تهران آماده می‌شد، ناچار از توزیع با همان وضع بود، که از این بابت از تمام خوانندگان عزیز پوزش می‌طلبیم.

شایان ذکر است که اینگونه صدمات چاپی، بیش از هر کس دست اندرکاران مجله را مکدر کرده و باصطلاح خستگی را بر تن نگاه می‌دارد. زیرا به‌ویژه برای تصاویر مجله زحمت زیادی کشیده شده و هر یک از آنها به دقت و توسط نرم‌افزارهای کامپیوتری مورد ویرایش و تصحیح قرار می‌گیرد و با خراب شدن آنها پس از چاپ، فشار روحی و روانی زیادی بر دست‌اندرکاران این ماهنامه خصوصاً سردبیر آن وارد می‌آید. متأسفانه بعضی از مراکز خدمات چاپ حس مسئولیت پذیری خود را از دست داده‌اند و متوجه خساراتی که وارد می‌کنند نیستند. از طرفی بعضی اهمال‌کاری‌ها نظیر چاپ نامرغوب، بخصوص چاپ نامرغوب یک نشریه، تنها با صرف‌نظر کردن از دستمزد قابل جبران نیست. زیرا یک نشریه آن هم نشریه راجع به چاپ نمی‌تواند آبروی از دست رفته خود را بر سر ده‌ها و صدها هزار تومان خسارتی که به او پرداخت شود بدست آورد. از طرفی هر کاری حق‌الزحمه‌ای در حد خود دارد و باید در قبال آن حق‌الزحمه کار صحیح انجام شود. متأسفانه برخی از عزیزان در حرفه چاپ، لیتوگرافی و صحافی از وسعت دید کافی برخوردار نیستند و در نهایت امر پس از پذیرش اشتباه خود یا می‌گویند انشاه... دفعه بعد جبران می‌کنیم! و یا از گرفتن دستمزد خود صرف‌نظر می‌کنند. در حالی که خسارت وارده بسیار بیش از اینهاست. هزینه تولید یک شماره نشریه در هر ماه به طور متوسط یک میلیون تومان است که از ارزش مکانی دفتر مجله تا حقوق کارکنان و هزینه‌های چاپ و توزیع آن را شامل می‌شود. جدا از این هزینه‌ها ارزش‌های حیثیتی نیز وجود دارد که قیمتی بر آن نیست و از همه اینها گذشته این که هر شماره مجله فقط یکبار چاپ می‌شود و دیگر چاپ نخواهد شد. یعنی یک مقاله فنی که به زحمت برای آن تصاویر فنی تهیه شده و تصاویر و نوشته‌های مربوطه با صرف زمان صفحه‌بندی شده و در نهایت توسط یک کارگر چاپخانه یا لیتوگرافی خراب می‌شود و بر اثر محدودیت زمانی به ناچار باید صحافی شده و به دست خواننده برسد دیگر قابل تکرار نیست. یعنی هیچ نشریه‌ای نمی‌تواند یک مقاله یا خبر خود را در دو شماره چاپ کند. بنابراین آن مقاله فنی که با زحمت تهیه شده عکاسی شده صفحه‌بندی شده و با بی‌رحمی در چاپ خراب می‌شود مانند آب به جوی رفته دیگر قابل بازگشت نیست. تنها شما می‌مانید و یک مدیر چاپخانه یا لیتوگرافی یا صحافی که خیلی خونسرد می‌گوید: «انشاء... دفعه بعد جبران می‌شود (و منتظر دریافت پول است) و یا بعضی عزیزان که تقصیر را به گردن کارگر خود می‌اندازند و بعد با لحنی که شما احساس می‌کنید شقی‌ترین و بی‌مروت‌ترین انسان روی زمین هستند به شما می‌گویند «من این خسارت را باید از حقوق این کارگر کم کنم تو راضی هستی؟»

نتیجه این که: ما همه مردمان خوبی هستیم، راضی به ضرر یکدیگر نیستیم. دوست داریم همه رشد کنند. نباید زیاد سخت بگیریم. دفعه بعد جبران می‌کنیم. کی به کیه. چاکریم... بفرما.. طفلی بچه خوبی بود! ... و رشکست شد!!!



مجتمع الکترونیک و گرافیک ایران شمسه از جمله این مراکز است. فریدون بشارتی پیش از این نیز در سالهای قبل با دراختیار قرار دادن لیتوگرافی مهران و ایران شمسه جهت بازدید آموزشی همکاری کمک آموزشی خود را با این دوره‌ها آغاز کرده‌بود. بازدید از ایران شمسه در تکمیل بحث آموزشی اسکنرها است که اولین دور از این بازدیدها طی دوره طراحی تا چاپ ۲ انجام شد. این بازدید بیش از یک ساعت به طول انجامید و طی آن بخشهای مختلف دستگاه اسکنر بزرگ کراسفیلد مستقر در این مرکز مورد بازدید و بررسی دقیق کارآموزان قرار گرفت.

همچنین مدعوین با سیستم مگناریپ این مرکز که به تازگی نصب و راه‌اندازی شده نیز آشنا شدند. پیش از این، اسکنر کراسفیلد ایران شمسه تنها بصورت مستقیم (از اسکنر به قسمت نوردهنده) به تهیه فیلم می‌پرداخت که با نصب و راه‌اندازی سیستم مگناریپ آن، اکنون توانایی اسکن روی فایل‌های گرافیک و تهیه فیلم از فایل‌های گرافیک نیز به امکانات آن افزوده شده‌است. شایان ذکر است که درام این اسکنر با ابعاد ۵۲x۷۲ سانتی‌متر از جمله بزرگترین ورودی‌های اسکنر برای تهیه فیلم یا ضبط روی دیسکت است. همچنین رزولوشن این اسکنر ۱۲۱۰۰ dpi می‌باشد.

چاپ شاد رنگ

برنده طاووس زرین
دومین جشنواره چاپ ایران

کلیه عملیات چاپ روی کاغذ، مقوا، فیلم پلاستیک و جعبه‌سازی

با امکانات: آفست دوورقی پنج‌رنگ، آفست دوورقی یک‌رنگ، برش دهانه ۱۱۵ اتوماتیک، جعبه چسبانی، ملخی نیم‌ورقی، لتر پرس مسطح دوورقی، فلکسو چهاررنگ سیلندر مرکزی، تجهیزات کپی و ظهور زینک، تجهیزات ساخت پلیت فلکسو



دفتر تهران: خیابان قائم‌مقام فراهانی / خیابان ماکنولیا / پلاک ۳ / طبقه دوم / کد پستی ۱۵۸۸۶

تلفن دفتر: ۶-۸۸۴۸۳۹۴ فاکس: ۸۸۲۷۵۵۷ تلفن چاپخانه: ۶۰۲۶۱۷۰ و ۵۴۴۴۳ ۵۴۴۴۲ (۰۲۶۵۷)

رنگ در بسته‌بندی

نوشته جین پال فیور ترجمه شبنم فرایی

کتاب Color sells your package در سال ۱۹۶۹ توسط دکتر جان -پال فیور (Dr. Jean Paul Favre) نوشته شده است. او در زمینه رنگ، بسته‌بندی و تبلیغات تحقیقات و نوشته‌های زیادی دارد. وی در سالهای که این کتاب نوشته شده، مشاور بازاریابی شرکت سوییسی نستله بوده است. او شهرت بسیار زیادی به عنوان یک محقق بازاریابی دارد.

این کتاب و چندین اثر دیگر دکتر جان -پال فیور به صورت سه زبانه عرضه شده‌اند. در واقع این سری کتاب‌ها که توسط انتشارات ABC Edition Zurich منتشر شده‌اند، از جمله تحقیقات جهانی بوده‌اند که در آن دوره زمانی به انجام رسیده‌اند.

مقدمه کتاب توسط فرانک جی‌آنی‌نوتو (Frank Gianninoto) نوشته شده است که یک طراح صنعتی صاحب سبک و به نام است.

اگرچه تاریخ نشر کتاب به چندین سال پیش باز می‌گردد، اما هنوز هم می‌توان بسیاری از مطالب آن را به عنوان مرجع مورد استفاده قرار داد. این مطالب سالها پیش نوشته شده‌اند اما کهنه نشده‌اند. دلیل آن واضح است. بعضی از مسائل مربوط به رنگ از گذشته تاکنون به یک شکل باقی مانده‌اند، این مسائل حقایقی‌اند تغییر ناپذیر.

علاوه بر آنچه گفته شد مورد دیگری که سبب ارزش کتاب می‌شود روش برخورد نویسنده با موضوع رنگ و بسته‌بندی است، روشی علمی که بر پایه مدارک و شواهد متعدد استوار است.

ترجمه کتاب Color sells your package با نام «رنگ در بسته‌بندی» توسط شبنم فرایی به انجام رسیده است. وی که در رشته‌های گرافیک و طراحی صنعتی تحصیل کرده است، اکنون در زمینه طراحی گرافیک و طراحی محصول فعالیت دارد.

قرمز در یک نظر توجه ما را جلب می‌کند و ما چه خواهیم و چه نخواهیم به آن نگاه می‌کنیم. مانند کودکی که بی‌اراده دست به سوی شکلات می‌برد.

پدیده رنگ

رنگ، آگاهانه و یا ناآگاهانه داشته است؛ که در نهایت باعث علاقه به یک رنگ خاص، ترجیح و یا تنفر می‌شود. آخرین گروه این عوامل ترکیب حسی^(۱) می‌باشد. نوعی احساس که با فرایند مشاهده ارتباط مستقیمی ندارد مانند: احساس لامسه، ذائقه، بویایی، وزن و دما. هر رنگ شخصیت روان شناختی کاملاً مستقلی را داراست.

● سیاه تیره و غلیظه، نماد اندوه و مرگ است، این رنگ شخصیتی غیر قابل نفوذ دارد، عاری از امکانات است، بایک سکوت ابدی بدون آینده. رنگی است که کمتر از رنگ‌های دیگر انعکاس دارد، باینی از وحدت پایدار، بدون هیچ وجه مشخصه‌ای. سیاه احساس افتخار و نجابت را به ویژه زمانی که براق است برمی‌انگیزد.

● سفید پاکی و خلوص را القاء می‌کند. تغییر ناپذیر و غیر قابل توضیح است، از آنجا که هیچ صفت مشخصه‌ای ندارد مفهومی از تهی‌بودن و نا محدود بودن را به جای می‌گذارد. سفید در روح ما آرامش کاملی پدید می‌آورد، سکوتی که سکوت مرگ نیست بلکه سرشار از زندگی است. سفید در مجاورت آبی بیانی حاکی از تازگی و گند زدایی دارد.

● خاکستری شخصیت مستقلی ندارد، نه مثل سفید سرشار از امکانات است و نه مثل سیاه غیر فعال. در واقع بر هیچ چیز تأکید ندارد. خاکستری بیان روحیه‌ای است مردد و بی‌طرف که نماد بی‌تصمیمی و عدم وجود است. رنگ پریدگی خاکستری، بازتاب وحشت، پیری و مرگی است که نزدیک می‌شود. هرچه خاکستری تیره تر می‌شود، بیشتر یاد آور ترس، یکنواختی و غم بی‌دلیل است. خاکستری تیره به معنای واقعی کلمه، رنگ آلودگی، چرک و خاک است.

سرعت می‌یابند. تأثیرات رنگ‌های قرمز و زرد در کودکانی که مبتلا به کم اشتها و کم خونی هستند بسیار مشخص و روشن است، تأثیراتی چون سلولهای خونی، افزایش سریع وزن و چالاکی و شادمانی. به همین دلیل امروزه به نحوه استفاده از رنگ در کلاسهای درس، کارگاهها و ... توجه بیشتری می‌شود. یک شی قرمز در شرایط نوری مساوی، توسط افرادی که قوه دید یکسان دارند قابل مشاهده است. هنگامی رنگ به طور درست و طبیعی در چشم نمود خواهد داشت که طول موج دقیق آن رنگ با اعصاب چشم برخورد کند. وقتی می‌گوییم که رنگ صورتی روشنتر از قرمز به چشم می‌آید، به این دلیل است که حواس آن را این گونه درک می‌کند، اما آنجا که

اگر بخواهیم از پدیده‌ای نام ببریم که همواره علاقه و کنجکاوی نوع بشر را برانگیخته است (پدیده‌ای که دانشمندان همیشه از زمان‌های قدیم سعی در تعریف آن داشته‌اند) بدون شک این پدیده، رنگ خواهد بود.

دانش جدید اثبات کرده‌است که رنگها به وسیله طول موجهای مختلف به وجود می‌آیند. اگر ما دو بسته را مورد بررسی قرار دهیم و مشخص کنیم که یکی قرمز و دیگری سفید است، این بدان معناست که اولی (قرمز) تمام رنگ‌های طبیعی را که در رنگین‌کمان هستند و در نور سفید طبیعی موجود می‌باشند جذب کرده است مگر قرمز که از طول موج بالایی برخوردار است (۷۸ - ۶۲۷ میلی میکرون)، بسته سفید تمام

سبز از تمام رنگ‌ها آرامتر است. به هیچ سو تمایل ندارد و بیانگر هیچ چیزی از قبیل لذت، اندوه و یا هیجان نیست. رنگی است بی‌ادعا. سبزی خالص همان جایگاهی را در جمع رنگها دارد که طبقه متوسط در جامعه بشری، جمعی بی‌تحرك که موقعیت‌های خود را جمع می‌زنند و پولهای خود را می‌شمارند.

می‌گوییم صورتی حاکی از صمیمیت و نرمش است پای روان شناسی به میان می‌آید. اعصاب بینایی، رنگ را به قسمت نیمه آگاه مغز می‌فرستد، در این حالت احساس درک رنگ به وجود می‌آید. در ادراک و احساس رنگها عوامل زیادی دخالت دارند که بعضی از آنها متعلق به ضمیر ناخودآگاه جمعی هستند. همانطور که تعلق افراد به یک فرهنگ باعث واکنش‌های مشابه می‌شود، در مورد رنگ هم این موضوع صادق است. در این طبقه‌بندی ما ارزش نمادین رنگ‌ها را در می‌یابیم. (قرمز برای عشق، زرشکی یا ارغوانی برای افسردگی و وسواس و سبزی برای امید و آرزو) بعضی دیگر از این عوامل به ضمیر ناخودآگاه فردی بستگی دارد. این احساسات ناشی از طبیعت فرد و تجربیاتی است که او نسبت به یک

طیغ قابل رؤیت را باز می‌گرداند. رنگ اثرات انکارناپذیری بر مردم دارد؛ هم اثرات فیزیولوژیکی و هم اثرات روان شناختی و این دریافت تنها مختص دوره تاریخی ما (که دوره‌ای پر بار از کشفیات می‌باشد) نیست.

می‌دانیم که در قرون وسطی اروپایی‌ها و همچنین چینی‌ها برای معالجه بیماری‌های پوستی از رنگ قرمز استفاده می‌کردند. تجربیات جدید نشان می‌دهد که شیوه‌های قدیمی ارزش بسیاری دارند.

در عصر ما «رنگ درمانی» اهمیت فراوانی در پزشکی دارد. خصوصاً در معالجه اضطرابات و بیماریهای روانی و در آزمایشهای مربوط به جریان خون. دستگاههای اندازه‌گیری به روشنی نشان می‌دهد که نبض و تنفس شخص در یک اتاق قرمز

مردمی که متعلق به طبقه‌های پایین‌تر هستند، رنگهای قوی و درخشان را ترجیح می‌دهند. رنگ قرمز مورد علاقه توده است، اما آبی و روشنفکرانه‌تر» به نظر می‌آید.

سبز، رنگ مقدس اعراب است و نشانی از مقدسات مذهبی است. ارائه کالا در بسته‌های سبز رنگ در این کشورها شاید بی‌حرمتی به مقدسات تلقی شود. رنگ زرد نیز برای کشورهای شرق دور چنین حالتی را دارد. در مناطق آفتابی کشورهای گرمسیر اغلب رنگهای قوی‌اشباع شده و براق مورد علاقه‌اند، در کشورهایی که خورشید درخشش کمتری دارد، اولویت به رنگهای ملایم‌تر و تیره‌تر داده می‌شود. در زمستان رنگهای تیره‌تر مورد علاقه‌اند و در تابستان رنگهای روشن. افراد روشنفکر با درآمدهای بالا، بیشتر به طرف رنگهای روشن، ترکیبی و ملایم می‌روند. آنها سلیقه‌های خاصی دارند و مایه رنگهای نرم و لطیف را می‌پسندند. مردمی که متعلق به طبقه‌های پایین‌تر هستند، برعکس، رنگهای قوی و درخشان را ترجیح می‌دهند. رنگ قرمز مورد علاقه توده است، اما آبی «روشنفکرانه‌تر» به نظر می‌آید.

ارزش‌گذاری تأثیر رنگ به زندگی کردن در شهر یا روستا نیز بستگی دارد. به طور عام، رنگهای ملایم و ترکیبی، و همچنین رنگهای سرد، بیشتر به مردم شهر نزدیک است تا کسانی که در روستا زندگی می‌کنند و رنگ قرمز و رنگ‌های اشباع شده و تند را می‌پسندند. تماس دائمی روستائیان با رنگ سبز باعث شده است که این رنگ در میان ایشان کمتر مورد علاقه باشد تا شهری‌ها، مشخص است که بسته‌های سبز رنگ در یک ناحیه سرسبز جنگلی، فروشی معادل فروش در یک منطقه با دیوارهای خاکستری و آسمانی آکنده از دوده‌های شیمیایی نخواهد داشت. وضعیت سلامتی، چگونگی شخصیت و اخلاق سبب ترجیح یک رنگ بر رنگ دیگر می‌شود. از آنجا که این پدیده‌ها و معیارها، به طبیعت افراد مربوط می‌شود نمی‌توان آنها را در طرح بسته بندی مورد توجه قرار داد.

اگرچه با مطالعه و کارهای متعدد و زیاد راجع به رنگ می‌توان فهرست مفصلی از قواعد حسی به دست

سبز، رنگ مقدس اعراب است و نشانی از مقدسات مذهبی است. ارائه کالا در بسته‌های سبز رنگ در این کشورها شاید بی‌حرمتی به مقدسات تلقی شود.

آورد تا بر طبق آن «ترکیب متوازن رنگها» حاصل آید. اما باید به جای این که طراح را مقید به اعمال روشی خاص بنمائیم، او را در کاری که می‌خواهد انجام دهد آزاد بگذاریم و به سلیقه و تجربه او اعتماد داشته باشیم. نظریه‌های توازن رنگ که در کتابهای کهنه آمده‌اند، به گذشته تعلق دارند. توازن رنگ نیز مانند موسیقی و دیگر هنرها سیر تکامل تدریجی را طی کرده است. قوانین توازن رنگ بدون در نظر گرفتن سطحی که رنگ اشغال کرده و جایی که در آن به کار رفته است هیچ ارزشی ندارد. در اینجا به دلیل اهمیت بسیار زیاد روان‌شناسی در انتخاب رنگ بسته‌بندی بخش قابل توجهی را به این علم اختصاص داده‌ایم. تمامی دانسته‌هایی که در اینجا آورده می‌شود، (اولویتها، توازن و غیره) به ما در جذابتر ساختن بسته‌ها کمک می‌کند. اما نباید فراموش کرد که برای بسیاری از خریداران، چشمگیر بودن بسته تنها یک مورد از مواردی است که باید مورد توجه قرار بگیرد.

1- synesthesia

میل دارد که با عشق تلقی گردد. آبی یقیناً آرام است ولی نه مثل سبز که بیشتر حالتی از آرامش دنیوی و رضایت از خود دارد. در این جا عشق دارای عظمتی آسمانی و باشکوه است.

هرچه آبی تیره‌تر می‌شود، بیشتر بشر را به سوی بی‌نهایت فرا می‌خواند. آبی روشن، غیر ملموس‌تر و داری شخصیتی بی‌تفاوت‌تر و تهی‌تر و در عین حال رؤیا انگیز است، مشاهده رنگ آبی احساس طراوت و پاکیزگی بهداشتی را ایجاد می‌کند. به خصوص زمانی که در مجاورت سفید قرار می‌گیرد. آبی فیروزه‌ای دارای استحکام زیادی است و بیانی از اشتیاق دارد. ولی اشتیاقی سرد و غیر عادی. تازگی و طراوت آن یاد

تاکنون هیچ نتیجه قطعی در مورد رنگهای اصلی مورد علاقه زنان و مردان به دست نیامده است.

آورد دریاچه‌های کوهستانی در تابستان است. ● بنفش هیچ رنگی به اندازه بنفش مرموز نیست، بنفش، معادل اندیشه‌های متفکر و عرفانی است که با نگرانی رازی را پنهان می‌کند. بنفش، غمگین، افسرده و ملو از وقار است. هرچه بنفش کمرنگ‌تر می‌شود، کم مایه‌تر و بیشتر جادویی و سحرانگیزی می‌نماید تا پوشیده و نهانی، بیشتر کسل کننده می‌شود تا جدی و موقر. بنفش کمرنگ به اندازه بنفش پررنگ قاطع نیست. این رنگ خاطرات دوران کودکی را بیان می‌کند و خیالات آن زمان را.

معمولاً مردم اولویت را به رنگهای اصلی می‌دهند و رنگهای دیگر کمتر مورد علاقه قرار می‌گیرند. اگر این انتخاب را در نظر گرفته و آن را به موارد دیگر تعمیم دهیم، این رنگها به عنوان اولویت‌های رنگی مطرح می‌شوند:

آبی، قرمز، سبز، قهوه‌ای، بنفش، نارنجی، زرد. می‌توان رنگ سیاه را در رده بندی کنار زرد قرار داد اما سفید چندان مورد علاقه نیست. این ترتیب اولویتها بدون در نظر گرفتن اشیائی که این رنگها متعلق به آن

معنی دارد بزرگ به سبب قدرت و شخصیتی آفتابی می‌دهد. اگر آبی به مقدار بیشتری به سبز اضافه شود، شخصیتی جدی و فکور می‌یابد. سبز چه تیره باشد و چه روشن بیانگر شخصیتی آرام و بی‌تفاوت است. بی تفاوتی در سبز روشن نمایانتر است، در حالی که احساس خونسردی در سبز تیره قویتر است.

● قرمز این رنگ دلالت بر استحکام، سرزندگی، قدرت، مردانگی و نیرو دارد. قرمز خشن، دلگرم کننده و مسلط بر اعصاب است، قرمز خود را بدون قید و شرط تحمیل می‌کند. این رنگ هم حالت جدیت و وقار و هم حالت مهربانی و جذابیت را القا می‌کند. قرمز ذاتاً رنگ گرمی است. با وجود تمام نیرو و شدتش نمایشی است از یک نیروی مقاومت ناپذیر و بی‌کران، اما مانند زرد خود را با منعکس کردن در همه جوانب بر یاد نمی‌دهد و شخصیت اسراف کار ندارد. به جای همه این هیجان و شدت، نیروی فوق‌العاده‌ای را به دست می‌دهد و

هدفش همیشه آگاهانه است. قرمز در یک نظر توجه ما را جلب می‌کند و ما چه بخواهیم و چه نخواهیم به آن نگاه می‌کنیم. مانند کودکی که بی‌اراده دست به سوی شکلات می‌برد.

درجات مختلف رنگ قرمز خصوصیات روانی خود را دارد. سرخ جدی، سنتی، پرمایه و توانا است و نشانه‌ای از بزرگی و وقار. قرمز متوسط، جدیت و فعالیت، استحکام، تحرک و امیال شهوانی را مجسم می‌کند. قرمز ما را مجذوب و گیج می‌کند. وقتی که بخواهیم نیروی اصلی حرارت، تأثیر، تحریک یا خاصیت محصول و فرآورده‌ای را نشان دهیم، این درجه از رنگ قرمز را به کار می‌بریم. قرمز گیلاسی، خصوصیت احساسی بیشتری دارد. قرمز روشنتر نشانه‌ای از استحکام، جان بخشیدن، انرژی، لذت و فتح و پیروزی است. به طور خلاصه، قرمز هرچه تیره‌تر می‌شود جدیتر، ژرفتر و مشکوکت خواهد شد و هرچه روشنتر باشد، روحیه‌ای شاد و بی‌خیال را بیان می‌کند.

● صورتی، رنگی خجالتی است و دارای مهربانی، کم‌رویی و ملایمتی رؤیایی. به دلیل کمی تحرک، صورتی تصویری از طبیعت زنانه، عاطفه، ملایمت و آفت را بیان می‌کند.

● زرد در حقیقت از نظر جلب توجه قویترین رنگ است. چه به تنهایی و چه در ترکیب با دیگر رنگها بشاش و سرزنده است و اغلب اوقات یاد آور قدرت. به راحتی در هر نقطه‌ای قابل تشخیص است و درخشانترین رنگهاست. بر خلاف آبی، در زرد هیچ عمقی احساس نمی‌شود، زرد طلایی بسیار مؤثر و فعال و وقتی که متمایل به سبز می‌شود حاکمی از کسالت و بیماری است. اگر با مقدار کمی قرمز آمیخته شود به قلب گرمی می‌بخشد و احساس از شادمانی و رضایت به شخص می‌دهد، درست مانند احساسی که هنگام نگاه کردن به خرمن طلایی گندم به وجود می‌آید.

● نارنجی بیش از قرمز ارتباط و تشمیع را بیان می‌کند. رنگی فعال است که ماهیتی دلنشین دارد و سریع پذیرفته می‌شود و همچون غروب خورشید و آتش دارای گرمی و نیروی زندگی است.

● آبی رنگی است عمیق و زنانه که در محیطی آرام استراحت می‌کند. این رنگ مورد علاقه اشخاص بالغ و نشانه‌ای است از بلوغ و پختگی. آبی خاطرات دوران طفولیت را بیدار می‌کند و به زندگی روحانی درونی مربوط می‌شود. مثل قرمز مایل به تظاهر نیست، ولی

به استفاده کننده می‌رساند و از لحاظ زیست‌محیطی هم اثرات مثبتی در پی دارد.

او می‌گوید که میان بازار آمریکا و بازار اروپا تفاوت‌های فاحشی وجود دارد. در آمریکا ترجیح می‌دهند بسته‌بندی‌های بزرگ قوطی‌های فلزی نوشابه به شکل دوازده عددی یا هجده عددی باشد. در قاره اروپا بطری‌های شیشه‌ای سهم عمده بازار را تشکیل می‌دهند و در انگلستان بطری‌های شیشه‌ای کوتاه قد دویست و پنجاه میلی‌لیتری بازار خوبی دارند. به طور کلی بیشترین تمایل بازار بر روی بطری‌های گردن‌بلند سیصد و سی میلی‌لیتری است که در بسته‌های دوازده‌تایی عرضه می‌شوند.

در انگلستان بازار بسته‌بندی چندتایی Multi Pack قوطی‌های فلزی نوشابه چندان هم بد نیست و انواع متنوعی از آن به بازار مصرف ارائه می‌شود. شرکت‌های بزرگ نیازی به ارائه محصولات خود در بسته‌بندی‌های متفاوت نمی‌بینند، یا لاقط تا آغاز قرن جدید چنین نیازی را احساس نمی‌کنند. بسته‌بندی‌هایی که به وسیله فیلم چاپ شده تهیه می‌شوند در آمریکا بازار سختی دارند و این در حالی است که جای پای خود را در برخی از محصولات یافته‌اند.

کارمندان بخش بازاریابی شرکت پپسی و کوکاکولا عاشق جلوه نمایشی (Bill board) بسته‌بندی‌های مقوایی به ویژه نوع مکعبی بسته‌بندی شده‌اند. شرکت نیگولی با به کارگیری سیستم بسته‌بندی شده شرینگ از مدل انکور (Encore) به همراه سینی‌های Enovi موفقیت‌های زیادی کسب نمود.

بسته‌های دوازده‌تایی قوطی فلزی نوشابه و بسته شش‌تایی آب بسته‌بندی شده در حجم پانصد میلی‌لیتر که در سبزی‌فروشی‌ها و بخش فروش مواد غذایی کلپ‌های آمریکا ارائه می‌شود، فروش خوبی دارند. این نوع آب در بسته‌بندی بیست و چهار عددی هم قابل عرضه کردن است.

تا زمانی که قیمت مقوا خیلی بالا نرود و طرفداران محیط زیست نیز فشار را مضاعف نسازند احتمال اینکه بازار در دست فیلم‌های چاپی قرار بگیرد بسیار ضعیف است.

مطمئناً فشار برای استفاده بهتر و حداکثر مواد اولیه چه از نقطه‌نظر زیست محیطی و چه از نظر استاندارد در اروپا شدت بیشتری دارد. تولیدکنندگان سیستم بسته‌بندی با فیلم به این نکته توجه دارند که کارخانه‌های تولیدی بزرگ به استفاده از فیلم چاپ شده تمایل نشان می‌دهند و می‌خواهند آن را جایگزین بسته‌بندی‌های مقوایی چندتایی کنند.

شرکت کیستر Kister به این نیاز روزافزون بازار پاسخ داده و محصولی قابل انعطاف را با ترکیبی از شرینگ پک و ZVT به بازار ارائه کرده است. تمامی عوامل فوق باعث شده است تا بسته‌بندی‌های شش عددی و دوازده عددی نوشابه به بازار ارائه شود و در مغازه‌ها در دسترس مردم سراسر اروپا قرار بگیرند.

این راه‌حل به ویژه در مواردی که خط تولید محصول زیادی دارد و باید بسته‌بندی‌های چهار و شش و هشت عددی ارائه شود کاربرد دارد. اخیراً مجتمع تولید بطری کوکاکولای کازبگا Casbega در نزدیکی مادرید اسپانیا نسبت به درج آدرس گیرنده

انعطاف‌پذیری هنوز هم به‌عنوان ابزاری حاکم در بسته‌بندی‌های چندتایی مطرح است

نقل از مجله CANNING & FILLING

مترجم: علی منطقی



قوطی‌های فلزی نوشابه بسازد. شرکت سازنده اعلام کرده است که سرعت دستگاه بسته به نوع مصرف متفاوت است. این شرکت مدعی است که مدل ۶۰۰ این دستگاه می‌تواند در بعضی از خطوط تا هزار بطری فلزی نوشابه را در دقیقه بسته‌بندی کند. دستگاه مدل ۶۰۰ می‌تواند بین ۴ تا ۲۴ بطری را در هر بسته جای دهد.

مسئول بازاریابی بخش اروپایی این شرکت می‌گوید که دستگاه‌های ساخت این شرکت می‌تواند برنامه‌های بسته‌بندی متنوعی را قبول کند. شرکت ریسورود برای اثبات این ادعا چهار دستگاه پرکن خود در دانمارک را معرفی می‌کند. هدف این شرکت ایجاد انعطاف‌پذیری بیشتر همزمان با سرعت است.

برخی افراد اعتقاد دارند که باید بتوان انواع مختلف بسته‌بندی را با یک دستگاه انجام داد ولی مسئولان این شرکت اعتقاد دارند که حداکثر بازده را با استفاده از دستگاهی خاص برای هر نوع بسته‌بندی امکان‌پذیر است.

مدیر بازاریابی شرکت بسته‌بندی مید (Mead Packaging) انگلستان اعتقاد دارد که دستگاهی واحد باید بتواند انواع مختلف بسته‌بندی را انجام دهد. او می‌گوید که صنعت در حال گام برداشتن به سمتی است که یک دستگاه انواع مختلفی از بسته‌بندی را اعم از لصف‌پیچ، شبه بسته‌بندی و یا کاملاً بسته‌بندی شده انجام دهد. این دستگاه نهایت سود را

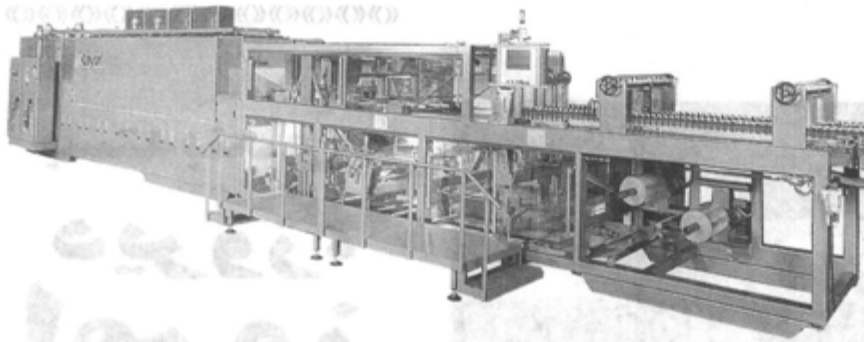
صنایع بسته‌بندی ثانویه نوشابه‌ها با سرعت هر چه بیشتر به پیش می‌تازد. دستگاه‌های پرکن هر روز بیش از پیش جای خود را در صنعت باز می‌کنند. پرکن‌ها در شکل‌های مختلف به بازار عرضه می‌شوند، انواع متفاوتی که قادر به کارکردن با مقوا، فیلم و دیگر سیستم‌ها می‌باشند و استفاده از این دستگاه موجب افزایش سوددهی در تولید می‌شود.

بسته چندتایی در اندازه بزرگ و با قیمت مناسبی عرضه می‌شود. از این رو بازار خوبی دارد و هنوز یک‌هزار تا میدان است. در آمریکای شمالی تاکنون مقوا بازار را در دست داشته است. یکی از دلایل عمده ترجیح دادن این محصول، قابلیت انتقال پیام آن است. برخی دیگر از بازارهای جهان نسبت به استفاده از فیلم و پلاستیک و سیستم‌های دیگر علاقه نشان می‌دهند.

شرکت ریسورود (River Wood) با ساخت سیستم کوئیک‌فلکس ۶۰۰ (Quick Flex 600) موفقیت قابل توجهی را به دست آورد. تاکنون بیست نمونه از این دستگاه در اروپا، آفریقای جنوبی و آمریکا ارائه شده است.

در ضمن این شرکت تا به امروز بیش از صد دستگاه بسته‌بندی چندتایی توئین‌استاک (Twin Stock) فروخته است.

دستگاه کوئیک‌فلکس مدل ۶۰۰ می‌تواند بسته‌هایی چندتایی کاملاً محفوظ برای بطری و



تا زمانی که قیمت مقوا خیلی بالا نرود و طرفداران محیط زیست نیز فشار را مضاعف نسازند احتمال اینکه بازار در دست فیلم‌های چایی قرار بگیرد بسیار ضعیف است.

روی بطری اقدام کرده است. اندرو نیگل رئیس کیستراکایات Kisters Kayat ایالات متحده می‌گوید که بسته‌بندی‌های چندتایی بازار روزافزونی در آمریکا دارند. این در حالی است که بیشترین علاقمندان نوشابه‌های غیرالکلی در آمریکای مرکزی و جنوبی هستند و در آمریکای شمالی بیشترین تمایل مردم به غذاهای کنسرو و غذای آماده حیوانات خانگی می‌باشد.

مدیر عامل شرکت پلی‌یک انگلستان می‌گوید تمایل استفاده از فیلم چاپ شده در بسته‌بندی چندتایی در اروپا رشد زیادی کرده است زیرا سازنده دستگاه پلی‌یک اخیراً نسبت به ساخت دستگاهی اقدام کرده است که شکل و طرح مورد نظر را به سرعت روی فیلم چاپ می‌کند. این دستگاه در پائیز امسال به بازار ارائه خواهد شد.

بسته‌بندی‌هایی که کاملاً پوشیده شده‌اند (۱) برای خرده‌فروشی‌ها بهتر است و در خرده‌فروشی‌ها مسئله رقابت چندان مطرح نمی‌باشد از این رو می‌توان در مقوای مصرفی برای تبلیغ صرفه‌جویی کرد. شرکت ITW - Hi - cone تلاش زیادی کرده است تا سیستم‌های جدیدی برای بسته‌بندی ارائه دهد. این بسته‌بندی‌ها بیشتر به شکل ۴، ۶، ۸، ۱۰ و حتی ۱۲ عددی می‌باشد. در انگلستان شرکت برور اسکاتیش (brewer Scottich) دارای خط تولید بسته‌بندی‌های شش‌تایی و هشت‌تایی است که بر روی سیستم ITW - Hi - cone سوار شده.

تحقیقات نشان داده است که خریداران، بسته‌های دسته‌دار را بیشتر ترجیح می‌دهند. برخی از مغازه و سوپرمارکت‌ها هم هر نوع بسته‌بندی غیر از این مدل را ترجیح می‌دهند. در صورتی که بخواهیم بسته‌بندی قابل حمل را عرضه کنیم احتیاج کمتری به مقوا خواهیم داشت. با افزودن دسته‌ای که بر روی آن

اسم شرکت را نیز نوشته‌اند این مشکل قدری حل شده است. در ساخت این دسته از مواد POS استفاده می‌شود.

دستگاه‌های انعطاف‌پذیر بسته‌بندی چندتایی زیادی در بازار وجود دارند از جمله دستگاه ساخت ITW قابلیت بسته‌بندی دو هزار و پانصد قوطی در دقیقه در یک خط دوپل و سه هزار و ششصد قوطی در سه خط تولید را دارا است.

این دستگاه را می‌توان به گونه‌ای تنظیم کرد که قسمت لبه و یا کناره را چسب بزنند. این امکان نیز فراهم آمده است تا چرخ نقاله را برای حمل محصول به کار برد. تبدیل خط تولید از حاشیه یا کناره به یکدیگر حدود نیم ساعت و تغییر خط به نقاله‌دار مدت زمان بیشتری لازم دارد.

در دیگر بازارها مثل آمریکای شمالی موفقیت شرکت‌ها بستگی به عوامل متعددی دارد. مسئول بازاریابی شرکت «هی‌کول» ابراز می‌دارد که در آمریکای لاتین مؤسسات تولیدی زیادی وجود دارند که محصولات خود را به فواصل دور می‌فرستند. بازار برزیل بازاری است که فقط نقش واسطه را انجام داده است.

اما این امر هم در حال تغییر است، این مسئله را سخنگوی شرکت ITW بیان می‌دارد. این شرکت به برخی از خرده‌فروشان برزیلی بسته‌های شش عددی نوشابه کوکاکولا را ارائه کرده است. یکی از مسئولان شرکت کوکاکولا به نام ریفرسکور اسپرانگا میزان خسارت وارده به قوطی فلزی لبه صاف و لبه شیب‌دار را سنجیده است. بسته‌بندی لبه شیب‌دار از سال ۱۹۹۸ در بسته‌های شش‌تایی مورد استفاده قرار گرفت. امسال شرکت برزیلی پروتر براها نسبت به راه‌اندازی خط تولید قوطی لبه شیب‌دار (Hi cone) در کارخانه خود اقدام کرد.

در شرکت (Axon corporation) اکسون کورپوریشن EZ از سیستم شریک برای چسباندن دو یا چند بسته چندتایی استفاده می‌شود. مسئولان این شرکت می‌گویند که دستگاه شریک قادر است تا سیصد بسته دوقلو در دقیقه را بسته‌بندی کند. قوطی‌های فلزی حداکثر در بسته‌های دوتایی بسته‌بندی می‌شوند اما بطری‌های ۴۵۰ سی‌سی پلاستیکی نوشابه را می‌توان تا چهار بسته در یک بار با هم شریک کرد. این دستگاه شریک قابلیت کار با حرارت و بخار آب هر دو را دارد.

تولیدکننده آمریکایی یعنی شرکت صنایع بین (Bayne) برای حجم کم محصولات دستگاه بسته‌بندی دستی‌اش را با توان بسته‌بندی ۶ جعبه در آن واحد به بازار عرضه نموده است. همانطور که از اسم آن برمی‌آید این دستگاه قادر به بسته‌بندی ۶ قوطی فلزی نوشابه می‌باشد. دستگاه شبیه یک نیمکت (Benchtop System) و برای مغازه‌های خرده‌فروشی مناسب است. این دستگاه قادر به بسته‌بندی هشت تا ده بسته در ده دقیقه است.

حال اگر تقاضا برای انواع و اقسام بسته‌بندی‌های چندتایی وجود داشته یا نداشته باشد وجود انواع مختلفی از ماشین‌آلات با بسته‌بندی‌هایی به شکل و اندازه متفاوت این امکان را برای تولیدکننده به وجود می‌آورد تا محصول خود را به نحوی مطلوبتر به سمت بازار و مشتری نشان دهد. امکانات متعددی وجود دارد و برخی از اوقات برای انجام یک کار چند نوع مختلف ماشین قابل دسترس می‌باشند. این بدان معنی است که هزینه تمام شده و دسترسی راحت به گونه‌ای متناسب با یکدیگر قابل تنظیم شدن می‌باشند.

پانوش

1 - Fully enclosed multi packs



قابل توجه صنایع بسته‌بندی

- ✓ کاغذ سلوفان و ا. پی. پی. فیلم
- ✓ مقوای پشت سفید - ساخت کانادا
- ✓ انواع کاغذ پشت چسبدار
- ✓ انواع کاغذ کرافت و فلو تینگ
- ✓ مقوای دوبلکس و تریپلکس
- ✓ مقوای کارتی سفید والوان
- ✓ کاغذ و مقوای کلاسه

انواع دیگر را می‌توانید

از طریق تلفن و فاکس

برای سفارش درخواست نمایید.

شرکت آی. تی. سی

تلفن: ۸۸۲۴۵۵۵ - ۲۵۸۶۴۳۳

صنایع ماشینهای بسته‌بندی

رساتولید

یک ربع قرن تجربه

در زمینه ساخت انواع دستگاه بسته‌بندی

دستگاههای بسته‌بندی چای، تافی

شکلات و ماکارونی اسپاگتی، فرم

حبوبات، خشکبار

دستگاه بسته‌بندی انواع پودر

دستگاه بسته‌بندی شرینگ پک در

سایزهای مختلف

خط کامل شستشو، سور تینگ و

بسته‌بندی خرما

مشورت با ما برای خرید دستگاه بسته‌بندی

به نفع شماست

دفتر مرکزی و کارخانه: اصفهان خیابان

امام خمینی خ بسیج، جنب شرکت ایران‌گاز

پن‌بست بهنام. تلفن: ۸۶۲۶۶۶ - ۳۱

فکس: ۸۶۲۲۹۱ - ۳۱

با رشد سوپر مارکتها، مصرف رنگ مخصوص چاپ و به دنبالش روند رنگ‌سازی افزایش یافته است. با توجه به اینکه مراکز خرید و فروش به گونه چشمگیری جایگزین فروشگاههای تجاری عمومی گردیده، بسته‌ها نیز به عنوان محرک اصلی انگیزه در خرید برای مشتری جایگزین فروشنده شده‌اند.

۵ - کاملاً بی‌بو است.

بهترین مرکبهای پایه آبی در مقایسه با مرکبهایی که حلال آنها آب است از نظر قابلیت چاپ، سرعت خشک شدن، شفافیت، مقاومت حرارتی، دوره بقا و ثبات تقریباً برابر و متناسب هستند. مصرف مرکبهایی که پایه آنها با روغن دانه سویا می‌باشد نیز میزان ترکیبات آلی فزار را کاهش می‌دهد. با توجه به اینکه مرکبهای مذکور محصول جدیدی نیستند ولی در اوایل دهه نود بطور چشمگیری مورد استقبال قرار گرفتند. آنها نسبت به مرکبهای پترولیوم دارای مزیت‌هایی هستند. یکی از جالب‌ترین مزیت‌های آنها این است که به سادگی به وسیله ارگانسیمهای موجود در طبیعت تجزیه شده و بازیافت می‌گردند.

مرکبهای به عمل آمده توسط انرژی تابشی

این نوع مرکب توسط اشعه ماوراء بنفش (UV) یا تابش اشعه الکترونی (EB) که شامل حداقل مواد ناپایدار یا ترکیبات آلی فزار می‌باشند حرارت دیده و به عمل می‌آید. آنها در دستگاه چاپ فلکسو، آفست، لیتوگرافی، لثریس و چاپ اسکرین کاربرد داشته و مورد استفاده قرار می‌گرفته‌اند. مرکب در خط تولید با سرعت بالا توسط ابزار تابشی مناسب حرارت دیده و به عمل می‌آید. مرکب به عمل آمده سخت و شفاف است و دارای مقاومت خوبی در برابر عوامل فیزیکی و شیمیایی می‌باشد و جهت تهیه بسته‌بندی‌های جذاب مورد استفاده قرار می‌گیرد. مصرف این مرکبها طی دهه ۱۹۸۰ به سرعت رشد قابل توجهی یافت و ادامه یافت.

این مرکب به امکانات ویژه آبخوری نیاز دارد و اگر محتویات زاید (UV) یا (EB) مرکب یا ضایعات چاپ شده با مرکبهای قدیمی مخلوط گردد آبخوری را مشکل تر می‌گرداند. در حال حاضر میزان آبخوری UV/EB بسته‌های چاپ خورده به منظور تأمین بخش تجاری در ایالات متحده بسیار اندک است. با مشخص شدن میزان UV/EB، آبخوری تجاری نیز معین می‌گردد.

انبار خرده فروشی

علی‌رغم آنکه وسیعترین بخش بسته‌بندی در بخش محصولات غذایی است، رشد خرده‌فروشی‌ها نیز فرصت جدیدی را برای بسته‌بندی مهیا می‌نماید. دوجرخه‌ها و دستگاه‌های چمن‌زنی برای قطعات خود مستلزم بسته‌بندی جزئی می‌باشند و در جمیع‌هایی که از مقوای کنگره‌دار (کارتن) تهیه شده بسته‌بندی می‌شوند. قطعات سخت‌افزاری کوچک نیز مانند میخ و پلاک در بسته‌های بلیستر (Blister) سبب کاهش دزدی و استفاده از بازکد می‌شود بسته‌بندی می‌گردد. اسکتر آپتیکال در عبور خریدار از صندوق، بازکدها را می‌خواند و به کامپیوتر مرکزی انتقال می‌دهد و از

موجودی انبار کاسته و به حساب فروش می‌افزاید. سفری کوتاه در انبار خرده فروشی هنوز نشان خواهد داد که در اواخر قرن بیستم نیز فرصتهای بسیاری برای تثبیت طرح بسته‌هایی که در قفسه‌ها در معرض نمایش هستند وجود دارد. موضوعی که اخیراً مطرح است عبارتست از آنکه طرحهای کاملاً رنگی ممکن است زیبایی از حد مورد توجه قرار گیرند. این وجود تاریخچه خرده‌فروشی به مصرف زیاد بسته‌هایی که چاپ رنگی دارند اشاره می‌کند. تخمین‌های صورت گرفته روی مرکب نشان می‌دهد که چاپ رنگی بطور پیوسته در حال رشد است و سایر بررسی‌ها گواهی آن است که اکثر این میزان رشد مربوط به مرحله رنگ‌سازی است.

رشد مصرف رنگ

حرکت موازی بین رشد رنگ از یک سو و رشد طرحهای روی بسته‌های ارائه شده در سوپرمارکت و خرده‌فروشی‌ها وجود دارد. حتی قصابی‌های قدیمی پراکنده در اطراف و اکناف از برجسبهای رنگی و قوطی‌های غلات استفاده می‌نمایند. لذا با رشد سوپرمارکتها، مصرف رنگ مخصوص چاپ و به دنبالش روند رنگ‌سازی افزایش یافته است. با توجه به اینکه مراکز خرید و فروش به گونه چشمگیری جایگزین فروشگاههای تجاری عمومی گردیده، بسته‌ها نیز به عنوان محرک اصلی انگیزه در خرید برای مشتری جایگزین فروشنده شده‌اند.

رنگ تفکیکی یا همان اسپات (Spot) به آرامی در حال جایگزین شدن با رنگ ترکیبی (Process) می‌باشد. علی‌رغم مجهز بودن رنگ ترکیبی به مایه رنگها و پرده رنگهای متنوع و نیز به دلیل دهها متغیر از مرحله فتوگرافی تا چاپ نهایی و تأثیر بررسی ظاهر رنگ ضرورت دارد به جزئیات کنترل کیفی توجه دقیقی شود. حتی بدتر از عدم هماهنگی ماده اصلی، تغییراتی است که هنگام تولید رنگ ترکیبی به سبب عدم کنترل دقیق رخ می‌دهد. ■

پانوش:

۱ - Nonimpact Process عبارتست از انواع روشهای الکترونیکی را برای انتقال تصویر بدون ضربه زدن به کاغذ مانند چاپ الکترواستاتیک و جوهرافشان

2 - Occupational Sopty and Administration Health

۳ - Spot Color رنگ تفکیکی عبارتست از رنگی که به وسیله سیستم چهار رنگ ساخته نمی‌شود، بلکه مرکب آنها در چاپخانه ترکیب می‌شود و سپس در دستگاه چاپ مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۴ - Process Color رنگ ترکیبی عبارتست از رنگهای تهیه شده از ترکیب چهار رنگ استاندارد چاپ.



راهنمای صادرات (۶) بسته‌بندی امروز

آشنایی با روشهای مفید بسته‌بندی در جهان امروز

8888 ضربه گیر از جنس پلی استایرن 8888

سیلوی دانه‌های پلی استایرن
سیلو این امکان را می‌دهد که جمیعها بدون از دست دادن دانه‌های پلی استایرن پر شوند. از یک آرما تور، یک مخزن پارچه‌ای و یک مجرای پخش تشکیل شده و ارتفاع آن از ۲/۶۰ تا ۴۰۷۱ متغیر بوده که قابل انتخاب می‌باشد.

دانه‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای از فشار وارد بر شء می‌کاهد و شما را از وارد آمدن فشار مداوم بر آن آسوده خاطر می‌کند و در نهایت شما می‌توانید یک ثابت‌کننده دقیق، اکولوژیک، روسی کلاب داشته باشید. دانه‌های پلی استایرن در اندازه و شکل‌های مختلف به بازار ارائه می‌شوند و هر کدام برای بسته‌بندی نوعی از محصولات بکار می‌روند. ■

۱- یکی از نام‌های تجاری این محصول

می‌کنند. (از ۴۵ تا ۶۵ گرم در مترمکعب) **اقتصادی** دانه‌های مورد بحث، به علت داشتن شکل خاص، در برابر لرزشها، کالاهای کمتر به هم برخورد می‌کنند. یعنی ۴ تا ۵ بار کمتر از دیگر محصولات مشابه (۵٪) که این عملکرد امکان استفاده از مقدار لازم را می‌دهد.

قابلیتهای زیست محیطی دانه‌های پلی استایرن صد در صد قابل بازیافت بوده و تحت استانداردهای زیست محیطی است.

طرز استفاده از فلویک

لایه‌ای از این دانه‌ها را ته صندوق ریخته سپس شء مورد نظر را روی این لایه به طور خوابیده قرار می‌دهیم و روی شء یک لایه دیگر فلویک می‌ریزیم.

در شماره قبل راجع به کف انبساطی و کاربرد آن در بسته‌بندی‌های اختصاصی (غیر انبوه) گفتیم. در این شماره به نوع دیگری از مواد بسته‌بندی که در بسته‌بندی‌های غیر انبوه استفاده می‌شود اشاره می‌کنیم. اغلب این روشها در بسته‌بندی‌های مخصوص حمل و نقل از جمله پست و اسباب‌کشی‌ها مصرف گسترده‌ای دارند. مطالب زیر در خصوص پوکه‌های ارتجاعی پلی استایرن است که از منابع تبلیغاتی برخی از شرکتهای تولیدکننده برداشت شده است.

دانه‌های پلی استایرن

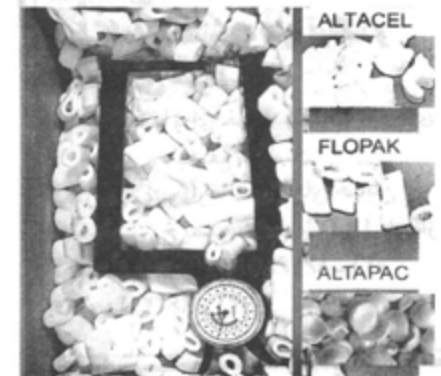
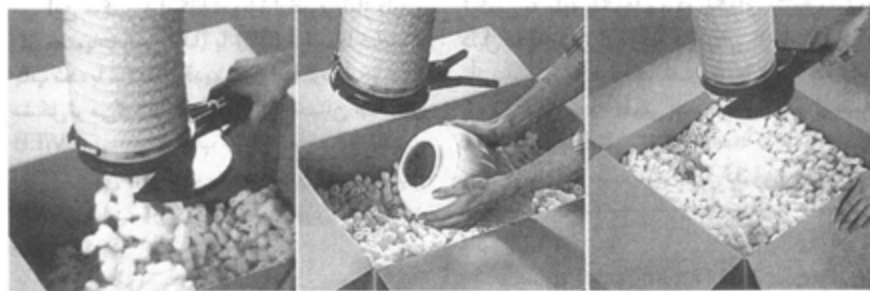
این دانه‌ها، قدرت زیادی در کم کردن استهلاک دارند. این دانه‌ها خاصیت ارتجاعی داشته و اثر ضربه‌ها و لرزشها را به خود می‌گیرند.

- دانه‌های پلی استایرن گرد و غبار را جذب نمی‌کنند.
- به علت دارا بودن خاصیت ارتجاعی، این دانه‌ها پس از تحمل فشار دوباره به شکل اولیه خود برمی‌گردند.

این دانه‌ها به هنگام بیرون آوردن کالا از جعبه، به مشتریان این امکان را می‌دهد آسانتر و راحتتر تمام کالاهای درون جعبه را ببینید.

نوعی از این دانه‌ها که دوتایی بهم متصل بوده و به آن فلویک گفته می‌شود به شکل هشت لاتین (B) بوده برای حفاظت کالا آنها را احاطه می‌کنند و آنها را بدون اینکه به یکدیگر برخورد کنند محافظت می‌کنند.

انعطاف پذیر و ضد ضربه فلویک^(۱) از دانه‌های کف مانند پلی استایرن فراوانی تشکیل شده که خیلی نرم می‌باشند. همانند هزاران محصول دیگری که استهلاک را کم می‌کنند، خاصیت ارتجاعی داشته لرزشها و ضربه‌ها را به خود می‌گیرند و دوباره به شکل اولیه خود برمی‌گردند و نیز در برابر فشار مقاومت



شرکت صنایع بسته‌بندی شادمهر

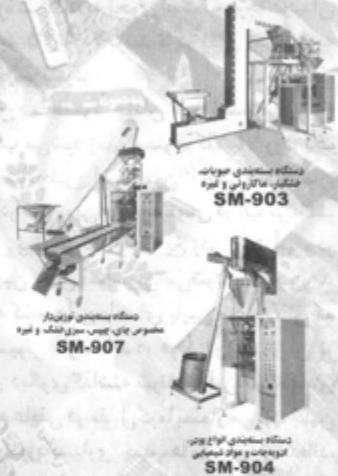
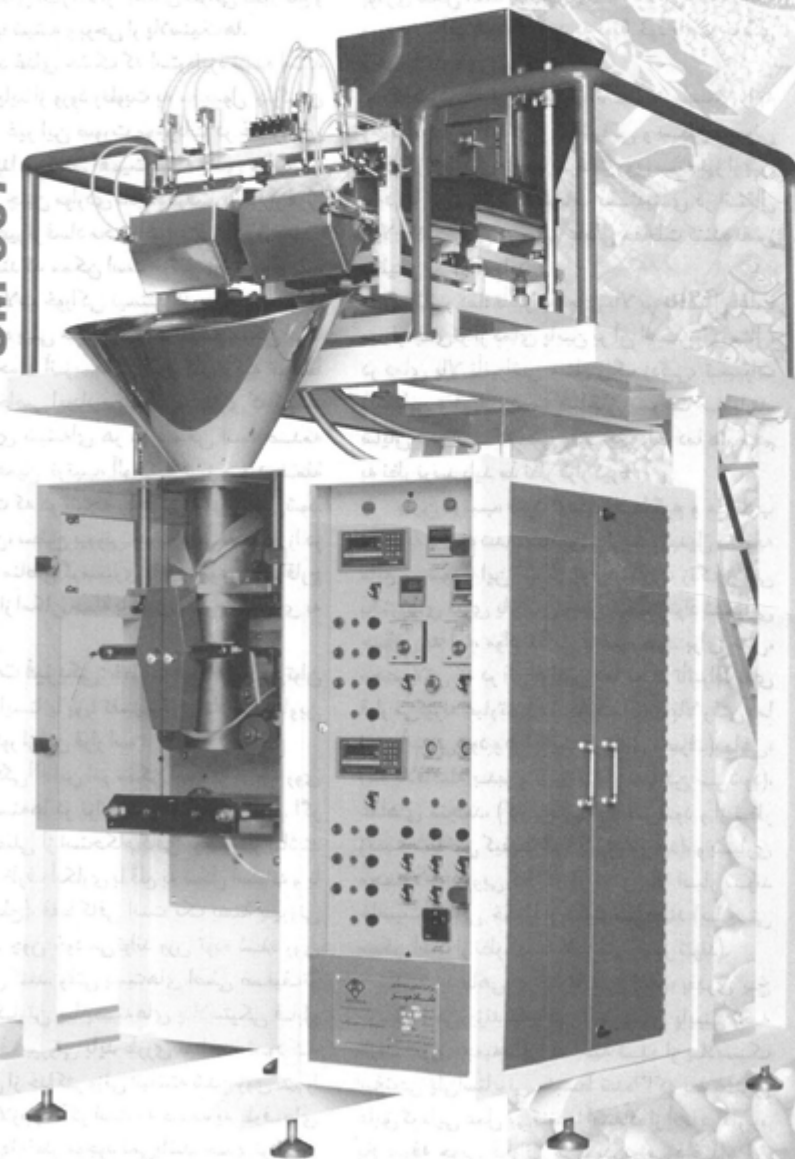
SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO.

طراح و سازنده ماشین آلات بسته‌بندی توزین‌دار تمام اتوماتیک وزنی، حجمی (گرانول) و انواع پودر، نوار نقاله و بالابرهای مربوطه

عضو اتحادیه جهانی ماشین‌سازان: *United Industrial Research Intercourse*
با موافقت کتبی به شماره عضویت U.I.R-0059476/7



SM-907



Based on the Quality control certificate of the Iran Standards Institute and Industrial Activity license obtained from the Ministry of Industries, SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO. LTD. is honoured to be admitted as the First Producer of modern packing machinery with electromechanical operation method (Granule & Powder) in Iran. Having considered all safety principles and regulations corresponding with the most advanced International Standards, SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO. Has been established and possesses satisfactory efficiency and desirable technical capabilities.

SHADMEHR PACKAGING INDUSTRIES CO. Renders the following services:

- 1- One year guarantee and Guaranty
- 2- After sale services and supports
- 3- Installing and operating
- 4- Free training
- 5- Services and repair
- 6- Supply and provision of the required spare parts in Iran and the others Countries

SM907 SPECIFICATIONS
PERFORMANCE: Mechanical
Dimensions of Machine:
Length: 200 cm Width: 170 cm Height: 310 cm
Required Power: Single phase or three phase, 3.5 kw
Weight: 1500 kg
Tank of Machine: Steel
PACKING SPECIFICATIONS
Packing material: Cellophane, Trestophane, Nacreous Cellophane, Aluminium Foil
Weight of Packing: 20 to 1000 gr
Number of Packing: 1 to 45 per minute
Height of Packing: 2.5 to 35 cm
Width of Packing: 5 to 25 cm

دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، اول خیابان احمد قصیر (بخارست)، نبش خیابان شانزدهم، ساختمان سهند، پلاک ۶۵، طبقه اول، واحد شماره ۱
کدپستی: ۱۵۱۴۸ تلفن: ۸۷۳۵۹۲۴ و ۸۷۳۹۰۳۴ تلفکس: ۸۷۳۳۷۸۷
کارخانه: تهران، کیلومتر ۱۸ جاده ساوه، ایستگاه نوری، روبروی مجتمع بزرگ تجاری اسلامشهر، صندوق پستی: ۳۳۱۳۵/۳۱۳ کدپستی: ۳۳۱۴۸
تلفن: ۲۳۴۶۳۲۱ و ۲۳۵۷۹۶۱ تلفکس: ۲۳۴۷۷۹۳-۲۲۸-۰۲۲۸ موبایل: ۰۹۱۱ ۲۱۳ ۳۹۶۶
Head Office: Flat No.1 Sahand Build. No.65 Ahmad Ghasir Ave. Argentina Sq. Tehran 15148 Iran
Tel: +9821 8739034-8735924 Telefax: +9821 8733787 Website: www.shadmehr.com Email: info@shadmehr.com

پرورشی علمی، مفهومی بسته‌بندی

بسته‌بندی

تهیه‌کننده: گروه کارشناسی بسته‌بندی معاونت نگهداری اداره آمار و پشتیبانی ستاد مشترک سپاه

۵- موجودات ذره بینی^(۱): وقتی محصول مورد نظر غذا یا دارویی باشد که قبل یا بعد از بسته‌بندی به وسیله گرما استریلیزه شده، نقش بسته‌بندی همان جلوگیری از ورود موجودات ذره بینی زنده به داخل بسته‌بندی است. مواد مناسب برای پوشش چنین بسته‌بندی‌های عبارتی از: آبکاری فلزاتی نظیر قلع و آلومینیم و یا شیشه و برخی از پلاستیک‌ها.

در مورد غذای خشک که استریلیزه نشده است، بسته‌بندی باید از ورود رطوبت به محصول جلوگیری کند زیرا در غیر این صورت موجودات در غذا رشدی میکروبی پیدا می‌کنند. اهمیت بسته‌بندی مناسب را نمی‌توان در چنین مواردی نادیده گرفت. برخی از انواع باکتری‌ها، غیر از فساد محتویات بسته، توکسین‌هایی ایجاد می‌کنند که ممکن است مرگبار باشند. اگر چه، تنها محصولات خوراکی نیستند که باید در مقابل موجودات ذره بینی حفاظت شوند. شیشه ممکن است در معرض حمله آنزیم‌هایی قرار گیرد که توسط کپک‌های خاصی ایجاد می‌شوند. به طوری که شیشه و پوشش‌های شیشه‌ای هر دو ممکن است صدمه ببینند. به همین ترتیب، آلومینیم نیز مورد حمله اسیدی است که در نتیجه رشد کپک تولید می‌شود. علاوه بر این، سطوح بیرونی چوب، فیبر تخت‌های را در صادرات به مناطق گرمسیری باید با نوعی ضد قارچ اندود کرد تا از امکان حمله باکتری و قارچ جلوگیری به عمل آورد.

۶- خطرات فیزیکی: خطرات فیزیکی را می‌توان به دو دسته ایستا یا پویا تقسیم کرد. خلاصه عناوین خطرات مذکور از این قرار است:

۱-۶- فشردگی^(۲): این امر ممکن است در نتیجه روی هم ریخت بسته‌ها در ترازو یا انبار روی دهد. اگر بسته‌های اصلی از استحکام کافی برخوردار باشند (برای مثال، ظرف آبکاری یا قلع به شکل استوانه و یا استوانه مسطح)، فقط کافی است یک بسته بیرونی داشته باشند چون خود می‌تواند وزن توده شده روی هم را تحمل کنند. وقتی بسته‌های اصلی ضعیف‌تر باشند مثل کارت‌ن یا بسته‌های پلاستیکی قابل انعطاف، ظرف بیرونی باید طوری ساخته شود که نسبت بزرگی از حداکثر وزنی انباشته شدن روی هم را تحمل کند. لازم به ذکر است که صدمه به ظرف‌های پایین بار تنها خطر موجود نمی‌باشد. جدی‌تر از آن خطر بی‌ثباتی بار است، که ممکن است باعث صدمه زدن ظرف‌های بیشتر و یا موجب مرگ یا نقص عضو کسی شود.

۲-۶- تصادم^(۳): خطر تصادم ممکن است در نتیجه افتادن بسته یا یا منحرف شدن واگن‌های قطار و غیره حاصل شود. علاوه بر شکستن ظرف‌ها که منجر به

نشست محصول می‌شود، خطر تغییر شکل وسیله نیز وجود دارد.

۳-۶- سوراخ شدن^(۴): سوراخ شدن نیز همچون خطرات مشابه دیگری که ذکر شدند ممکن است رخ دهد. خطر عمده در این صورت نشست مایع یا محتوی پودری شکل است اما سوراخ شدن ممکن است باعث ورود بخار آب شود، که این به نوبه خود باعث خردگی محصولات فلزی می‌شود.

۴-۶- لرزش^(۵): لرزش می‌تواند فعالیت متعددی را به وجود آورد از سائیدگی و خراشیدگی و سطح بیرونی ظرف گرفته (شاید آرم و تبلیغات روی بسته نیز از بین برود) تا شکستگی محتویات بسته‌بندی در انتقال کالای شکستی در حکم عاملی حفاظت‌کننده نقش عظیمی بر عهده دارد.

۵-۶- تأثیر دما: تأثیرات دمای بالا بر محصول اغلب بسیار جدی‌تر از دمای پایین بر آن است. برای مثال، در دمای بالا تأثیراتی مثل زنگ زدگی، تغییرات شیمیایی و فساد زیست شناختی سرعت می‌یابند. شایان ذکر است که حتی وقتی تغییرات دما هم مهم به نظر نرسد باید مد نظر قرار گیرند.

بدین ترتیب، سرد کردن محیط گرم و مرطوب منجر به ذخیره شدن مقداری رطوبت و تبدیل بخار به مایع می‌شود و این آب می‌تواند باعث زنگ زدگی بخش‌های فلزی یا پایین رفتن کیفیت مواد شیمیایی حساس به آب، مواد غذایی و غیره شود. برای مثال، محصولاتی که در اثر افزایش دما تحت تأثیرات بدی قرار می‌گیرند عبارتند از: شکلات، (که با بالا رفتن دما نرم و آب می‌شود و در نهایت غیرقابل مصرف، ماهی، (که بلافاصله بدبو و غیر قابل خوردن می‌شود)، غذاهای منجمد، (که یخ آنها باز می‌شود و از نظر زیست شناختی کیفیت آنها پایین می‌آید)، و بسیاری محصولات دارویی که اگر در دمای بالا انبار شوند خاصیت درمانی خود را از دست می‌دهند (یا حتی ممکن است از نظر زیست شناختی مضر شوند).

در مورد ماهی، در بسته‌بندی اغلب بقدری یخ خرد شده می‌ریزند تا ماهی را در دمای پایینی نگه دارند. امروزه جعبه‌هایی ساخته شده از پلاستیک اسفنجی پلی‌استایرنی منبسط شده^(۶) که به عنوان عایق گرمایی عمل می‌کنند با استفاده از آنها در کاربرد یخ صرفه جویی فراوانی می‌شود. در مورد غذاهای کاملاً منجمد شده، دمای پایین در تماس زنجیر توزیع و انبار خرده فروشی باید یکسان نگاه داشته شود.

مسئله در مورد شکلات کمی متفاوت است زیرا نگهداشتن این محصول در دمای پایین‌تر از دمای یخچال در طی انتقال و در خرده فروشی‌های خارج از کشور تصور نمی‌باشد. راه حل این مشکل فرمول

بندی دوباره شکلات به نحوی است که درجه ذوب آن بالا رود و به ۳۵ تا ۴۰ برسد تا در زمان صادرات به نقاط دور خراب نشود.

کاهش دما معمولاً چندان مهم نیست، در واقع، اغلب موجب می‌شود زمان مصرف کالا بالا رود. یک مورد استثناء طرح امولسیون^(۷) است که همان پراکنندگی ذرات و زین‌های مصنوعی در آب می‌باشد. پایین رفتن بیش از حد موجب یخ زدن ذرات آب و در نهایت از بین رفتن امولسیون می‌شود. بنابراین، در صادرات به کشورهایی با دمای پایین محصولاتی که طرح امولسیونی دارند باید در قوطی و بعد از آن در بسته‌بندی دیگری گذاشته شوند که این بسته‌بندی بیرونی خود عایقی در مقابل گرما بشمار می‌رود. چنین مسائلی در مورد بسیاری چسب‌ها نیز مطرح شده‌اند، زیرا این مواد نیز در دمای پایین تحت تغییرات فیزیکی قرار می‌گیرند، مصرف‌کننده باسانی نمی‌تواند این تغییرات را از بین ببرد.

شایان ذکر است که دمای بسیار پایین نه تنها در صادرات به کشورهای سردسیر ممکن است مشکلاتی برای محصول ایجاد کند بلکه ممکن است در انبارهای هواپیما نیز در دسر آفرین باشد.

۶-۶- تأثیرات نور: نور ممکن است تأثیرات مخربی بر اغلب محصولات داشته باشد این تأثیرات عبارتند از تغییر رنگ، شکنندگی شدن برخی پلاستیک‌ها و سریع‌تر شدن برخی از واکنش‌های شیمیایی (مثل اکسید شده چرب‌ها که باعث بد طعمی و بدبویی آنها می‌شود). برخی محصولات دارویی در نور مرئی یا ماورای بنفش تحت تأثیر قرار می‌گیرند و بنابراین باید در ظرف‌های مات یا بطری‌های شیشه‌ای رنگی بسته‌بندی شوند.

۷-۶- موجوداتی که توسط چشم غیر مسلح دیده می‌شوند^(۸): این سر فصل به بررسی حشرات و چوندگان می‌پردازد. علاوه بر این که محصول توسط این موجودات خورده شود، بلکه باقی آن نیز دچار آلودگی می‌گردد. کاغذ و مقوا در مقابل این افت‌های سیری‌ناپذیر دوامی ندارند اما پلاستیک‌ها می‌توانند در این موارد مانع بشمار روند. قوطی قلع اندود و شیشه مانع بهتری هستند اما موشی که قصد خوردن محصول را داشته باشد حتی به این موانع نیز رحمی نمی‌کند (از جمله شیشه و فلز)

۸-۶- سرقت^(۹): اگر چه هیچ بسته بندی را نمی‌تواند سد کاملی در مقابل سرقت دانست. اما با این کار می‌توان به گونه‌ای از دزدی جلوگیری کرد. یک راه کاهش سرقت قرار دادن تعداد زیادی از کانتینرهای معمولی حمل درون یک کانتینر بزرگتر (وانت شکل) است. این کانتینر بزرگتر یکبارچه هستند و می‌توان

آنها از قفل کرد.

عملکرد.....

عملیاتی را که باید بر کانتینر اعمال کرد بر دو طبقه عمده تقسیم می‌شوند:

- ۱ - عملیاتی که مربوط به استفاده نهایی هستند؛
- ۲ - عملیاتی که با خط بسته‌بندی / پر کردن مربوطند.

کار استفاده نهایی:

۱ - این مرحله از اهمیت بسزایی برخوردار است زیرا کار اشتباه منجر به ایجاد ناراضیاتی در مورد خود محصول می‌شود و این خود کاهش فروش را به دنبال دارد. عملیات مربوط به استفاده نهایی بسته عبارتند از:

۱ - نمایش^(۱۰)

۲ - سهولت در باز کردن^(۱۱)

۳ - سهولت الوصول بودن^(۱۲)

۴ - توزیع^(۱۳)

• نمایش: بسته ممکن است به خاطر تزئین بیرونی خود زیبایی جالبی داشته باشد و در حکم ابزاری نمایشی برای خود باشد و یا به عنوان نمایش برای محصول عمل کند. مورد اول تحت عنوان «نمود» مورد بررسی قرار می‌گیرد. مورد دوم که همان قابل دید بودن محصول است همیشه مطلوب نیست، البته، به خصوص وقتی محصول حساس به نور باشد. وقتی بخواهیم محصول قابل دیدن باشد، همین امر خود کمکی در معرفی آن یا بالا رفتن درصد فروش می‌کند. در زمان کامل شدن بسته قابل دیدن، محصول در مغازه‌های زنجیره‌ای بزرگ گرایشی روز افزون شده است.

در مورد بسته‌بندی قابل انعطاف لازم به ذکر است که لایه‌های پلاستیکی بسیار هستند که همراه با لایه سلولزی باز یافته^(۱۴) پوششی کاملاً شفاف تشکیل می‌دهند و می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند. برای بسته‌های سخت می‌توان از شیشه یا بسته‌های پلاستیکی خاصی مثل بطری‌های پی وی سی استفاده کرد. راه دیگر زمانی است که نیازی به حفاظت محصول در مقابل محیط وجود ندارد و در این صورت از قطعه یا دیگر شکل‌های ظرف باز استفاده می‌شود. برای مثال، استفاده از توری‌های پلاستیکی یا نخی برای بسته‌بندی میوه‌های مغزدار، پرتقال، پیاز، تخم مرغ و غیره است که از طرفی استفاده می‌شود که ساخته شده از خمیر قالب زده بوده است. در این بسته‌بندی محصول کاملاً قابل دیدن است و در عین حال توسط حفاظی مکانیکی محافظت می‌شود. تا زمان پیدایش بسته‌های پلی استایرن شفاف، روش مذکور تنها راه بسته‌بندی قابل دیدن همراه با حفاظت مکانیکی بوده است.

• راحتی در باز کردن: این عملیات بسیار مشکل است زیرا مهر و موم یا دربندی بسته تا زمان رسیدن بدست مصرف کننده نباید باز شود. در مورد Film Over Wrap بهترین راه حل استفاده از نوارهایی است که به زیر پوشش بسته‌بندی چسبانده می‌شوند و انتهای آنها بیرون از پوشش قرار دارد و با کشیدن انتهای نوار، پوشش پاره می‌شود^(۱۵). اگر چه امروزه در بازکن‌های راحتی برای قوطی‌های فلزی در دسترس هستند مثل قوطی‌های نوشابه. مشکلترین مورد شاید کیسه‌های پلاستیکی باشد. بالاخص کیسه‌های حاوی مایعات پاره کردن پوشش پلاستیکی آسان نیست، حتی اگر

محصول دور آن جامد باشد، اما پاره کردن کیسه پلاستیکی بر از مایع بدون لبریز شدن محتوای آن کاری است بی نهایت مشکل. عادی‌ترین راه برای این مشکل استفاده از قیچی است اما این امکان همیشه وجود ندارد.

• سهولت الوصول بودن: لزوم سهل الوصول بودن در بسته‌بندی منجر به رشد بسته‌هایی شد که محصول و بسته‌بندی در آنها کاملاً شکلی یک پارچه دارند و جدا کردن محصول و بسته بندی کاری مشکل.

مثال بارز یک پارچگی محصول / بسته اسپری‌ها، یا بسته‌های تحت فشار^(۱۶) است. محصولی که مورد استفاده مصرف کننده قرار می‌گیرد (برای مثال، حشره کش یا کف ریش تراشی) در واقع بسته بندی نشده است بلکه در موقع لزوم از ظرف خود خارج می‌شود. تولید اسپری، خمیر، غیره در نتیجه عملکرد بسته‌های کامل حاصل می‌شود. در مورد کف ریش تراشی، ظرف حاوی کف باید استحکام کافی داشته باشد تا در مقابل فشارهای زیاد و داخلی حاصل از اختلاط محلول صابون و گاز مولد فشار^(۱۷) مایع شده مقاومت کند، در حالی که سوپاپ، که در بخشی از آن تکه‌ای محرک قرار دارد، حفره‌ای ایجاد می‌کند که به هنگام اعمال فشار بر مخلوط محلول صابون و گاز مولد فشار کف در آن تولید می‌شود. شاید مثال بهتر تافت باشد. شاید صابون‌ها یا کرم‌های ریش تراشی را بتوان به شکل‌های دیگر تهیه کرد که همان کاربرد کف ریش تراشی را دارند، اما تافت به صورت‌های دیگر موجود نیست. بازار تافت از هیچ بنیان گذارده شده و قوطی اسپری را منجر به تجارتی چند میلیون بسته‌ای نمود.

اسپری تنها یک مثال از سهل الوصول بودن بسته‌بندی است و مثال‌های دیگر را می‌توان از صنعت مواد غذایی آورد از جمله پخت در کیسه^(۱۸) و غذای پای تولیویونی^(۱۹) بسته غذایی پخت در کیسه (کیسه و محتوی آن)، را به مدت چند دقیقه در آب جوش قرار می‌دهیم، بسته جدا می‌شود و غذای طبخ شده برای خوردن آماده است، کافی است کیسه را ببریم. این نوع بسته باید بتواند در مدت انتقال و انبار شدن غذا را خود نگه دارد، در مقابل دمای آب جوش مقاومت کند و موقع لزوم براحتی باز شود. مهمترین عوامل سهل الوصول بودن عبارتند از: نبود بوی پخت و پز، نبود ظرف کثیف پس از پخت و پز و راحتی در تدارک غذایی کامل (در مدتی کوتاه، به هنگام نیاز). غذای پای تولیویونی هم مشابه مورد بالاست. غذای از پیش طبخ شده در سینما بسته‌بندی پلاستیکی یا آلومینیومی منجمد شده است. با مدت کوتاهی حرارت در اجاق (هوای داغ برای سینی آلومینیومی، مایکروویو برای سینی پلاستیک) غذایی بدون تهیه و تدارک، اتلاف زمان و شست و شو فراهم می‌گردد. در هر دو مورد بسته‌بندی بخش مکمل محصول محسوب می‌شود.

• توزیع: این عملیات بگونه‌ای با راحتی در باز کردن بسته و سهل الوصول بودن مرتبط است. پیشرفت‌های متعددی که در دستگاه‌های تخریبی مثل Pourer^(۲۰)، لوله^(۲۱) و شیر^(۲۲) صورت گرفته همه و همه به کمک پلاستیک‌ها بوده و این خود حاصل انطباقی است که در ساختمان این مواد وجود دارد. وسایل کمکی توزیعی انواع مختلفی دارند از تشتک

پلاستیکی گرفته که براحتی سوراخ می‌شود و مایع از آن بیرون می‌ریزد تا شیرهای پیچیده تاشو برای ظرف‌های استوانه‌ای که می‌توان آنها را روی زمین و خط باند بدون آن که نیاز باشد شیر را از ظرف جدا کنیم.

۲ - کار دستگاه: کار دستگاه جنبه بسیار مهمی از طراحی ظرف بشمار می‌رود. مثال‌هایی از طرح ظرف که می‌توانند بر سرعت پر کردن یا انواع دستگاه‌های پر کن تأثیر گذارند عبارتند از قطر گردنه، استیایی^(۲۳) (ارتباط میان قطر پایه و قطر بالای ظرف)، سختی^(۲۴) دیواره ظرف (برای پر کردن به کمک خلا^(۲۵)) به کمک مقدار سختی ویژه‌ای که نیاز داریم)، و تنوع در وزن ظرف (که بر قابلیت پر کردن دوباره ظرف تأثیر می‌گذارد).

تغییر در نوع ظرف ممکن است تغییراتی در دستگاه پر کن دنبال داشته باشد از تعدیلی ساده گرفته تا استفاده از خطی کاملاً جدید. بنابراین، در خط^(۲۶) که برای استفاده از قوطی‌های فلزی بدون منفذ^(۲۷) و یا سرپوش دو شماره طراحی^(۲۸) شده‌اند، اگر بخواهیم از بطری‌های پلاستیکی سبک با گردنه باریک و تشتک‌های فشاری استفاده کنیم باید تغییرات عمده‌ای در خط ایجاد کنیم. گر چه، ظرف‌های پلاستیکی می‌توانند به شکل بدنه‌های پلاستیکی بدون منفذ یا سرپوش فلزی متصل به بدنه بکار روند و این کار تنها با تعدیل کوچکی در دستگاه ایجاد شیر دوگانه امکان پذیر است. سبکی وزن منجر به ایجاد تعدیلی در تسمه نقاله می‌شود اما دستگاه‌های پر کن می‌توانند مثل قبل به کار ادامه دهد (در سرعت‌های بالا) زیرا ورودی ظرف‌ها تغییری نکرده است.

جداسازی بسته از دستگاهی که آن را پر می‌کند و تحویل می‌دهد (چه قبل و چه بعد از پر کردن) مشکل است. طرح بسته و طرح دستگاه اغلب وابسته به هم هستند و به همین علت سطح تماس^(۲۹) دستگاه بسته‌بندی باید هر چه زودتر مورد محاسبه قرار گیرد. بلاخص، مواد بسته‌بندی جدید اغلب در استفاده در دستگاه با سرعت بالا که عمدتاً برای مواد متداول تر بکار می‌روند مشکلاتی را پدید می‌آورند. پوشش پلی اتیلن با تراکم پایین مثال خوبی بشمار می‌رود. دستگاه لفاف پیچ^(۳۰) پیش از این طوری طراحی شده بود که با کاغذ یا ورقه سلولزی باز یافته کار می‌کرد، که هر دو، حتی با ضخامت کم، سخت هستند. از سویی دیگر ورقه پلی اتیلن بسیار نرم است. مکانیزم‌هایی که به منظور حرکت دادن کاغذ و ورقه‌های سلولزی در دستگاه لفاف پیچ طراحی شده‌اند اغلب به وسیله انگشت‌های مکانیکی کار می‌کردند و ماده را به جلو هدایت می‌کردند. دستگاه جدید باید پیش از آن که، پوشش پلی اتیلنی بخش اعظم بازار لفاف پیچی را تسخیر کند گسترش می‌یافت.

تمایز سطح تماس بسته‌بندی / دستگاه گاهی مشکل است. بسیاری از دستگاه‌های بسته‌بندی جدید بسته‌های پر شده‌ای از ورقه یا برگه تولید می‌کنند بی آنکه بسته‌های بینابین تولید شود. این دستگاه‌های شکل دهی / پر کردن^(۳۱) را به صورت پشت سر هم انجام می‌دهند و این خود پدید آورنده مشکلاتی است. به عنوان مثال استفاده از

ادامه در صفحه ۲۸

اسکار بسته‌بندی



بوده است. طراحی این جعبه به گونه‌ای است که جعبه‌ها به نحوی کنار هم قرار می‌گیرند که امکان بسته‌بندی گروهی آنها پیدا شود. بعد از آن که قوطی فلزی پرواستریل شد این درب پلاستیکی که از جنس PET است بر روی قسمت فوقانی قوطی قرار داده می‌شود. آقای پائلو پدروتی مسئول شرکت می‌گوید که از سال ۱۹۹۲ میلادی عده‌ای از محققان در صدد یافتن راه‌حلی بودند و نهایتاً این تحقیقات منجر به ساخت این درب‌پوش شد. این درب‌پوش توسط شرکت کارلزبورگ ایتالیا برای بسته‌بندی چای سرد "Ice tea" استفاده می‌شود. یکی از مشکلات دیگر که با این درب‌پوش مرتبط است قابلیت انطباق با خطوط فعلی تولید است، از این درب‌پوش برای جلوگیری از تصعید گاز نوشابه‌ها نیز استفاده می‌شود.

● میس ورا Miss Vera

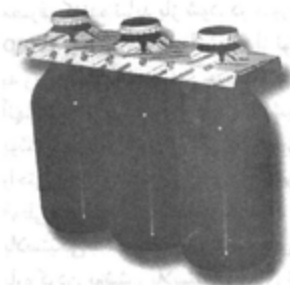
بطری میس ورا به عنوان ستاره اصلی مسابقات بود. این بطری به شرکت نستله تعلق دارد و آنقدر جذاب طراحی شده است که در تاریخ طراحی جای خواهد گرفت.

از لحاظ کاری این طرح بسیار کارا می‌باشد. زیبایی و به طور همزمان عملکرد مناسب ۲ عامل اساسی و پایه در موفقیت نوشابه‌ها می‌باشند. بر روی این بطری تبلیغات گسترده‌ای به طور همزمان با پخش گسترده در سطح مغازه‌های خرده‌فروشی انجام شد. این ۲ عامل باعث شد تا این محصول به راحتی جای خود را در اجتماع و خانواده‌ها باز کند. جنس این بطری از PET و دارای طرحی ملایم و آرام است. شرکت اکوآورا با ارائه این بطری طرحی منحصر به فرد ارائه کرده است. محیط این بطری دایره‌ای شکل و ظرفیت آن یک و نیم لیتر است. این بطری منحصرأ برای آب معدنی طراحی شده است. طرح روی آن به گونه‌ای است که مانع از چرخش و لیز خوردن آن در دست می‌شود. در عین زیبایی این بطری مستحکم و سبک طراحی شده است. آب معدنی مرغوب اکوآورا نیز که در این بطری جای گرفته است بر مرغوبیت آن افزوده است.

● گیره بطری

گیره بطری برنده جایزه بخش محیط زیست است. این گیره از جنس مقوا ساخته شده است. به علت طرح خاص آن و اتصالات طراحی شده موجود در آن می‌تواند به راحتی به گردن بطری‌های مختلف متصل شود. این سیستم حمل و نقل تعدادی از بطری‌ها را به صورت یک جا و همزمان تسهیل می‌کند. این گیره توسط شرکت بین‌المللی رپورود طراحی و ساخته شده است. جالب آن است که بدانیم در ساخت آن هیچ نوع چسبی استفاده نشده است. با استفاده از این گیره بطری‌ها در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. این امر باعث آن نمی‌شود که از وضوح برچسب و آگهی روی شیشه‌ها کاسته شود، بلکه باعث می‌شود تا فضایی بزرگتر برای نصب آگهی فراهم شود. این بسته‌های چندتایی معمولاً برای بیش از ۸ بری به کار نمی‌روند ولی جابجایی همین تعداد بطری در یک

ادامه در صفحه ۲۸



خود بسته‌بندی، شکل و طرح روی آن و موادی که از آنها برای ساخت بسته‌بندی استفاده شده است بیانگر پیامی است که تولیدکننده در صدد رساندن آن به مصرف‌کننده بوده است. از این رو بسته‌بندی نقشی بسیار مهم دارد. ترکیب مناسب ظاهر خوب و عملکرد مناسب بیانگر محصول و اعتبار خوب آن محصول است. در ایتالیا زیبایی و عملکرد به خوبی با یکدیگر تلفیق شده است. این هماهنگی باعث شده است تا برخی از محصولات به صورتی دائمی در بازار جای خود را باز کنند. در سال ۱۹۹۸ میلادی صنعت نوشابه‌سازی کشور ایتالیا برترین‌های نوآوری، وضوح تصویر، رسا بودن و تکنولوژی را معرفی کرد. این برگزیده‌ها آثاری ماندنی هستند. برخی از منتخبین در مسابقات دیگری مانند مسابقه اسکار بسته‌بندی نیز جوایزی کسب کرده بودند. جایزه اسکار بسته‌بندی توسط انستیتوی بسته‌بندی ایتالیا اعطا می‌شود. این جایزه بیانگر رابطه و اتحادی میان تولیدکننده و یا ارتباطی میان خلاقیت و بازار است.

● در پوش‌های بهداشتی

جایزه بخش "وسایل اضافی" Accessories به درپوش بهداشتی محصول شرکت Sebel اعطا شد. این طرح توسط پدروتی طراحی شد. این طرح طرحی بسیار ساده و در عین حال مبتکرانه است. این درب طرح‌دار دربی ساده است که برای محافظت قسمت بالایی قوطی‌های طراحی شده است. قسمت بالایی درب بیشتر در تماس با گرد و غبار و عوامل بیرونی است. هدف اولیه از ارائه این طرح کاملاً بهداشتی



HMR

ابتکاری برای انجماد کامل مواد غذایی

تولیدکنندگان محصولات غذایی آماده مصرف می‌توانند محصولات خود را به شکل یخچالی Refrigerated و منجمد FROZEN به بازار مصرف ارائه کنند. این محصولات می‌توانند برای یک وعده مصرف فرد Single serve یا یک وعده برای چند نفر و یا چند وعده برای یک نفر multi serve ارائه شوند. در سال هزار و نهصد و پنجاه و چهار میلادی بود که غذاهای آماده مصرف در سینی‌های آلومینیومی برای اولین بار در تلویزیون به نمایش درآمد و سپس به بازار عرضه شد. با گذشت زمان و پیشرفت‌های به‌دست آمده در صنایع بسته‌بندی، این محصولات در بسته‌بندی‌های مقوایی و سپس در بسته‌بندی‌های پلاستیکی به بازار ارائه شدند.

بسته‌بندی‌های سازگار با جو یا MAP نوعی بسته‌بندی است که هوای درون بسته‌بندی به بیرون مکیده می‌شود و به جای آن گازی که با آن محصول سازگاری دارد به درون بسته‌بندی تزریق می‌شود. این عمل موجب طولانی شدن عمر و نگهداری محصول می‌شود. گازهای مصرفی اکثراً نیتروژن، دی‌اکسیدکربن و ترکیبات اکسیژن می‌باشد. پس از تزریق این گازها اگر محصول درون یخچال نگهداری شوند زمان نگهداری آنها به مراتب بالا می‌رود. همزمان با ارائه این روش (MAP) در دهه هشتاد میلادی غذاهای آماده مصرف بصورت یخزده به خانه‌ها راه یافتند.

امروزه از روش MAP برای ارائه محصولاتی نظیر سالاد و دیگر محصولات در سطح خرده‌فروشی استفاده می‌شود. از آن جهت که محصولات بسته‌بندی با روش MAP تازگی خوبی دارند از بازار پرفروشی برخوردارند. اما لازم به تذکر است که این روش نه آسان است و نه ارزان. نکته دیگری که در این روش باید به آن توجه کرد کیفیت بالا و مطلوب ماده خامی است که می‌خواهد با این روش به بازار ارائه شود. ماده خام باید به طور کلی از مواد آلاینده پاک شود تا هماهنگی لازم میان محصول و گاز حفظ شود. در تمامی مراحل تولید به روش MAP باید نظارت دقیقی صورت پذیرد. چسباندن تاریخ تولید محصول و زمان پخش و تاریخ انقضا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

انتخاب روش انجماد

از آن جهت که قوانین و قواعد توزیع پیچیدگی‌های خاص خود را دارند تولیدکنندگان مواد غذایی ترجیح می‌دهند تا محصولات خود را به شکل منجمد تولید و به بازار عرضه کنند.

برخی از موجودات ذره‌بینی توانایی رشد و تکثیر در دمای پایین را دارا می‌باشند. اگر محصول تولیدی ما برای مدتی طولانی تحت شرایط انجماد نگهداری شود امکان رشد چنین عواملی پدیدار می‌آید. روش انجماد در مقایسه با روش پرهزینه MAP روشی به مراتب مقرون به‌صرفه اقتصادی است. از همین رو بسیاری از تولیدکنندگان مواد غذایی از روش MAP



روی برگردانده و به سیستم انجماد روآور شده‌اند. از نمونه‌های قابل ذکر می‌توان به شرکت نستله (Nestle inc) آمریکا اشاره کرد. دفتر مرکزی این شرکت در شهر سولون ایالت اوهایو قرار دارد. این شرکت از نخستین پیشگامان بسته‌بندی به روش MAP بوده است که سال‌درشته‌دار، غذاهای دریایی و مرغ مکزیکی را به این روش به بازار مصرف ارائه کرده بود. این شرکت از ماه سپتامبر سال هزار و نهصد و نود و هشت میلادی به ارائه محصولات خود به شکل منجمد اقدام کرده است.

شرکت نستله آمریکا به تازگی محصولاتی را با نام تجاری "Freshnes" به بازار عرضه کرده است و مدعی است که عمر نگهداری آن در مغازه بین دوازده تا چهارده روز است.

روزالین اوهرن که مسئول بخش امور غذایی شرکت نستله آمریکاست می‌گوید که سرمایه‌گذاری در خط تولید این محصول فعلاً سرمایه‌گذاری محدودی می‌باشد. بر طبق اظهارات او این محصول در ایالت اوهایو مورد آزمایش قرار گرفته

است و کیفیت بالای آن مورد تأیید قرار گرفته است اما بدون نحوه توزیع و پایین بودن زمان نگهداری آن از معایب آن محسوب می‌شوند.

اوهرن از ارائه محصول "Freshnes" به‌عنوان تجربه‌ای آموزنده سخن به میان آورده و بر ارتقاء نحوه توزیع و بازاریابی اینگونه محصولات تأکید می‌ورزد. او در ادامه می‌افزاید که "همواره امکان بازگشت و تسخیر بازار توسط محصولات منجمد وجود دارد". شرکت نستله نیز سعی دارد تا کیفیت بالایی در تولید محصولات یخچالی و منجمد به کار برد. او در تأیید اظهارات خود به رشته‌های ایتالیایی (PASTA) و یا سوسیس‌های مختلف و دیگر محصولات غذایی آماده مصرف که در بسته‌بندی‌های سازگار با جو ارائه می‌شوند اشاره می‌کند. او در ادامه سخنان خود می‌افزاید که هر چند که این محصولات به صورتی یخچالی ارائه می‌شوند ولی در صورت نیاز به نگهداری طولانی مدت تر می‌توان آنها را به شکل منجمد نیز عرضه کرد. رشته‌های ایتالیایی ساخت این شرکت که تحت نام تجاری "کونتادینو بیوتونی" Contadino Buitoni در اندازه‌های تک‌نفره و خانوادگی به بازار عرضه می‌شود دارای انواع و اقسام مزه‌های متفاوت از اسپانیایی و ایتالیایی گرفته تا مرغ سرخ شده و دیگر طعم‌ها می‌باشد.

سس‌های کوچک یک بار مصرف گرفته تا اندازه‌های بزرگ تولید و به بازار عرضه می‌شود.

کیسه‌های افقی ایستا

UP (STAND HORIZONTAL POUCH)

کارگاه‌هایی که بسته‌های مورد نیاز برای اینگونه بسته‌بندی Skillet Sen Sation را تولید می‌کنند در محل کارخانه تولید محصول Freshnes تعبیه شده‌اند و دارای قابلیت تولید انواع محصولات متنوعی است. دستگاه می‌تواند با توجه به نیاز ما بسته‌بندی‌ها را در دو نوع شش‌ضلعی گرمی و بیست و پنج گرمی ارائه کند. صفحه (وجه) جلویی این بسته‌بندی فضای مناسبی را برای ارائه تبلیغ و پیام‌رسانی فراهم کرده است. هم‌اکنون چهارده نوع محصول در این شکل از بسته‌بندی به بازار مصرف ارائه می‌شود. از انواع آنها می‌توان به گوشت پخته گوساله به همراه سیب‌زمینی سرخ شده و سبزی و سس یا نام تجاری استوفر Stoffer یا گوشت سفید مرغ و رشته ایتالیایی و سبزی با نام تجاری "استوفرزکازین" یا Stofferis Cuisine اشاره کرد. ورق مصرفی برای بسته‌بندی این محصولات به صورت از پیش چاپ شده در محل کارخانه به صورت جمعی‌هایی با قاعده سه ضلعی و پنج ضلعی تهیه و به مصرف می‌رسند.

محصول جدید شرکت HMR بر خلاف دیگر محصولاتشان قادر به تحمل حرارت اجاق مایکروویو نمی‌باشد بلکه ابتدا باید کیسه محتوی محصول را پاره کرد و سپس ماده غذایی را در تاوه‌ای گرم کرد.

شرکت آدونس فود Advance Food ایالت

اوکلاهامای آمریکا به تازگی دو نوع محصول را از طریق بسته‌بندی شرکت HMR به بازار مصرف ارائه کرده است. محصول اول فیله و سینه مرغ است که در کیسه‌های افقی ایستا و محصول دیگر برش‌هایی از سینه‌مرغ است که در سینی‌های تخت (FLAT TRAY) به بازار عرضه شده‌اند. محصول بسته‌بندی شده در سینی را می‌توان مستقیماً درون اجاق مایکروویو قرار داد. این غذاها کاملاً پخته شده می‌باشند به نحوی که می‌توان آنها را به تنهایی و یا به همراه سیب‌زمینی پخته شده، رشته و یا دیگر

محصولات مصرف کرد. هر دو نوع مرغ بسته‌بندی شده چه به شکل کیسه افقی و یا سینی در انواع و اقسام طعم‌های تنوری، کبابی، سیردار و ادویه‌دار به بازار مصرف عرضه شده‌اند. بسته‌بندی‌های هشت نفره این محصولات وزنی معادل ششصد گرم را دارا می‌باشند و در کیسه‌هایی قرار داده شده‌اند که قابلیت بسته‌شدن مجدد را دارند. این بسته‌بندی از نوع سازگار با جو یا MAP نمی‌باشد و در توزیع به صورت منجمد حمل می‌شود و در مغازه تا پانزده روز قابل نگهداری است. انتظار می‌رود تا این محصول به صورتی گسترده در تمام ایالات متحده آمریکا عرضه شود.

شرکت سازنده ماشین‌آلات بسته‌بندی مثلث Triangle دستگاه‌های پرکن Filler، جعبه‌ساز Former و درب بند Sealer دستگاه‌های کیسه افقی ایستا شرکت آدونس فود را فراهم می‌کند. این کیسه‌های افقی ایستا در مواردی که خرده‌فروشان دارای فضای کمی برای نگهداری غذاهای منجمد می‌باشند بسیار مفید است. اگر مغازه‌ای دارای فضای قابل انجماد زیادی باشد می‌تواند نسبت به خرید محصول کیسه‌ای و اگر دارای فضای یخچالی زیادی باشد می‌تواند نسبت به خرید محصول سینی شکل اقدام کند. زمان حال فرصت مناسبی است تا نسبت به سرمایه‌گذاری در هر دو نوع بسته‌بندی کیسه‌ای و سینی شکل اقدام کرد زیرا آینده روشنی پیش روی اینگونه محصولات غذایی است.

Modified Atmosphere Packaging - 1



به نقل از مجله
Beverage Machines
ترجمه علی منطقی

بازار بسته‌بندی فلزی از طرق گوناگونی اشباع شده و چند سالی است که این حالت بر بازار حاکم است. از نقطه نظر ملی و بین‌المللی قیمت سهام تقریباً ثابت باقی مانده و حالتی یش آمده‌است که تقریباً راه‌گزینی به نظر نمی‌رسد. از همین رو هیچ رشد اقتصادی چشمگیری در این زمینه به چشم نمی‌خورد. بطور کلی رشد در این زمینه کند است ولی در عین حال تولیدات تکنولوژیکی در این زمینه در حال گسترش و رشد است. شرکتهای ایتالیایی میل دارند که بیرون از سیطره کارخانجات بزرگ باشند و یا اینکه جزئی از آنها باشند و به تولید حجم انبوهی از محصولات مصرفی برای داخل و خارج کشور بپردازند. به نظر می‌آید قوطی‌های فلزی در بخش مواد غذایی و نوشابه‌ها جای خود را یافته‌اند و بعید به نظر می‌رسد که بی‌نی‌تی قادر باشد در آن بخشها جای فلز را بگیرد. حتی فرض چنین چیزی نیز برای آینده نزدیک دور از واقعیت است و به نظر می‌آید که فقط روغن نباتی است که می‌توان آن را به آسانی در بی‌نی‌تی بسته‌بندی کرد تمام مواد غذایی که باید از مراحل حرارتی عبور کنند و پاستوریزه و استریلیزه شوند به نحوی باید توسط فلز بسته‌بندی شوند. تولیدکنندگان بی‌نی‌تی علاقه شدیدی به بازار آبجو و نوشابه‌های غیرالکلی نشان می‌دهند ولی تغییر عمده در بازار به‌سوی بی‌نی‌تی قدری دور ذهن است. در عوض، بسته‌بندی‌های فلزی به سوی تغییر بنیادین یش می‌روند که طی این روند شکل ظاهری آنها قدری دستخوش تغییر خواهد شد. ولی محتوای داخلی آنها تغییر نخواهد کرد.

تحقیقاتی که در ده سال گذشته در بازار قوطی‌های فلزی ایتالیا نشانگر اشباع بودن بازار است. بر اساس گزارشات مؤسسه ANIMA برای اولین بار از سال ۱۹۹۲ به این سمت میزان تولید قوطی‌های فلزی به زیر

پنج میلیارد قوطی در سال رسیده است. اوج تولید این محصول با میزان پنج میلیارد و چهار صد هزار قوطی در سال ۱۹۹۵ بوده است. طی سال‌های اخیر میزان تولید همواره در حال کاهش است. این کاهش تولید عمدتاً به دلیل بحرانهای اقتصادی است. وقوع تابستانی گرم، یا تابستانی پر باران می‌تواند اثری مثبت و یا منفی حدود سیصد تا چهار صد میلیون قوطی در سال داشته باشد. اگر یش‌بینی‌های هواشناسی به طور سالیانه منتشر شود مثلاً گفته شود که امسال سال پربارانی است برخی از محصولات با یک سرعت سریع نسبت به این تغییر واکنش نشان می‌دهند. مثلاً رب گوجه‌فرنگی از این دست محصولات است.

تغییر عادات غذایی و ذائقه مردم نیز می‌تواند در میزان مصرف یک محصول مانند گوجه‌فرنگی مؤثر باشد. مسائل اقتصادی بین‌المللی از همه عوامل فوق نقش تعیین‌کننده‌تری دارد. شرایط اقتصادی بین‌المللی طی پنج سال اخیر چندان هم مناسب و موافق نبوده است ولی امید بر آن است که وضع اقتصادی اروپا تا سال ۲۰۰۰ قدری مناسب‌تر شود.

هم‌اکنون آمریکا شکوفاترین دوران اقتصادی تاریخ خود را سپری می‌کند ولی با این وصف بازار قوطی‌های فلزی در آنجا هم چندان جالب نیست. این امر از آن جهت است که کشورهای جنوب شرقی آسیا، روسیه و برزیل هنوز در بحرانهای اقتصادی به سر می‌برند. سال ۱۹۹۷ میلادی در مقایسه با سال ۱۹۹۶ سال چندان بدی نبوده است و تولید قوطی‌های فلزی در مقایسه با سال ۱۹۹۶ افزایش رشد نشان می‌دهد. معمولاً سالهایی را که از لحاظ تولید چندان پررسان نبوده‌اند سال انتقال می‌نامند. مطالعه آمار و ارقام سال ۱۹۹۸ نمایانگر نوعی رکود از نوع متوسط زمانی است. حتی میزان اندک

بافته‌های آماری مؤسسه انفیما درباره تولید ظروف درب‌دار OPEN TOP (واحد هزار)

	۱۹۸۹	۱۹۹۰	۱۹۹۱	۱۹۹۲	۱۹۹۳	۱۹۹۴	۱۹۹۵	۱۹۹۶	۱۹۹۷
گوجه‌فرنگی پوست‌کنده و رب گوجه‌فرنگی	۹۷۲۵۴۵	۸۸۵۴۰۶	۸۵۱۷۰۳	۷۸۱۰۱۳	۹۰۴۶۰۰	۱۱۵۸۰۳۰	۱۱۰۳۳۵۹	۱۱۲۸۵۵۶	۱۰۲۰۸۹۸
کنسانتره گوجه‌فرنگی	۷۱۹۶۳	۱۰۳۶۴۳	۱۰۳۳۷۳	۹۸۸۲۴	۱۱۱۶۱۴	۱۰۱۲۱۴	۱۰۱۱۸۰	۹۴۲۳۰	۸۲۸۲۴
آب گوجه‌فرنگی و سبزیجات	۳۶۷۰	۲۰۰۰	۱۱۰۳	۴۶۰۰	۲۶۰۰	۸۰۰	۵۰۰	۲۲۷	۵۰۰
چاشنی‌های مختلف	۴۲۴۲۹	۳۶۷۰۵	۴۳۸۰۸	۴۱۸۴۲	۳۷۹۴۶	۳۶۶۶۳	۲۵۰۷۹	۳۰۹۲۱	۲۴۹۴۵
سوپ‌ها	۱۴۵۹۹	۱۵۰۹۲	۲۵۸۷۵	۱۹۹۱۶	۱۷۶۰۴	۱۲۵۱۱	۱۱۰۰۰	۸۳۲۶	۹۸
آبمیوه‌ها	۹۲۱۴۹	۱۱۸۵۹۵	۱۳۷۹۲۲	۱۳۴۳۶۶	۹۰۰۰۰	۶۸۳۳۵	۷۴۶۸۸	۷۵۸۳۸	۷۹۰۸۹
کمپوت میوه، مرباهای جامد	۱۴۲۸۴۶	۱۶۳۳۸۲	۱۷۱۴۷۹	۲۳۱۰۸۹	۱۹۴۰۴۱	۲۲۰۸۱۵	۱۷۳۹۹۳	۲۰۷۰۹۸	۱۷۵۰۷۹
حبوبات تازه و عمل‌آوری شده	۲۱۶۶۹۶	۱۶۵۱۵۷	۲۰۲۶۴۵	۲۴۷۰۷۹	۲۲۹۰۱۷	۲۳۵۵۴۴	۲۵۹۵۵۷	۳۴۴۷۸۶	۳۳۲۶
محصولات تن و سایر ماهی‌ها	۵۹۰۵۳۷	۵۹۳۶۷۵	۶۳۶۴۱۱	۶۸۶۶۳۷	۶۵۵۵۴۹	۶۹۹۶۶۴	۶۵۴۶۳۰	۶۷۳۱۲۱	۶۵۴۲۶۷
قهوه	۱۸۵۱۰	۲۳۸۵۰	۲۲۶۹۶	۲۲۶۶۶	۲۴۴۱۵	۲۳۶۷۲	۱۹۲۴۱	۲۱۳۶۶	۲۳۱۵۶
آبجو و نوشابه‌های سبک	۱۵۰۷۰۰۰	۱۶۰۲۶۸۵	۱۸۱۱۸۰۰	۱۹۳۳۰۰۰	۱۹۹۹۰۰۰	۲۱۵۱۰۰۰	۲۰۷۰۰۰۰	۱۶۵۵۵۹۵	۱۷۶۰۰۰۰
گوشت و محصولات مشابه	۲۱۲۲۱۰	۲۳۱۵۶۰	۲۳۶۰۲۶	۲۴۵۸۷۵	۲۹۵۹۲۶	۲۱۳۰۲۳	۲۱۰۳۹۵	۱۱۰۳۷۰	۱۳۲۴۰۳
روغن‌های خوراکی و معدنی	۴۳۰۰۰۰	۴۲۵۰۰۰	۴۳۰۰۰۰	۴۴۰۰۰۰	۴۸۵۰۰۰	۴۸۰۰۰۰	۴۸۰۰۰۰	۴۶۵۰۰۰	۴۵۰۰۰۰
خوراکی‌های در روغن و نمک‌سود	۲۱۸۵۲	۱۳۱۴۵	۱۷۷۶۹	۲۳۱۱۰	۲۶۱۹۲	۳۸۸۸۷	۳۳۵۰۹	۱۹۷۸۸	۳۲۹۹۸
تنقلات	۷۴۴۰۷	۷۳۳۱۷	۷۱۷۳۶	۸۱۶۷۳	۱۱۲۸۰۴	۱۲۵۰۸۴	۱۵۲۱۶۰	۲۲۹۲۵۷	۲۴۸۱۳۴
سایر	۲۴۵۲۳	۲۱۲۰۰	۲۵۷۰۰	۲۸۱۰۰	۳۲۶۸۰	۲۱۴۰۰	۲۱۷۰۰	۱۹۶۱۸	۱۷۶۹۵
جمع کل	۴۴۳۵۹۳۷	۴۴۷۳۴۱۲	۴۷۹۰۰۴۷	۵۰۱۲۸۰۰	۵۱۲۸۹۸۸	۵۴۸۶۶۵۲	۵۲۸۱۰۹۱	۵۰۰۴۰۹۷	۴۹۲۴۳۴۴

پالت‌ها جزو بازیافتی‌ترین مواد در آمریکا هستند

تحقیقی که اخیراً صورت پذیرفته است نشان دهنده این امر است که ۷۱ درصد از پالت‌ها مجدداً مورد استفاده قرار می‌گیرند. پالت یکی از بازیافتی‌ترین مواد در آمریکا است. قوطی‌های فلزی نوشابه با ۶۶/۵ درصد، کاغذ با ۵۰ درصد بازیافت و لاستیک یا زیر بیست درصد بازیافت در مراحل پائین تر قرار دارند. این امر باعث شده است تا به اهمیت بازیافت پالت‌ها پی برده شود. میزان و تعداد پالت‌هایی که در مراکز دفن زباله به دور ریخته می‌شوند نشان دهنده رشد سیستم بازیافت پالت‌ها می‌باشند. این امر تا بدانجا گسترش یافته است که بسیاری از مؤسسات نسبت به تعمیر و بکارگیری مجدد پالت اقدام می‌کنند. این آمار از نظرسنجی انجام شده از مصرف کنندگان پالت بدست آمده است.

در این نظرسنجی از آنها پرسیده شده بود که:

- ۱- در شما در چه مواردی از آنها استفاده می‌کنید؟
- ۲- آیا آنها آسیب دیده‌اند؟
- ۳- لطفاً مشخص کنید که چند درصد آنها بازیافت شده و یا مدفون شده‌اند؟

این بخشی از بررسی انجام شده در مورد بررسی مواد مصرفی در نقل و انتقال (NWPCA) است که توسط یک مؤسسه تحقیقاتی کهنتر انجام شده است. نتایج کامل مطالعات انجام شده برای استفاده کنندگان از پالت، با پرداخت ۱۹۵ دلار قابل خرید است. برای سفارش نسخه مورد نظر با پست الکترونیک palletmbr@aol.com یا فکس 703 527 7717 و تلفن 705 527 7667 تماس حاصل فرمائید. NWPCA یک انجمن بین‌المللی متخصصان تولیدکنندگان، بازیافت‌کنندگان و توزیع‌کنندگان پالت و دیگر مواد مصرفی در حمل و نقل است. این مؤسسه به اعضای خود با فراهم آوردن راه‌حل‌هایی اقتصادی، بهبود شرایط زیست محیطی و دیگر راه‌حل‌ها کمک‌های زیادی کرده است.

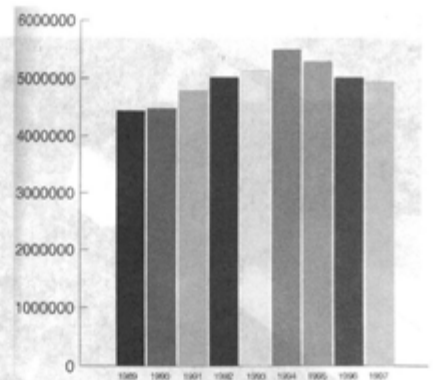
افزایش یافته است. به همین خاطر سال ۱۹۹۷ برای صنعت رُب سال گذر از بحران بوده است. توسعه احتمالی چیست؟

با وجود رسیده بودن بازار هنوز بازار کاملاً اشباع نیست و جاهایی برای رشد کردن باقی است. قوطی‌های فلزی که دارای طرح گرافیکی می‌باشند با استقبال خوبی روبرو شده‌اند. منظور از ارائه چنین بسته‌بندی‌هایی دلپذیر کردن محصول ارائه شده است. این مسئله از نظر تخصصی چندان هم دارای اهمیت نیست. تمام تلاش‌ها با کمک پیشرفتهای تکنولوژیکی و نوآوری‌های تخصصی در جهت کاهش هزینه تولید است.

این کاهش هزینه نهایتاً منجر به سبک‌تر شدن وزن بسته‌بندی می‌شود. با وجود گذشت دو قرن از ارائه اولین قوطی فلزی باید انتظار داشت تا قوطی‌های فلزی در آینده سبک و سبک‌تر شود.

هزینه مواد خام

حتی با در نظر گرفتن پیشرفتهای اتوماسیون صورت گرفته در این زمینه باز هم قیمت مواد خام آماده مصرف بالا است. در سال ۱۹۹۳-۹۵ بازار مواد خام بسیار دچار نوسان بود. این نوسان به دلایل مختلف بوده است که از آن جمله بحران پولهای اروپایی را می‌توان نام برد. در ایتالیا مراحل تولید آلومینیوم کاملاً وارداتی است و به همین خاطر شدیداً تحت تأثیر نوسانات ارزی است. در آغاز ماه مارچ در بازار فلز انگلستان قیمت آلومینیوم به حداقل میزان خود رسید. کاهش بهای آلومینیوم امری غیر قابل اجتناب به نظر می‌آید. فویل‌های فلزی توسط شصت درصد کشورهای اروپایی به ویژه فرانسه و هلند وارد می‌شود. حال با ایجاد یورو ثبات بیشتری را می‌توان پیش‌بینی کرد. در دو سال اخیر اثرات مثبت پول واحد اروپایی در حال ظهور بود. امروزه با تولد یورو هر گونه تغییر نرخ ارز بر قیمت آلومینیوم بی‌تأثیر خواهد بود که این نیز به نوبه خود موجب ثبات بیشتر خیال تولیدکنندگان می‌شود. بدین شکل تغییرات وابسته به نرخ ارز در این صنعت به حداقل خواهد رسید. ■



● نمودار گرافیکی تولید ظروف درب‌دار OPEN TOP (قوطی‌های فلزی و امثال آنها)



جایجایی در این ارقام نیز نمی‌تواند اثر چندان تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. در مورد آینده هم چندان نباید با دیده خوش‌بینی نگریت. برخی از شرکتها چندان هم وضعیتشان بد نبوده است مثلاً به علت افزایش مصرف رب در سال ۱۹۹۷ به میزان بیست درصد مصرف ظروف آن نیز به همین میزان

معرفی یک کتاب

نقطه عطفی در تاریخ ساخت کاغذ

برای پانصد سال کاغذسازان اروپایی فقط می‌توانستند آن چیزی که به آن کاغذ پهن شده (Laid Paper) می‌گفتند بسازند. در سال هزار و هفتصد و پنجاه و هفت جان بسکرویل (John Baskerville) در کتاب معروف خود به نام Virgil بر روی نوع تازه‌ای کاغذ به نام «ووو» (Wove) که در اروپا به نام کاغذ ولین شناخته می‌شود اشاره کرد. اکنون ما می‌دانیم که این کاغذ توسط جیمز واتمن (James Whatman) ساخته شده بود. بیست و پنج سال بعد یعنی در سال هزار و هشتصد و هشتاد تولید کاغذ «ووو» در سرتاسر کارخانه‌های انگلستان رواج پیدا کرد و در آمریکا و فرانسه نیز اشاعه پیدا کرد. تمام این تغییرات درست یک دهه قبل از ساخت کاغذ توسط ماشین‌آلات صورت پذیرفت. با تکامل ماشین‌های ساخت کاغذ در سال هزار و هشتصد و هفت دیگر هیچگاه کاغذ «ووو» با روش گذشته تولید نشد. هم اکنون ۹۹ درصد کاغذ تولیدی در سطح جهان به این روش تولید می‌شوند.

The Whatmans and Wove (Velin) Paper by John Balston

واتمن و کاغذ «ووو» - نوشته جان بالستون

این کتاب مدارک مستند و کاملی از ابداع جیمز واتمن در مورد کاغذ ووو ارائه می‌کند. پیشرفتی که در اثر این ابداع حاصل بشریت شد توسط مطالعه این کتاب مشخص می‌شود. این کتاب می‌تواند به عنوان مرجعی برای افراد علاقه‌مند به تاریخ ساخت کاغذ و تکنولوژی آن و امثال آن به حساب آید.

IRAN'S
PRINTING
PACKAGING
INFORMATION
CENTER
(IPIC)

ارتباط خود با دنیای بسته‌بندی را از طریق
مرکز اطلاعات چاپ و بسته‌بندی ایران
در شبکه جهانی اینترنت تقویت کنید

IRAN'S
PRINTING
PACKAGING
INFORMATION
CENTER
(IPIC)

راحتی و انعطاف پذیری در راه اندازی دستگاه به متصدی این امکان را می دهد که سیستم را بر روی بسته بندی شش، دوازده یا بیست و چهار عددی بطری های پانصد میلی لیتری تنظیم کند. این امر برای برخی شرکت های لبنیات به خاطر انتخاب سیستم چاپ اهمیت دارد. برای مثال یک شرکت لبنیاتی از دو دستگاه "هارلندزستا" در بخش شیرهای مزه دار برای بارکدگذاری بسته های ۱۲ و ۲۴ تایی بطری استفاده می شود. این شرکت انگلیسی شیر مزه دار با طعم های موز، توت فرنگی و شکلات در اندازه های ۲۵۰ و پانصد سی سی را عرضه می دارد.

مسئول بخش مهندسی تولید شیر مزه دار اعلام می کند؛ نیت اصلی در پشت راه اندازی این سیستم بسیار عظیم بود. ما احتیاج داریم تا بازدهی و تولید خود را با نیاز روزافزون بازار هماهنگ سازیم، و در عین حال سعی داشته باشیم تا با استانداردهای EAN - 128 هماهنگی داشته باشیم.

کاربر operator قرار داده شده در دستگاه این امکان را می سازد تا خود این کاربر بدون نیاز به انسان مراحل را اصلاح کند. سیستم "هارلندزستا" امکان ذخیره سازی تعداد زیادی بارکد را در خود دارد. امکان انتخاب از میان تعداد زیادی



قبل را انجام می دهد و علاوه بر این سرعت عملیاتی آن بیش از انتظار اعلام شده از سوی کارخانه است.

دستگاه مدل BFB - 3721 به گونه ای طراحی شده است که قابلیت کار با فیلم و کاغذ را به صورت همزمان دارا است. در شرکت شکلات سازی تورن تونز بسته بندی های شکلات به شکل فیلم شفاف و یا بسته بندی کادویی با سرعت افزون بر شصت جعبه در دقیقه تا می شود. این واقعیت که دستگاه می تواند با دو نوع ماده اولیه کار کند نشانگر این مزیت است که در فصول پرتراکم مانند ایام نزدیک به اعیاد و یا سال نو می توان خط تولید را بر روی یک ماده اولیه (کاغذ یا فیلم) تنظیم کنیم تا سرعت تولید بالا رود. در این سیستم امکان خاموش کردن واحد کنترل توزین نیز وجود دارد تا سرعت خط تولید بالاتر رود. اخیراً شرکتی که تولیدکننده غذاهای دریایی است از سیستم بسته بندی استفاده کرده است که به صورتی بسیار فشرده تمام عملیات را انجام می دهد. این عملیات شامل شانزده مرحله متفاوت متجمله توزین، برجسبگذاری، سیستم کنترل کیفیت ساخت شرکت هربرت سافالک انگلستان (۳) می باشد. شرکت غذای دریایی کامبریان (۴) از دستگاه توزین و برجسبزن H - 12600 به اضافه دو دستگاه برجسبزن هوشیار و دو دستگاه فلزیاب و دستگاه توزین بسته بندی و هفت دستگاه برجسبزن / توزین از مدل OCM استفاده کرده است. دستگاه توزین به صورت سری یا سیستم هربرت PAWS (۵) که قابلیت کنترل و ارزیابی محصول را دارد بسته می شود. شرکت غذایی دریایی کامبریان که در مری پورت انگلستان (۶) قرار دارد در تهیه و توزیع انواع ماهی مانند ماهی دودی و آردزده به صورت انبوه و فله به خرده فروشان و فعالیت دارد. نحوه تولید به شرت خودکار از دستگاه H - 12600 برجسبزنی محصولات خود استفاده می کند. این در حالی است که برای بسته بندی های با وزن مشخص و ثابت از دستگاه HC - 3600 استفاده می شود. این دستگاه قابلیت چاپ و چسباندن صد و پنجاه برجسب در دقیقه را دارد. این دستگاه قابلیت تغییر متون را دارد چون آنها را در حافظه خود ذخیره کرده است. این متن ها می توانند شامل کد محصول، قیمت ها، نام مغازه و غیره باشد. این سیستم برای کارخانجاتی از این نوع که محصول خود را برای مشتریان متفاوتی ارسال می دارند، بسیار مناسب است. بنا به اظهار نظر مدیر شرکت غذای دریایی کامبریان اطلاعات حاصله از این سیستم بسیار خوب و قابل استفاده است.



طعم ها، قیمت ها و نام ها برای این دستگاه امکان پذیر است. محصولات شرکت لبنیاتی کرسن با برجسبگذاری بسیار دقیق سیستم های "هارلندزستا" استفاده از یک نوع خط تولید ساخت شرکت هربرت این امکان را برای شرکت غذای دریایی کامبریان فراهم آورده است تا بتواند پاسخگوی تولید چند محصول در زمان واحد باشد. ■

عکس بالا: یک دستگاه تاکن که در شرکت شکلات سازی تورن تونز شصت بسته در دقیقه را تازه و بسته بندی می کند.

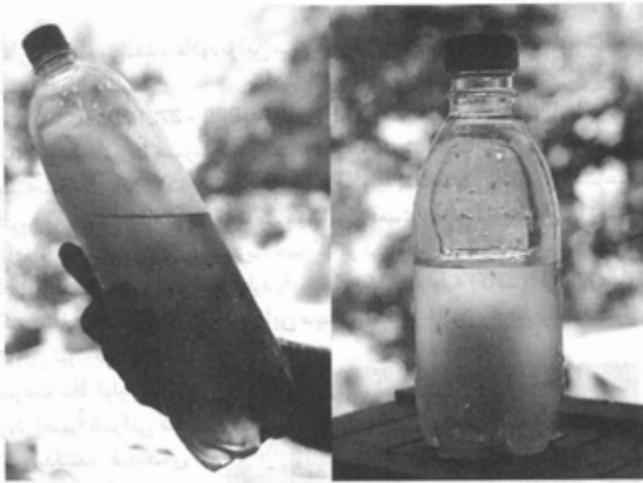
- پا نوشت:
- 1 - Packaging Machinery Manufacturers Institute (PMMI)
 - 2 - Kings Lynn - Grimsby - U.K
 - 3 - Thorntons - Derbyshire - U.K
 - 4 - Herbert Grap - Suffolk. U.K
 - 5 - Cumbrian - Seafoods
 - 6 - Product Average Weighing System
 - 7 - Many Port/ U.K

شیرزاد

تولید کننده انواع دستگاه های شرینگ پک، شرینگ تونلی، محفظه ای، سربطری و استرچ پالت

SHIRZAD CO
The Manufacturer of Shrink machines
P.O.Box: 14515 - 431 Tehran Iran
Phone: +98 2697 3757 Fax: +98 21 4412621
<http://www.iran-central.net/iranpack/shirzad.htm>
آدرس: کیلومتر ۶۵ اتوبان تهران - قزوین، شهر صنعتی هشتگرد، خیابان یکم، شرکت شیرزاد
صندوق پستی: تهران ۴۳۱-۱۴۵۱۵
تلفن: ۰۲۶۹۷ ۳۷۵۷-۳۷۵۷-۹
نمابر تهران: ۴۴۱۲۶۲۱
تلفن همراه: ۰۹۱۱۲۲۰۷۹۱۱ - ۰۹۱۱۲۰۲۰۳۲۶

انواع دوخت های شرینگ تونلی		مدلها و ابعاد ورودی کوره های شرینگ تونلی			
مدل	شماره	ابعاد ورودی ارتفاع	عرض	مدل	شماره
دستی	۰۱			۳۰۰۰	۰۱
نیمه اتوماتیک	۰۲		۳۵	۶۰۰۰	۰۲
تمام اتوماتیک	۰۳		۴۵	۹۰۰۰	۰۳
تمام اتوماتیک در امتداد خط تولید	۰۴		۵۵	۱۲۰۰۰	۰۴
تمام اتوماتیک ردیف کننده افقی	۰۵		۶۵	۱۵۰۰۰	۰۵
تمام اتوماتیک ردیف کننده عمودی	۰۶		۷۵	۱۸۰۰۰	۰۶
دوخت مخصوص اجسام گرد	۰۷		۸۵	۲۱۰۰۰	۰۷
دوخت مخصوص لنت ترمز کشکی	۰۸		۹۵	۲۴۰۰۰	۰۸
چهار طرف دوخت دستی	۰۹		۱۰۵	۲۷۰۰۰	۰۹
چهار طرف دوخت اتوماتیک	۱۰		۱۱۵	۳۰۰۰۰	۱۰
			۱۲۵		



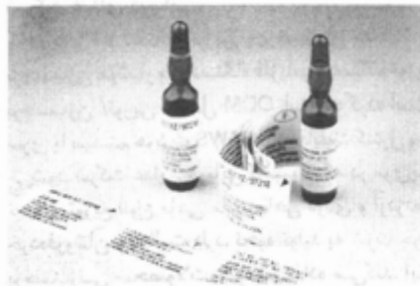
بطری‌های پی‌تی‌ئی PET و کاربرد متفاوت آن در تابستان

حتماً برای شما هم پیش آمده که در یک بعدازظهر تابستان در خیابان تشنه باشید و با حسرت به دنبال آب خنک و پاکیزه بگردید. بسیاری از مردم به دلایل گوناگون هنگام تشنگی در خارج از منزل، از نوشیدن نوشابه یا آب موجود در منبع‌های آب امتناع می‌کنند. بعضی از این افراد هم فقط با لیوانهای شخصی از آب‌سردکن‌ها یا منبع‌های آب خنک استفاده می‌کنند. البته همیشه آب‌سردکن یا منبع آب خنک در دسترس نیست.

قمقمه‌های معمول با ابعاد و اندازه‌هایی که دارند بیشتر پاسخگوی کودکان و نوجوانان هستند و حمل آنها در کیف خانمها یا آقایان چندان آسان نیست. باید بتوان ظرفی را پیدا کرد که سبک و خوش‌دست بوده و بتوان آب خنک را تا چند ساعت در آن نگه داشته و حمل و نقل کرد.

به نظر می‌رسد بطری‌های پی‌تی‌ئی به این نیاز نه چندان مهم و اساسی پاسخی مناسب داده‌اند. امروزه بطری‌های پی‌تی‌ئی که آب در آن منجمد شده بهترین ظرف برای نگهداری و حمل و نقل سبک آب خنک می‌باشد.

امروزه بعضی افراد را می‌بینیم که یک بطری متوسط یا کوچک از جنس پی‌تی‌ئی که قبلاً در آن نوشابه بوده‌است در کیف یا ساک خرید خود حمل می‌کنند و هنگام عطش از یخ آب‌شده درون آن استفاده می‌کنند. این کار در هر لحظه و هر کجا امکان‌پذیر است. فرقی نمی‌کند در محل کار باشد یا صف اتوبوس، روی صندلی اتوبوس و یا تاکسی یا در فروشگاه و خیابان. موضوع به همین سادگی است که ظرف را پر از آب کنی و در یخدان قرار دهی تا آب درون آن کاملاً منجمد شود و بعد آن را با خود حمل کنی. تا زمانی که یخ کاملاً آب نشده می‌توانی جرعه‌های آب یخ بنوشی. اما این کار یک ابتکار جدید و خاص نیست، و پیش از این هم می‌شد این کار را کرد. اما اگر دقت کنیم می‌بینیم که در واقع هیچگاه مجموعه عوامل بطور کامل این امکان را فراهم نمی‌کرد، یک بطری کوچک و سبک از جنس پی‌تی‌ئی با شکلی دلنشین و درپوشی محکم این امکان را فراهم می‌آورد که فقط وزن آب حمل‌شده را تحمل کنید نه وزن بطری را، بطری پی‌تی‌ئی انعطاف‌پذیر است و نمی‌شکند. با محکم بستن درب پلاستیکی بطری آب به بیرون نفوذ نمی‌کند و یخ درون آن دیر آب می‌شود. جمع‌وجور و خوش‌دست است و در اندازه‌های مختلف نیز در بازار یافت می‌شود. مجموع این عوامل باعث شده‌است که استقبال از حمل و نقل آب یخ در این بطری‌ها بطور محسوسی افزایش یابد.



هشت زبان در یک برچسب

آزمون‌های بالینی داروهای جدید به طور هم‌زمان در چند نوبت در کشورهای مختلف انجام می‌پذیرد. از آن جهت که ما نمی‌دانیم این دارو در کدام کشور آزموه خواهد شد اطلاعات لازم برای نصب روی بسته دارو باید به چند زبان مختلف بر روی دارو نصب شود. این مشکل با دفترچه برچسب ساخت شرکت شراینر حل شده‌است. این دفترچه می‌تواند ۶۸ صفحه را زیر برچسب روی ظرف دارو بچسباند. این مشکل هنگامی دشوارتر می‌شود که محصول ما شیشه‌های آمپول سه میلی‌لیتری باشد.

برای ارائه راه‌حل شرکت شراینر برچسب کوچک تازه‌ای بنام برچسب اروپایی به بازار ارائه کرده‌است. این برچسب چند برگه، فضای کافی برای ارائه اطلاعات کافی به سه زبان اصلی بر روی شیشه سه میلی‌لیتری در اختیار می‌گذارد. امکان چاپ اطلاعاتی مثل تاریخ انقضا، شماره تولید و اطلاعات دیگر توسط چاپگر لیزری بر روی آن وجود دارد.

برچسب اروپایی برای خطوط تولید اتوماتیک نیز کاربرد دارد از طریق منفذی پنجره مانند میزان محلول باقی مانده در شیشه آمپول دیده می‌شود. از طریق جدول راهنما مصرف‌کننده به راحتی می‌تواند زبان مورد نظر خود را بیابد.



شکل‌گیری یکی از بزرگترین کارخانجات بطری پرکنی جهان

قرار بر آن است به زودی صنایع بطری‌پرکنی جدیدی در شهر دانی Downey، در نزدیکی شهر لس‌آنجلس آمریکا شروع به کار نماید. راه‌اندازی این کارخانه بر تقسیم فضاهای تولیدی به میزان قابل توجهی خواهد افزود. فضای ساختمانی اعم از کارگاه و انبار از بیست و پنج هزار و پانصد و یازده مترمربع به پنجاه هزار و سیصد و شصت و هفت متر مربع افزایش خواهد یافت. بر اساس برنامه زمان‌بندی شده قرار است این کارخانه تا پایان ماه اکتبر ۱۹۹۹ میلادی به مرحله بهره‌برداری کامل برسد. تکمیل این طرح توسعه باعث مبدل شدن این مجتمع به بزرگترین کارخانه بطری پرکنی در ساحل غربی ایالات متحده و یکی از بزرگترین کارخانه‌های بطری پرکنی در سطح جهان خواهد شد. احداث این ساختمان امکان راه‌اندازی یک خط تولید نوشابه فله‌ای را برای شرکت کوکاکولا فراهم می‌آورد. راه‌اندازی این خط ظرفیت تولید سالانه را از هفتاد میلیون نوشابه به صد میلیون نوشابه افزایش خواهد داد.

طبق اظهار نظر سخنگوی شرکت نوشابه‌سازی کوکاکولا در شهر "دانی" کارخانه مذکور صرفاً به تولید نوشابه فله‌ای اشتغال دارد ولی با آغاز به فعالیت حوزه‌های تازه تأسیس نوشابه‌های شیشه‌ای نیز در این مرکز تولید و به بازار عرضه خواهد کرد.



شرکت کراون کورک CROWN CORK و بحران کاهش فروش

شرکت کراون کورک که شرکت قوطی‌سازی کارناد Carnavd Metal Box هم به آن تعلق دارد با وجود کاهش میزان فروش و احتساب سود پیش از پرداخت مالیات سه ماهه اول سال ۱۹۹۹ میلادی هنوز در مقایسه با دیگر شرکت‌های مشابه آمریکایی از وضع خوبی برخوردار است.

میزان فروش امسال با ۱/۷۹۳ میلیارد دلار در مقایسه با میزان فروش سال گذشته یعنی ۱/۸۹۲ میلیارد دلار کاهش قابل توجهی را نشان می‌دهد و این در حالی است که سود پیش از پرداخت مالیات از ۶۷/۹ میلیون دلار آمریکا به ۵۹/۵ میلیون دلار آمریکا کاهش یافته است.

با وجود تمام این تفاسیر این شرکت با اخذ تدابیری توانست هزینه‌های مازاد را کاهش داده و شاخص فعالیت را از ۸/۲ به ۸/۵ درصد افزایش دهد.

زیان مالی وارده ناشی از سقوط قیمت سهام در کشور برزیل از دلایل مهم کاهش سوددهی در سه ماهه اول امسال بوده است.

نتایج حاصله در سه ماهه اول امسال گواهی بر تلاش این مؤسسه در خروج از شرایط سخت بازار شش ماهه دوم سال ۱۹۹۸ میلادی در خارج از آمریکا بوده است. اما مسئولان شرکت در تلاش هستند تا بهای سهام خود را در بازار سهام بالا ببرند. این مطلب را آقای آوری Avery می‌گوید.

بازار اروپا با ۸۳۵ میلیون دلار در مقایسه با سال قبل یعنی ۸۹۰ میلیون دلار سود کمتری را عاید شرکت کرد. علت این قضیه عدم توجه لازم و مقتضی به صنعت مخازن پلاستیکی HDPE و واگذار کردن آن به شرکت رقیب یعنی گراهام Graham بود که مواد اولیه مصرفی ارزنتری را مصرف می‌کرد. واگذاری بازار این محصول شاخص کار را از ۱۲/۲ به ۱۰/۳ درصد کاهش داد.

قوطی‌های فلزی نوشابه به علت روند افزایشی مصرف در یونان و اسپانیا رشدی سه درصدی داشت. صنعت قوطی کنسرو به علت رکود حاکم بر بازارهای اروپای شرقی رشد چندانی نداشت و این در حالی بود که صنایع مرتبط با این امر مثل صنایع افسست ایتالیا و آلمان از رشد قابل توجهی برخوردار بودند. بررسی قیمت‌گذاری کنسرو در سال ۱۹۹۹ میلادی نشان‌دهنده رقابت شدید حاکم بر این صنعت می‌باشد. صنعت قوطی حشره‌کش به علت عرضه طرح‌های جدید ۱۸ درصد کاهش نشان می‌دهد. بسته‌بندی‌های آرایشی و بهداشتی نتایج آمیخته‌ای را نشان می‌دهد. بطری‌های PET رشد زیادی را در کشورهای هلند و ترکیه نشان می‌دهند.



بسته‌بندی غذاهای آماده

نیاز روزافزون به مواد غذایی آماده طبعاً به معنای بازار رو به رشد مواد بسته‌بندی به اشکال مختلف است. تلاش شرکت‌ها همواره این بوده است که بهترین و جذابترین نوع بسته‌بندی‌ها برای عرضه در مغازه‌ها ارائه دهند.

مواد بسته‌بندی برای تازه نگاهداشتن محصولات غذایی باید دارای ویژگیهای خاص باشند بخصوص اگر جنس آنها نازک هم باشد. نازکی، شفافیت، ارزانی قیمت و مشخصات خوب و سهولت بازکردن آنها باعث شده است یک گروه صنعتی سوئدی در جستجوی محصولی با تمام این ویژگیها باشد. این گروه که A&R نام دارد دارای طیف وسیعی از محصولات است که پاسخگوی نیاز بسیاری از صنایع غذایی است. موفقیت این شرکت مدیون تهیه ماده مصرفی سازگار با دستگاه با قیمت رقابتی مصرف‌کننده است. برای بهبود کیفیت آزمایشات مستمری بر روی محصولات صورت می‌گیرد تا از قابلیت نگهداری مواد غذایی توسط آنها اطمینان حاصل شود.

ظروفی با قسمت تحتانی مقوایی نیز برای خرید عرضه شده‌اند. این ظروف برای مواردی به کار می‌روند که احتیاج به جریان هوا باشد. این شرکت قادر به ارائه ظروف یکبار مصرف با ته رنگی که در مقابل شرایط جوی دشوار مقاومت نیز می‌باشد. دیگر محصول این شرکت نوعی ماده مصرفی به نام APET است که با وزن کمتر قابلیت پهن شدن و کشیده شدن زیادی دارند. این محصول هم از نظر اقتصادی و هم زیست محیطی محصولی جدید و موفق می‌باشد. این محصول شکل‌پذیری مناسبی در مقابل حرارت از خود نشان می‌دهد و توسط تمامی دستگاههای FFS قابل استفاده است.

این شرکت و مؤسسه‌های وابسته درآمدی حدود ۲/۴ میلیون کرون سوئد و پرسنلی حدود سه هزار نفر را در بر می‌گیرد. ظرفیت تولید در چهارده کارخانه پراکنده شده است که دفتر مرکزی آن در شهر لوند کشور سوئد است. این مؤسسه عضو شرکت جهانی مهندسی کاغذ می‌باشد.



اندازه‌گیری ابعاد بسیار کوچک در سیستم کنترل تولید دارو

سیستم کنترل جدید خودکار که نام آن Vicon می‌باشد می‌تواند ماشین را به صورت خودکار روشن نماید. این سیستم کنترل شامل سنسجش پارامترهای فیزیکی قرص تولیدشده مثل وزن، سختی، ضخامت و شعاع است. واحد کامپیوتر مرکزی در یک پردازشگر از نوع اینتل پنیتوم (Intel Pentium) قرار دارد و با واحد نمایانگر از طریق پروتکل TCP/IP که با استاندارد اینترنت هماهنگی دارد ارتباط برقرار می‌کند. واسطه‌ای از نوع OPC سیستم موجود را به نرم‌افزار دیگری از نوع مایکروسافت، زمینس و اندروبو و دیگر نرم‌افزارها متصل می‌کند.



باشگاه چاپ روچستر (Rochester)

این باشگاه مؤسسه‌ای است که عمده فعالیت‌های خود را صرف تهیه و جمع‌آوری بهترین کارهای هنری و چاپی کرده است. هم‌اکنون این باشگاه صد و هفده عضو دارد که حق عضویت پرداختی از سوی آنان هزینه‌های جاری باشگاه را تأمین می‌کند. بیشتر اعضای این باشگاه از ایالات جنوب شرقی آمریکا می‌باشند. این باشگاه سعی دارد تا فعالیتهای مهم خود را به اطلاع جامعه برساند.

یکی از فعالیتهای این باشگاه حمایت و دعوت از هنرمندان برجسته جهت خلق آثار جاودان برای



اعضای این باشگاه است. این باشگاه هر سال اقدام به برگزاری نمایشگاه‌هایی می‌نماید که امسال بین دوازدهم ژوئن تا نهم آگوست در محل گالری هنر جاودان در خیابان دانشگاه روچستر شهر نیویورک برگزار شد. داور این دوره از نمایشگاه دکتر ساندرا اولسون از موزه‌های هنری کاستالینی دانشگاه نیویورک بود.

این باشگاه در سال ۱۹۳۴ میلادی با بهره‌گیری از نمایشگاه‌های متعدد موفقیت‌های زیادی کسب کرده است. در کنار تمام فعالیت‌های فوق این باشگاه به برگزاری نمایشگاه‌های آموزشی و سخنرانی توسط هنرمندان مدعو اقدام می‌کند.



برچسب هائی برای تمام شرایط آب و هوائی

شرکت اسلته متو Esselte Meto اخیراً نسبت به طراحی و ساخت نوعی برچسب قیمت و کد از جنس پلی اتیلن اقدام کرده است که قادر به تحمل انواع شرایط آب و هوائی است. نکته جالب توجه در مورد این برچسبها این است که این برچسبها توسط تفنگهای برچسبزن معمولی قابل استفاده می باشد.

بنا به اظهار مسئول شرکت و با توجه به سوابق شرکت این محصول قابلیت تحمل باران، آفتاب و حرارت بالا را دارد و در عین حال از کیفیت چاپی بسیار خوب و واضحی برخوردار است. جوهر مصرفی از نوع خاصی انتخاب شده است که با وجود چاپ بر روی صفحه پلی اتیلنی تحت هیچ شرایطی پاک نمی شود. این برچسب برای چاپ انواع قیمتها و بارکدها مناسب است.

این برچسب به شکل رول و در رنگهای متنوع در دسترس مصرف کننده قرار می گیرد و قابل مصرف در دستگاههای دستی میباشد. انواع دیگر این برچسب در ورقهایی به قطع ۱۲×۲۶ و ۲۹×۲۸ میلی متر قابل تهیه است.

شرکت متو در قبال خرید دو بسته برچسب یک دستگاه تفنگ برچسب زنی را به رایگان اهدا می کند.

برای اطلاعات بیشتر به فاکس شماره ۰۱۲۷۳ ۷۰۱۳۴۴ تماس گرفته شود.



نتایج یک مطالعه اروپایی درباره طراحی بسته ها

شرکت های اروپایی از بسته بندی محصولات خود چه انتظاری دارند؟ آنها از ارائه طرح های متفاوت و متنوع بر روی بسته بندی های شان چه هدفی را دنبال می کنند؟ آنها چه انتظاری از آینده دارند؟ سوالات فوق رکن و پایه تحقیقات به عمل آمده از سوی انجمن طراحان اروپایی در هشت کشور عضو اتحادیه اروپا بود.

تحقیقات مزبور توسط شرکت مشاوره تات (TUTT) در کشورهای بلژیک، فرانسه، آلمان، ایتالیا و اسپانیا و سوئیس و هلند و انگلستان صورت پذیرفت.

این طرح تحقیقاتی اهداف خاصی را دنبال می کرد که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:

○ آیا شرکت های تولیدی به ارزش محصولاتشان و طرح روی آن بسته بندی آگاهند؟

○ توقع شرکت های تولیدی از مشاوران طراحی بسته بندی چیست؟

○ آیا شرکت های طراحی بسته بندی توقع سفارش دهندگان را برآورده می سازند؟

○ اهمیت قسمتهای مختلف مرتبط با کار چیست و چگونه است؟

○ چه عواملی بر روی روابط شرکت های سازنده و مشاوران طراحی بسته بندی تأثیر گذارند؟

نتایج به دست آمده از بازارهای انگلیس، آلمان، هلند و فرانسه نشان دهنده این واقعیت است که مردم این کشورها به صورتی کمتر تجملی با امر بسته بندی و تبلیغات روی آن برخورد می کنند. شدت این امر در انگلستان از همه کمتر است و مردم زیاد به امر بسته بندی اهمیت نمی دهند.

توانایی های کشورهای متفاوت در طراحی دارای درجات تنوع و تغییر زیادی است. حدود نیمی از شرکت های که مورد نظر سنجی قرار گرفته اند مدعی بکارگیری مشاوران خارجی هستند.

تحقیقات و نتایج به دست آمده نشان دهنده این واقعیت است که کشورهای اروپایی در وهله اول به تبلیغات در رسانه های عمومی اهمیت می دهند و سپس به طراحی بسته بندی. این مسئله نباید باعث شود تا ما فکر کنیم که شرکتها و کارخانجات به اهمیت امر بسته بندی واقف نیستند بلکه آنها به این قضیه نیز اهمیت شایانی می دهند. بسیاری از شرکت های اروپایی معتقد هستند که با تحقیقات روزافزون و فن آوریهای نو سیستم توزیع تکامل بیشتری خواهد یافت.

تجربه هنوز هم در انتخاب مشاور تبلیغاتی نقش اساسی را بازی می کند و عامل اساسی در تصمیم گیری، سابقه ذهنی است.

انتظار نمی رود که تا سال ۲۰۰۲ میلادی تحول چندانی در بازار روی دهد ولی این امر باعث نشده است تا صنعت طراحی از گام برداشتن به سوی تخصصی شدن باز بماند. رکورد حاکم بر بازار و عدم موفقیت شرکت های تبلیغاتی در بازارهایی باعث شده است تا بسیاری از تولیدکنندگان اعتماد خود به آنها را از دست بدهند.

اکنون فرصت مناسبی پیش آمده است تا طراحان گوی سبقت را از تبلیغات چی ها بر بایند، زیرا بسیاری از مصرف کنندگان نحوه ارتباط برقرار شده میان طرح روی جعبه را به ارتباط حاصله از تبلیغات ترجیح می دهند...



حروفی طلائی رنگ برای بسته های دارو

شرکت داروهای گیاهی روچستر Rochester Bio Health به تازگی محصولات خود را با برچسبهایی که به رنگ طلائی چاپ شده اند آرایش داده تا از لحاظ روانی اثر مطلوب بیشتری بر روی مشتری بگذارد. سری تازه این محصولات که این بسته بندی در مورد آنها اعمال می شود شامل پنج قلم داروی ضد روماتیسم، بی خوابی، عصبی بودن، خارش، و دارویی برای حفظ تعادل مایعات در بدن می شود. این برچسبها در ابعاد ۴۸×۱۴۹ میلی متر چاپ شده و پیرامون ظرفی به گنجایش ۲۵۰ سی سی که مورد تأیید سازمان بهداشت مواد خوراکی و دارویی (HDPE) می باشد پیچیده می شود. این برچسب ساخت شرکت رویستون (Royston) می باشد که آن را توسط چاپ فلکسو هفت رنگ بر روی کاغذ به چاپ رسانده است.

مدیر فروش این شرکت می گوید که ۳۰۰۰۰ برچسب برای هر کدام از این داروها چاپ شده است. چاپ طلاکوب این برچسبها قبل از اعمال پوشش (U.V) اجرا می شود.



گسترش سیستم جوهرافشان پیزو Piezo و جوهرهای مومی

در صنایع بسته بندی

شرکت های خصوصی تولیدکننده روغن خواستار ارائه چایی به مراتب بهتر از چایهای فعلی بر روی جعبه های فلزی روغن می باشند.

شرکت پکر (Packer) نسبت به ارائه نوع جدیدی جوهر و چاپگر اقدام کرده است که دارای حلالی روغنی با پایه موم (Wax based) می باشد. این شرکت سعی کرده است تا با این اقدام خود قدمی در جهت حفظ محیط زیست بردارد.

جایگزین کردن سیستم چاپگر جوهرافشان بیژوالکتریک (Piezo Electric) به جای چاپگر جوهرافشان CIJ باعث کاهش هزینه های فراوانی می شود.

استفاده از این سیستم باعث صرفه جویی زیادی در جوهر مصرفی می شود. به گفته یکی از استفاده کنندگان هم اکنون کارهایی را می توان با این دستگاه انجام داد که تا چند وقت پیش حتی تصور آن نیز ممکن نبود. اهمیت و عملکرد بالای این سیستم هنگام چاپ طرح های گرافیکی بیشتر مشخص می شود. قبلاً با سیستم های متداول و رایج

می توانستیم تا دو خط آن هم با حروف متداول و رایج چاپ کنیم. از دیگر مزیت‌های عمده‌ای که در سیستم‌های جدید چاپگرهای جوهرافشان استفاده می‌شود بهره‌گیری از چاپ با جوهرهای مومی است. این چاپگرها به جای چاپگرهایی که از حلال‌های دیگر استفاده می‌کنند مورد استفاده قرار می‌گیرند. بهره‌برداری از چنین چاپگرهایی و عدم آلوده کردن محیط زیست از مزایای این سیستم محسوب می‌شود. در دستگاه‌های چاپگر معمولی از جوهرهایی با حلال MEK (متیل اتیل کتون) استفاده می‌شود که به محیط زیست صدمه بسیاری می‌رساند.

استفاده از جوهرهایی با حلال‌های روغنی باعث افزایش سرعت خشک‌شدن مورد چاپ شده می‌گردد، زیرا سرعت خشک‌شدن جوهرهای روغنی به مراتب بیش از جوهرهای معمولی است. او می‌گوید که در روش‌های چاپ متداول قسمتی را که چاپ روی آن انجام شده باید از تماس با دیگر اجسام دور نگاهداشت تا مورد چاپ شده مغشوش نشود و از این رو به فضای نسبتاً بزرگی برای انبار کردن آنها احتیاج است و این در حالی است که چاپ با چاپگرهای جدید و جوهرهای دارای حلال روغنی چنین مشکلاتی را ایجاد نمی‌کنند.

موارد چاپ شده توسط این جوهر و جوهرافشان جدید دارای کیفیت بسیار بالایی می‌باشند. مطلب فوق بر اساس اطلاعاتی واصله از سوی مصرف‌کنندگان اعلام شده است. سازنده سیستم جدید مدعی است چاپ به روش قدیم بسیاری از اوقات، خواندن بارکدها را دشوار و یا حتی غیرممکن می‌نمود.



بیست درصد کاهش وزن در قوطی‌های فلزی

شرکت اسمالباخ لوبکا که به اختصار به آن ال-اس هم می‌گویند حداکثر تلاش خود را به کار بسته است تا بازار فروش قوطی‌های نوشابه سبک‌وزن خود را گسترش دهد. از ماه آپریل سال هزار و نهصد و نه میلادی این امکان فراهم آمده تا مردم بتوانند دوغ، نوشابه‌های انرژی‌زا و دیگر محصولات را در قوطی‌های فلزی خریداری کنند. مدیر بخش توسعه و تحقیقات شرکت ال-اس می‌گوید که در گذشته استاندارد کردن محصول، مسائل زیست‌محیطی و کاستن از وزن قوطی‌ها از اهداف اصلی این شرکت بوده‌است. او در ادامه سخنانش هدف شرکت متبوع خود از ارائه چنین محصولی تنوع بیشتر محصول و دادن حق انتخاب به مشتری و مهم‌تر از همه کسب تجربه را ذکر کرده است. دفتر مرکزی شرکت ال-اس در شهر بن کشور آلمان واقع است. این دفتر درصدد تولید قوطی فلزی نوشابه‌ای است که از جنس فلز استیل بوده است و بیست درصد از معدل وزن دیگر قوطی‌های مشابه کمتر وزن دارد و با وجود داشتن همان حجم و ظرفیت قوطی‌های متداول یعنی همان سیصد و سی میلی‌لیتر این کاهش وزن قابل توجه است. سه سال پیش در نمایشگاه اینترنتیک برای اولین بار قوطی‌های فلزی با اشکالی جدید به بازار ارائه شد ولی از آن که هزینه آن بالا بود با استقبال چندانی روبرو نشد. نهایت درجه دقت باید مبذول شود تا بتوانیم بر روی قسمت برجسته چاپی را انجام دهیم و این شرکت هم‌اکنون در حال طراحی و ساخت قوطی‌ای فلزی برای آب پرتقال می‌باشد که در هنگام تماس با دست احساس طبیعی لمس پوست پرتقال به انسان دست دهد.



صنایع بسته‌بندی در آسیا و خاورمیانه آرام ولی بالقوه عمل می‌کند.

بنا به نوشته مجله بسته‌بندی و بر اساس تحقیقاتی که این مجله انجام داده است شرکت‌های بسته‌بندی اگر بتوانند بحران اقتصادی جاری را پشت سر بگذرانند در آینده قادر به جبران خسارات واردآمده خواهد بود.

با وجود بحران‌های پنهان و آشکار اقتصادی که در سال‌های اخیر در آسیا روی داده است، این بازار به شکل بازاری بالقوه و با ظرفیتهای بالا حضور خود را در صحنه جهانی حفظ می‌کند. بنابر تحقیقات انجام شده از سوی مؤسسه مشاوره‌های تحقیقاتی بین‌المللی و مجله بسته‌بندی بازار آسیا بزرگترین بازار برای شرکت‌های بسته‌بندی است.

بررسی‌ها و پیش‌بینی‌های آماری نشان‌دهنده رشدی قابل توجه در صنایع بسته‌بندی بین سال‌های ۱۹۹۸ و سال ۲۰۰۶ میلادی می‌باشد. بر اساس این بررسی‌ها صنعت بسته‌بندی آسیا و خاورمیانه از صد و سیزده میلیارد دلار سرمایه در سال ۱۹۹۶ به صد و چهل و دو میلیارد دلار در سال ۲۰۰۱ و صد و هفتاد و هشت میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ میلادی خواهد رسید. میزان رشد کل سرمایه در صنعت بسته‌بندی طی دهه اخیر پنجاه و چهار درصد بوده است. میزان رشد این صنعت در ژاپن به مراتب بیش از این مقدار بوده است.



شکل‌گیری غول بزرگ کارتن‌سازی فرانسوی

اخیراً شرکت فرانسوی "آل‌جی‌آر امبالاژ" موافقت خود را برای پیوستن به شرکت کارتن‌سازی "گیرارد" اعلام کرده است. در صورت وقوع این الحاق، یکی از بزرگترین گردانندگان امر بسته‌بندی در بخش کارتن‌های تاشو به خصوص برای صنایع دارویی شکل خواهد گرفت.

شرکت تازه تأسیس، نام آل‌جی‌آر امبالاژ را حفظ خواهد کرد و سرمایه‌های معادل پانصد میلیون فرانک فرانسه را دارا خواهد بود. این شرکت با دارا بودن شش واحد تولیدی به عنوان توزیع‌کننده عمده بسته‌بندی‌های مقوایی دارو در فرانسه عمل خواهد کرد.

شرکت آل‌جی‌آر امبالاژ دارای سرمایه‌ای معادل چهارصد میلیون فرانک فرانسه در بخش بسته‌بندی بود. سه شرکت دیگر وابسته به این شرکت که آنها هم در امر بسته‌بندی به فعالیت اشتغال داشته‌اند (بنام‌های لیگوای امبالاژ، کارتونکس و CFL) روی هم سرمایه‌ای معادل دویست میلیون فرانک فرانسه داشته‌اند.

شرکت آل‌جی‌آر یکی از بنیانگذاران مؤسسه فارماپکت (Rharmia Pact) اروپا می‌باشد. این مؤسسه همکاری تنگاتنگی با مؤسسه تولیدکنندگان بسته‌بندی دارویی که شرکت گیرارد هم هم‌اکنون یکی از اعضای آن است، دارد.

شرکت آل‌جی‌آر که از تهیه‌کنندگان عمده بسته‌بندی‌های دارو می‌باشد از خط بهره‌برداری مجهزی در لی‌تیل (Leteil) سود می‌برد که در آن صد نفر مشغول به کار اشتغال دارند. این خط تولید سرمایه‌ای معادل صد و ده میلیون فرانک فرانسه دارد و سالانه بیش از پانصد میلیون جمیع دارو تولید می‌کند.



روش‌های امنیتی به کاررفته در اسکناس سایر اسناد نیز قابل استفاده است.

ابزاری که تاکنون صرفاً در اسکناس‌ها برای بالابردن ضریب امنیتی به کاربرده می‌شد هم‌اکنون از طریق شرکت‌آوری دنیسون فاسون (Avery Dennison) (Fasson) در اختیار عموم قرار گرفته است.

سخت‌نگوی شرکت فاسون می‌گوید که بنا به سفارش مشتری نخ‌های خاصی در ابعاد بسیار کوچک و با مشخصات سفارش داده شده از سوی مشتری طراحی و تولید

می‌شود که حین پوشش‌دهی و با لامینه کردن و یا دیگر مراحل ساخت کاغذ به درون آن تزریق می‌شود. این نخ می‌تواند شبرنگ و یا هولوگرافیک و یا دارای چاپ میکروسکوپی و یا دارای پیغام مغناطیسی باشد و به دفعات متعدد به هر اندازه که لازم باشد در ورقه مادر تکرار شود تا در هر قطعه پرش خورده کوچک نیز بتوان آن را یافت. این نخ را بسته به سفارش مشتری می‌توان در سطوح بالایی کاغذ تزریق کرد که به راحتی قابل دیدن باشد و یا می‌توان آن را در سطوح عمقی کاغذ جای داد که در این صورت فقط به هنگام پاره‌شدن کاغذ رویت خواهد شد. تونی استرانگ مدیر توسعه این شرکت ابراز می‌دارد که روی این نخ هر گونه طرحی قابل چاپ کردن است و روی آن با دستگاه میکروچاپ انواع و اقسام نوشته‌ها و طرح‌ها را چاپ می‌کنند.

نحوه تزریق بدین‌گونه است که این نخ میان یک کاغذ سبک و شفاف و کاغذ اصلی محصور (ساندویچ) می‌شود. جنس این کاغذ شفاف از جنس پلی‌پروپیلن بسیار شفاف است. پشت این کاغذ پلی‌پروپیلن را قبل از عمل پرس کردن می‌توان چاپ کرد و سپس تحت پرس قرار داد.



بحرانهای صنعت بسته‌بندی و کارخانجات مقواسازی

صنعت بسته‌بندی در سال‌های اخیر دست به گریبان بحرانهای زیادی بوده است و به نظر می‌آید که هم‌اکنون در آستانه رهایی از این مشکلات و ورود به سرآغازی نوین و نویدبخش می‌باشد.

سختگوی شرکت جفرسون اسمورفیت در ادامه مطالب فوق می‌افزاید: سود پیش از مالیات امسال نسبت به سال گذشته میلادی چهل و دو درصد کاهش داشته است و از ۷۶ میلیون پوند به ۴۶ میلیون تقلیل یافته است. شرایط بد اقتصادی حاکم بر اروپا و آمریکای لاتین از علل عمده بروز چنین بحرانهایی بوده است. تمام این شرایط به کاهش قیمت تمام شده محصول انجامیده است. میزان فروش شرکتهای اروپایی در مقایسه با سال قبل شش درصد کاهش را نشان می‌دهد.

کاهش هزینه تیغ‌زنی و مخارج متعاقب این قضیه باعث شد تا کارخانه مقواسازی فرانسه به مدت پنج هفته به تعطیلی کشانده شود. در سه ماهه اول سال جاری میلادی شرایط اقتصادی در اروپا چندان جالب نبود و از رکورد نسبی برخوردار بود ولی در سه ماهه دوم شرایط حالتی عادی پیدا کرد.

بازار مقوای انگلستان در چند ماهه اخیر شرایط سختی را پشت سر گذاشت، زیرا میزان تولید بیش از نیاز مصرف بود و در عین حال تقاضا هم در بازار وضع چندان مطلوبی نداشت و با پنج درصد رکود مواجه بود اما از اقبال صنعت مقوای انگلیس به علت کاهش هزینه تولید میزان سود در مقایسه با سال پیش ثابت باقی ماند.

تقاضا برای مقوای موج‌دار در سال گذشته کاهش کلی داشت ولی با این وصف تقاضا برای مصرف آن در اسپانیا رشدی ۵ درصدی داشت.

سختگوی شرکت جفرسون اسمورفیت در ادامه سخنان خود از مبادله اطلاعاتی، شرکتهای آمریکای شمالی سخن می‌گوید و اظهار امیدواری می‌کند که سال ۱۹۹۹ سال عبور از بحران باشد. او می‌گوید که ما از یک دوره چندساله بحرانی در حال عبور به دوران شکوفایی اقتصادی و صنعتی هستیم و پیش‌بینی می‌شود که قیمت مقوا در آمریکای شمالی دوباره میزان فعلی برسد.

وی معتقد است که افزایش قیمت در سطح جهان تا اندازه زیادی می‌تواند به بهبود شرایط کمک کند. وی در خاتمه اشاره می‌کند که بهبود شرایط اقتصادی در اروپا قدری بیش از انتظار به طول انجامیده است ولی باید منتظر آن بود.



سرمایه‌گذاری در صنایع بسته‌بندی

شرکت سرمایه‌گذاری به نام فیلد "Field" از سال ۱۹۹۷ میلادی که مؤسسه بسته‌بندی ای‌اف‌تیپلور را خرید، چهار و نیم میلیون پوند انگلیس در آن هزینه کرده است. پس از این سرمایه‌گذاری تغییر و تحولی اساسی در کارخانه به وقوع پیوست و کارخانه توانست سیصد و پنجاه میلیون بسته‌بندی غذایی و دارویی در سال تولید کند. پت مورفی Pat Murphy مسئول شرکت ای‌اف‌تیپلور ضمن ابراز خرسندی از سرمایه‌گذاری شرکت فیلد ابراز می‌دارد که پس از این سرمایه‌گذاری، تولید کارخانه به میزان سی درصد افزایش داشته است. این شرکت درصدد است تا فروش خود را از ۷/۵ میلیون پوند به ۱۰ میلیون پوند طی مدت هجده ماه برساند.

مورفی در ادامه سخنان خود می‌افزاید که این سرمایه‌گذاری شامل ترمیم برخی از بناها و احداث ساختمانهای جدید و سیستم‌های دفع مواد زائد است. از دیگر موارد سرمایه‌گذاری‌های انجام شده خرید دو دستگاه جدید چاپ شش‌رنگ کوموری که یکی از آنها دو برج ورنی و دیگری یک برج ورنی دارد را می‌توان نام برد. فضای مناسب برای دستگاه سوم نیز فراهم آمده است تا در صورت خرید بتوان آن را در واحد جای داد. در این واحد تولیدی دو دستگاه دای‌کات ایبریکا (Iberica) و سه دستگاه چسب‌زن از نوع زاگنبرگ (Jagenberg) که یکی از آنها تعمیری است به فعالیت مشغول هستند.

موارد سفارشی و خاص را می‌توان با آن دستگاهی که دو برج ورنی دارد تهیه کرد مانند چاپ روی کارتن‌های قرص داروی ضد بارداری که توسط دولت کشور برزیل سفارش داده شده بود و می‌بایستی با جوهرهای حساس به فشار و با کد امنیتی خاص به مرحله چاپ می‌رسیدند.

جوهر نقره‌ای حساس به فشار می‌بایستی بر روی کد امنیتی چاپ می‌شد تا از هر گونه احتمال تقلبی جلوگیری به عمل آید.

شرکت ای‌اف‌تیپلور جمیع‌های تولیدی خود را به اقصی نقاط جهان می‌فرستد و از طریق شرکت چسپاپیک (Chesa Peake) به جذب بازار کشور آمریکا می‌پردازد. شایان توجه است که خود این شرکت فاقد هر گونه تجهیزات چاپی در کشور ایالات متحده آمریکا است.

امروزه تقاضاهای بیشتری برای هر چه رنگی‌تر کردن قوطی‌های دارو در مقایسه با گذشته وجود دارد که بیشتر این تقاضاها از شرکتهای تازه‌تأسیسی است که قصد دارند محصولات خود را با برجسبهای رنگی به بازار مصرف عرضه کنند و این شرکت قادر است تا به این نیاز بازار هم پاسخگو باشد.



استفاده از کاغذهایی از جنس پلی اتیلن در صنایع بسته‌بندی و کیسه‌سازی

کیسه‌ها و بسته‌های کاغذی از سوی ماده‌ای شبیه به کاغذ از جنس پلی‌اتیلن که به تازگی توسط شرکتی به نام هریر (Harrier) تهیه شده است در حال تهدید می‌باشند. این محصول از لحاظ ظاهری مثل کاغذی با مرغوبیت بالا است. البته فراموش نشود از جنس پلی‌اتیلن.

شرکت بروس ویلسون توسط تعدادی از سرمایه‌گذاران خارجی مورد حمایت قرار گرفته که عمده‌ترین آنها مؤسسه 3i کمبریج می‌باشد.

این شرکت سرمایه‌ای معادل سه میلیون پوند انگلیس در این طرح سرمایه‌گذاری کرده است. هم‌اکنون این محصول دوران آزمایشی خود را پشت سر می‌گذارد ولی شرکت سازنده در نظر دارد تا از این محصول در بسته‌بندی محصولات از قبیل خوراک حیوانات، پودر شیر خشک، آرد و شکر استفاده کند. این محصول را می‌توان به شکل کیسه‌هایی برای بسته‌بندی مواد یا لوازم امداد SOS درآورد. این ورق قابلیت پذیرفتن چاپ ۸ رنگ را نیز دارا می‌باشد. برای چاپ هشت رنگ از چاپگر شیواوی سیربو ۲۲۸ Schiavi Sirlo 228 می‌توان استفاده کرد که بطور همزمان می‌تواند پشت و روی این کاغذ را چاپ کند.

کارخانه ساخت کیسه‌های نایلونی وبر Weber اولین کارخانه آمریکایی است که خود را برای استفاده از این تکنولوژی مدرن آماده می‌سازد. این محصول جدید در مقابل چربی و رطوبت مقاومت خوبی از خود نشان می‌دهد و بخش‌های تاخوردۀ آن قابلیت تا خوردن خود را تا مدتها حفظ می‌کنند. از دیگر مزایای این محصول قابلیت بازیافت این محصول در طبیعت و استحکام زیاد را می‌توان نام برد.

در مقابل چند و چون‌های فراوان در مورد ترکیب و نحوه ساخت این محصول جدید شرکت هاریر (Harrier) فقط به ذکر این نکته که این محصول از مولکولهای متوسط و سنگین وزن پلی اتیلن تهیه شده است و مورد تأیید مؤسسه غذایی آمریکا است، بسنده کرده و اطلاعات بیشتری را ارائه نمی‌دهد.

عرض ورقهای تولید بین سی تا صد سانتی‌متر ضخامت آنها بین سی تا دویست میکرون متغیر است. بنا به سفارش رنگ محصول قابل تغییر است.



خرید کارخانه بسته‌بندی دارو

شرکت بسته‌بندی دارویی رکسام Rexam بسته‌بندی بین‌المللی پاکس مور Box more را به قیمت سی‌زده میلیون پوند انگلیس خریداری کرد. شرکت رکسام به چاپ کارتن، بروشور و آلومینیوم‌های بسته‌بندی در ایستلیگ (Eastleigh)، لیمریک (Limerick) و بروکسل اشتغال داشته است. میزان فروش این شرکت در سال ۱۹۹۸ میلادی به ۱۲/۲ میلیون پوند انگلیس بالغ شد.

شرکت پاکس مور با این الحاق، موقعیت بسیار مناسبی در بازار بسته‌بندی‌های چاپ شده و دارویی در اروپا پیدا کرده است. بخش بسته‌بندی این شرکت هم‌اکنون از شش شرکت انگلیسی و دو شرکت ایرلندی و دو شرکت بلژیکی و دو شرکت که یکی در فرانسه و دیگری در آلمان فعالیت می‌کنند تشکیل شده است.



سیلوهای خاصی برای نگاهداری مواد

شرکت ایراسپری فلوریدا (Air Spray) اخیراً دو سیلو برای مخلوط کردن مواد در نسبت‌های بسیار دقیق طراحی کرده است. هر کدام از این سیلوها مجهز به یک پمپ تخلیه هستند و فقط با فشار یک دکمه مواد مورد نظر با نسبت‌های دقیق از پیش تعیین شده با یکدیگر درآمیخته می‌شوند. یک سیلو برای نگاهداری مواد آرایشی و سیلوی دیگر برای نگاهداری موادی که می‌بایستی از مجاورت هوا به دور نگاهداشته شوند مورد استفاده قرار می‌گیرند. پمپ شماره ۲ دارای صفحه‌های زیرین است که به تدریج و با مصرف مواد به سمت بالا رانده می‌شود تا هوای اضافی درون منفذ را به بیرون از سیلو براند.



شما هم به ما پیوندید در

Joint Us

IRAN'S PRINTING & PACKAGING INFORMATION CENTER (IPIC)

www.iran-central.net/iranpack

قطعات مختلف در کارخانه، مثل قطعات چاپ کارشناسان مختلف باید استخدام شوند و این مشکلاتی را برای صنایع ایجاد می‌کند مثل صنعت لیبنیات که با مشکلاتی در تکنولوژی پلاستیک روبروست از جمله دمش بطری^(۳۲) این امر در مورد فن شکل دهی / پر کردن / مهر زدن صادق است که بطری از دمش ذرات پلاستیکی درست می‌شود، پر و دربندی حرارتی، همه و همه در یک دستگاهند.

هزینه.....

- یکی از تعارف بسته‌بندی که پیش از این ذکر آن رفت بر مبنای این تفکر استوار بود که بسته‌بندی همین تحویل محصول در شرایط سالم و با حداقل هزینه کلی، تحویل با حداقل (کل عملیات) بسیار امر مهمی در بسته‌بندی بشمار می‌رود اما در اینجا باید آنچه که هزینه کلی را تشکیل می‌دهد روشن نماییم. اما شایان ذکر است که برخی عوامل دخیل در هزینه کلی بسته‌بندی یک محصول خاص عبارتند از:
- ۱- هزینه بسته (تحویل به کارخانه)؛
 - ۲- هزینه‌های انبار و جابجا کردن بسته خالی؛
 - ۳- هزینه پر کردن (شامل کنترل کیفیت و جابجایی بسته‌های پر شده)؛
 - ۴- هزینه‌های انبار بسته‌های پر شده؛
 - ۵- هزینه‌های حمل و نقل بسته‌های پر شده؛
 - ۶- هزینه‌های بیمه در حمل و نقل؛
 - ۷- خسارت‌های مربوط به شکستن یا دیگر خسران‌های محصول (از جمله از دست رفتن سرقتی)؛
 - ۸- تأثیر بسته در فروش

خریدار بسته‌بندی در اغلب موارد باین فکر است که با کاهش هزینه‌های بسته می‌تواند در هزینه کلی صرفه‌جویی کند اما با توجه به فهرست فوق باید دانست که این تفکر بسیار کوتاه بینانه است. به مثال کاربرد از ظرف پلاستیکی در حالی که گران‌تر است، اما فی‌ال‌نفسه، در هزینه بار و کاهش در میزان شکستگی موجب صرفه‌جویی‌هایی می‌شود.

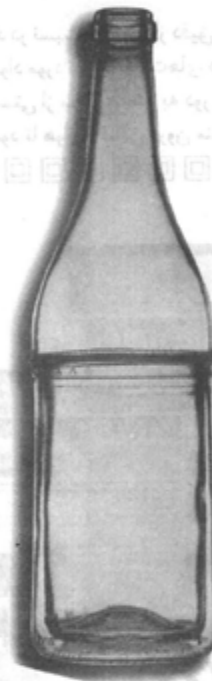
- 1 - Micro - organismo
- 2 - Compression
- 3 - Impact
- 4 - Punctur
- 5 - Vibration
- 6 - Expanded polystyrene
- 7 - Emulsion Paint
- 8 - Macro-organisms
- 9 - Pilferage
- 10 - Display
- 11 - Ease of opening
- 12 - convenience
- 13 - Dispensing
- 14 - Regenerated Cellulose
- 15 - Tearapes
- 16 - Pressurised Pack
- 17 - Liquefild Gas Propellant
- 18 - Boil - In Thr - Bag
- 19 - TV Dinners
- 20 - Pourer
- 21 - Spout
- 22 - Tap
- 23 - Stability
- 24 - Rigidity
- 25 - Vacuum Filling
- 26 - Luboil
- 27 - Full Aperture
- 28 - Double seamed Lido
- 29 - Inter Face
- 30 - Wrapping machine
- 31 - Form / fill/sealmachine
- 32 - Bottle blowing

مرتبه نیز جابجایی بسیاری از مسائل هست. از نکات جانبی این نوع بسته‌بندی می‌توان به کاهش انباشت نوشابه در خانه اشاره کرد، زیرا هم‌اکنون خانواده‌های بزرگ دیگر وجود ندارد. از آن جهت که در طراحی این بسته هیچ جسی به کار نرفته است. کاملاً قابل بازیافت و مشکلات زیست محیطی در پی ندارد. این گیره یک وسیله کاملاً نو و ابتکاری است.

گلاک

برنده جایزه گیوریاپوپولاره یک بطری شیشه‌ای محصول کارخانه گلاک است و طراحی این بطری به شکلی است که حرارت محصول داخل آن در تمام مدت صرف غذا ثابت حفظ می‌شود. این طرح ابتکاری باعث شد تا این ذهنیت که در صنعت شیشه نمی‌توان نوآوری کرد از ذهن‌ها به بیرون رانده شود. در این طرح تعداد لایه‌های شیشه کاهش یافته است تا محصول کیفیت بهتری پیدا کند. این محصول ابتدا برای شراب طراحی شده بود ولی کم‌کم موارد استفاده بیشتری پیدا کرد. در اثر

تغییر دمای محیط تغییر دمای کمی در دمای محصول داخل بطری و معادل دو درجه سانتیگراد تغییر خواهد کرد. این تغییر برای بطری‌های معمولی به ازای ۲۳ درجه حرارت بیرون ۵ تا ۷ درجه است. در هنگام استفاده از انواع نوشابه‌های سرد شکل عمده گرم شدن بطری توسط دست است. با استفاده از این بطری‌ها این مشکل حل شده است. این بطری از دو لایه مجزا ساخته شده است و در میان آن لایه‌های عایق قرار داده شده است.



خبرنامه ایران روتاتیو

ایران روتاتیو نماینده رسمی شرکت هایدلبرگ آلمان اقدام به انتشار

خبرنامه هایدلبرگ نموده‌است. این نشریه به زبان فارسی و توسط شرکت ایران روتاتیو در ایران منتشر می‌شود. خبرنامه هایدلبرگ چاپ ایران مشابه نشریه‌های آلمانی است که توسط شرکت هایدلبرگ آلمان منتشر می‌شود. در واقع انتشار این خبرنامه در ایران ادامه همان سیاست شرکت هایدلبرگ است. پیش از این نیز دست‌اندرکاران چاپ در ایران شاهد نسخه‌هایی از خبرنامه‌های هایدلبرگ به زبان فارسی بوده‌اند. یکی از ویژگی‌های نشریه جدید این است که منعکس کننده تمام ایده‌ها و فعالیت‌های شرکت ایران روتاتیو است. در واقع خوانندگان این نشریه جدید نه تنها با آخرین اخبار هایدلبرگ آشنا شده بلکه با سایر اخبار و برنامه‌های شرکت ایران روتاتیو که راجع به محصولات شرکت‌های دیگر است نیز آشنا می‌شوند. این اقدام شرکت ایران روتاتیو نشانه این است که این شرکت قصد دارد شرکتی قدرتمند با بهره‌گیری از تمام ابزار رقابت از جمله رسانه اطلاعاتی باشد و صدا بدهد که این تفکر در بعد کلان یک ایده سیاسی صحیح است و پایداری در آن موفقیت‌های اقتصادی نیز در پی خواهد داشت.

راهنمای کاربران اینترنت

یکی از قدیمی‌ترین کاربردهای شبکه جهانی اینترنت طراحی گروه‌های خبری و



استفاده از پست الکترونیک بعنوان ابزار ارتباطی گروه‌ها است. گروه‌های مذکور هر یک با داشتن نظام مدیریتی خاص امکان برقراری افراد را با علاقه‌مندی که حول یک گرایش خاص گردآمده‌اند فراهم می‌سازد. این گروه‌ها ضمن توسعه از نظر تعداد و تنوع موضوعات، اعضای زیادی را بخود جلب کرده و برخی از آنها بیش از ۱۰ هزار عضو دارند. برای برقراری ارتباط با این گروه‌های خبری که شبیه یک بستر در شبکه اینترنت عمل می‌کنند دو راه وجود دارد، یک راه استفاده از ساختار Usenet است که برای برقراری ارتباط با گروه‌های تحت پوشش آن می‌بایست وارد شبکه جهانی اینترنت شو و راه دوم، استفاده از Bitnet یا همان Mailing list است. این اساس کتاب کاربردهای اینترنت تالیف آقای مهندس محمود زرگر مجموعه‌ایست که خواننده را با گروه‌های تخصصی در گرایش‌های علمی، مهندسی، تجربی، اقتصاد و تحت شبکه Mailing list آشنا می‌کند. ضمن اینکه با ارائه آموزش‌های اولیه مخاطبان را از اهداف، نحوه عضویت و قطع عضویت آگاه می‌سازد.

نماد

عبدالحسین بت شکن

(د گرافیکست)

مشاور طرح، گرافیک و خدمات چاپ

با ۳۰ سال سابقه

در طراحی انواع بسته بندی مواد غذایی با استفاده از پیشرفته ترین امکانات کامپیوتری

تلفن: ۶۶۴۶۷۱۱



BEVERAGE MACHINES

دوزبانه / ایتالیایی و انگلیسی

مدیر مسئول: دانیل توبی

مؤسسه انتشاراتی پرومدیا

قطع A4 صحافی ته‌چسب

چاپ تمام رنگی روی کاغذ گلاسه مات

توسط انتشارات پرومدیا به نشانی زیر در رابطه با صنعت و مواد نوشیدنی منتشر می‌شود:

PROMEDIN PUBLISHING

20145 Milano - Rzza VI Fabbraio/ 4

Tel: (02) 48. 00. 47. 41 - 48. 02 74. 02

Fax (02) 48. 00. 43. 97

Email: foodmatch@tinlit

در شبکه

در کمتر از ده سال اینترنت میلیون‌ها مصرف‌کننده پیدا کرده‌است. اینترنت می‌تواند سریع‌ترین رسانه تبلیغاتی برای انتقال هر موضوعی در هر زمینه‌ای باشد. حضور در اینترنت فرصت مناسبی است برای هر شرکتی که می‌خواهد در بازارهای جهانی حضور یابد.

از این شماره به بعد مجله Beverage Machine خلاصه‌ای از مندرجات خود را به شکل www ارائه می‌کند. امروز اینترنت به عنوان ابزار کار مهمی درآمده است و می‌تواند باعث آگاهی‌بخشی به فروشندگان و خریداران شود.

بخش www.ucima.it

سایت تحقیقاتی ucima مربوط به انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی و چاپ است. این سایت اطلاعات مورد نیاز هر بخش مانند چای، نوشابه‌های غیرالکلی، قهوه و صنایع غذایی را در اختیار آنان می‌گذارد. اسامی شرکت‌کنندگان در هر نمایشگاه می‌تواند مشکلات زیادی را در مراحل مختلف بسته‌بندی حل کند. داستان دره بسته‌بندی ایتالیا که مربوط به مکانی به نام "امیلیان" است می‌تواند برای

تمام بسته‌بندی‌ها

پیشرفت سریع در استفاده از بسته‌بندی‌های PET در مصارف معدنی، نوشابه‌های غیر الکلی، آب میوه‌ها و نوشابه‌های گازدار و تقاضا برای استفاده از این بسته‌بندی در دیگر مصارف باعث شده است تا تولیدکنندگان ماشین همواره آمادگی خود را برای اینکه یک قدم جلوتر از نیاز بازار باشند حفظ کنند.

سیستم بسته‌بندی پلاستیکی سیپا (SIPA) یا سابقه طولانی در امر تولید ماشین آلات ساخت ظروف PET بنا به ادعای خود در صف مقدم شرکت‌هایی که به نوآوری و استفاده از مواد اولیه تازه می‌پردازند قرار دارد. نیاز به استفاده از روش‌ها و مواد اولیه تازه‌تر از آن جهت پدید می‌آید که صنایع نوشابه‌سازی، غذاسازی و دیگر صنایع هر روز نیاز تازه‌تری را مطرح می‌کنند. از جمله این تقاضاها افزایش تولید ظرفیت به همراه کاهش هزینه تولید است. شرکت سیپا به عنوان پیشروترین شرکت‌های بسته‌بندی در امر PET و یکی از معدود شرکت‌هایی است که روش تولید یک و دو مرحله‌ای را با هم انجام می‌دهد.

روش تک مرحله‌ای تولید دارای ظرفیتی بین دو هزار تا بیست و چهار هزار بطری در ساعت است و به شکل زیر ارائه می‌شود:

۱ - ECGSHS (High Speed) سرعت بالا - که بیشترین تعداد محصول در ساعت را می‌دهد.

۲ - ECSFX (Flexible) انعطاف پذیر - که دست ما را در استفاده از طیف وسیعی از مواد اولیه با قالب و اشکال باز می‌گذارد.

تمامی مراحل در یک دستگاه صورت می‌پذیرد. در این دستگاه تمام عوامل دخیل از قبیل تنظیم شده‌اند و در صورت نیاز هر گونه تغییری به راحتی قابل اصلاح و انتقال باشد. مراحل تولید از ماده خام یا رزین شروع می‌شود و به محصول صیقل یافته نهایی که همان بطری است ختم می‌شود. از مزایای این سیستم حفظ و نگاهداری مراحل تولید در حافظه و امکان اصلاح هر گونه ناپهنجاری در تولید توسط دستگاه می‌باشد. در دستگاه تولیدی این شرکت احتیاج نیست تا مانند دستگاه‌های معمولی رزین خنک و سپس گرم شود. این سادگی عمل باعث شده است تا این دستگاه قابل تطبیق با انواع قالب‌های دهانه گشاد و یا بیضی شکل را داشته باشد. ظروف تولیدی دستگاه تک مرحله‌ای سیپا دارای ضخامت دیواره بیشتری هستند. این ضخامت دیواره باعث افزایش حالت بلورین ظرف شده و در عین حال تحمل مکانیکی آن را نیز بالا می‌برد.

قالب‌های ظروف پس از اتمام کار دارای حرارت بالایی هستند. حرارت در حوالی قالب از کناره‌های قالب بیشتر است. تبادل حرارتی بین این دو ناحیه باعث می‌شود تا یک تعادل حرارتی مناسب برای رزین ریخته شده فراهم آید و مشخصه‌های مکانیکی محصول بالا رود.

این دستگاه میزان درجه رطوبت را در گرانول‌ها می‌سنجد. این سنسور در مرحله دمیدن قبل از ذوب گرانول‌ها انجام می‌شود.

در دستگاه دو مرحله‌ای سیستم PPS ارائه شده است که قابلیت تولید از دو هزار تا دوازده هزار بطری در ساعت را دارد. مدل SF آن قابلیت تولید بین هزار تا دوازده هزار بطری در دقیقه را دارد.

شما از آن جهت که قطب اصلی صنایع بسته‌بندی ایتالیا است جالب باشد.

بخش www.krones.de

این بخش با آخرین اطلاعات روز در شبکه حضور دارد. اطلاعات مندرج از سوی این مرکز تنها بیانگر آمار و ارقام نیست، بلکه خلاصه‌ای از آخرین اطلاعات و نوآوری‌های روی داده در این شرکت نیز که مرتبط با امر بسته‌بندی (به ویژه بطری) می‌باشد را به اطلاع می‌رساند. جدیدترین اطلاعات مرتبط این شرکت از طریق اینترنت قابل دسترسی است. هر روزه این اخبار به روز می‌شوند.

بخش www.sipa.it

به محض تماس با سایت SIPA که از پیشگامان امر تهیه و توزیع ماشین‌آلات ساخت مخازن پلاستیکی می‌باشد شما به سایت کامپیوتری بزرگتری هدایت می‌شوید. این سایت متعلق به صنایع Zoppa است که زیر مجموعه شرکت SIPA می‌باشد. از طریق این شبکه شما می‌توانید نظری اجمالی بر کلیه مسائل این شرکت از بدو تأسیس آن در سال ۱۹۸۰ تاکنون و حتی در آینده بیان‌نمایید. شرکت SIPA در صنایع متعددی به ویژه صنایع تولید ظروف مصرفی در صنایع استریل و بسته‌بندی آب‌میوه، چای، آبجو، شیر و دیگر صنایع مرتبط فعالیت دارد.

قابل توجه همه دست‌اندرکاران صنعت و خدمات بسته‌بندی
دعوت برای تأسیس انجمن صنایع همگن بسته‌بندی
 از همین امروز فقط توسط نامه و فکس حضور خود را در نشست تأسیس این انجمن اعلام کنید
 مرکز تماس: مجله چاپ و بسته‌بندی / تهران / ص پ ۱۴۸۷ - ۱۳۴۵ / فکس ۸۸۶۴۰۸
شماره بعد مجله چاپ و بسته‌بندی را حتماً بخوانید
نشست اختصاصی سر دبیر مجله چاپ و بسته‌بندی
با رئیس و دبیر کمیسیون تشکلهای صنعتی همگن وزارت صنایع

خبر داخلی

نبرد فرهنگ صادراتی تولید صنایع غذایی را با مشکل روبه رو کرده است

مدیر عامل یک شرکت تولید کننده مواد غذایی معتقد است: نبرد فرهنگ صادراتی، ناپایدار بودن قیمت مواد اولیه و تملک نظام بانکی در تأمین منابع مالی واحدهای تولیدی موجب شده است که ظرفیت صنایع غذایی ایران ۵۰ درصد کاهش یابد.

مهندس بهروز فروتن روز سه شنبه در بازدید خبرنگاران تأکید کرد: در بخش اقتصادی، بازرگانی حیات و تولید زیرینا است که تاکنون به زیر بانها توجه زیادی نشده است.

وی افزود: ظرفیت پنج هزار واحد تولید صنایع غذایی ایران سالانه ۲۰ میلیون تن است، اما تولید این واحدها فقط ۱۰ میلیون تن می‌باشد.

وی تصریح کرد: صنایع ایران به صورت نسبی از نیروی انسانی کارآمد مدیریت، مواد اولیه، فن آوری و بازاریابی برخوردار است اما از نظر سرمایه و منابع مالی با مشکلاتی روبرو است.

فروتن افزود: سرانه مصرف رب گوجه فرنگی در ایران هم اکنون ۲ کیلوگرم است و با وجود این امسال حدود ۵۰۰ هزار تن رب گوجه تولید خواهد شد که به دلیل حضور، کشورهای رقیب ایران قادر به رقابت در بازارهای جهانی نیست وی سپس ارزش افزوده هر کیلو رب را در ایران ۱۰۰ درصد اعلام کرد وی گفت: عدم ارسال به موقع کالا، پائین بودن کیفیت و بسته‌بندی نامناسب موجب شده تا ضایعات گوجه فرنگی به ۴۰ درصد برسد و کشور نیز از صادرات و کسب درآمد ارزی محروم شود.

وی تأکید کرد، راه اندازی نخستین شبکه تخصصی اطلاع رسانی بر روی شبکه اینترنت با نام 'ایران فود' بیش از ۱۵۰ میلیون مخاطب در سراسر جهان قادر خواهند شد اخبار صنایع غذایی ایران را دریافت کنند.

برداشت، بسته‌بندی و صادرات خرمای فارسی نیازمند ساماندهی است

برخی از باغداران و کارشناسان فارس، برداشت و بسته‌بندی محصول خرما در این استان را ابتدایی و سنتی ارزیابی می‌کنند و معتقدند برای رونق صادرات این محصول، مراحل تولید آن نیازمند ساماندهی است.

محمد حسین جوکار باغدار چهارمی می‌گوید: باغداران، خرمای آلوده به خاک و مواد غیر بهداشتی را از نخل‌ها می‌چینند و اغلب محصولات در کارتن‌های کوچک یا حلبی‌های فلزی به صورت کاملاً نامناسبی بسته‌بندی می‌شود.

وی یادآور شد: بکارگیری این شیوه علاوه بر اینکه شکل ظاهری خرما را نامناسب جلوه می‌دهد، موجب کاهش ضریب نگهداری و انباشت محصول و لزوم شتابزدگی باغداران برای فروش و عرضه محصولات به بازار نیز تهیه شده است.

این باغدار چهارمی اظهار داشت: عرضه همزمان خرما به صورت انبوه در بازار موجب کاهش بها و وارد آمدن زیاد به باغداران و فراهم آمدن زمینه برای فعالیت دلالان و واسطه‌ها در این منطقه شده است.

وی گفت: بهای هر کیلوگرم خرمای بسته‌بندی نشده در محل و همزمان با فصل برداشت، در اغلب مناطق جنوبی فارس بین ۵۰۰ تا یک هزار و ۵۰۰ ریال در نوسان است در حالی که ارزش صادراتی این محصول بسیار بیشتر از این مبلغ است.

مدیر کشاورزی شهرستان چهارم نیز بر لزوم بکارگیری فن آوری جدید در برداشت و بسته‌بندی خرمای این منطقه تأکید کرد و یادآور شد: استفاده از روش‌های ابتدایی در برداشت و بسته بندی موجب شده تا یک هزار تن خرمای محصول پارسل تاکنون به فروش نرود.

وی یاد آور شد: با بکارگیری روش‌های کارشناسانه و استفاده از نظر مروجان، برداشت و بسته‌بندی خرما در چهارم به تدریج به بهبود است، اما هنوز تا رسیدن به وضعیت مطلوب فاصله زیادی دارد.

برخی از باغداران شهرستان کازرون نیز معتقدند: ساماندهی در نحوه برداشت و بسته‌بندی خرما کمک شایانی به اقتصاد معیشتی باغداران و بهبود روند صدور این محصول می‌کند.

امیر حسین زارع باغدار منطقه خشت شهرستان کازرون می‌گوید: مشکل تهیه کارتن در فصل برداشت مهمترین تنگنای موجود برای بسته‌بندی این محصول وی یادآور شد: عمده محصول خرمای منطقه خشت شهرستان کازرون جنبه صادراتی دارد اما بی دقتی در برداشت و بسته‌بندی نامناسب از رونق صادراتی این محصول و مشتری پسند بودن آن تا حدودی می‌کاهد.

وی خواستار بکارگیری فن آوری نوین در امر بسته‌بندی، برگزاری کلاس‌های آموزشی برای باغداران و فعالان بسته‌بندی خرما در این منطقه شد. مدیر کشاورزی شهرستان کازرون در این باره می‌گوید: پارسل ۲۷ هزار و دویست تن خرما از نخلستان‌های کازرون برداشت شد که امسال ۱۱ تن افزایش خواهد داشت.

جمشید نیاکان اظهار داشت: پارتنگی نامناسب اگر چه به اغلب نخلستان‌های فارس زیان رساند، اما با توجه به این که همزمان با فصل گرده افشانی خرما از فارس بوده، برای درختان خرما در این منطقه مفید بوده است.

وی یاد آور شد: برداشت و بسته بندی خرما در اغلب نخلستان‌های کازرون به صورت ابتدایی و سنتی انجام می‌شود و برای بهبود این وضعیت استفاده از نظر کارشناسان ضروری است.

به گفته وی ۸۵ درصد از محصول خرمای برداشت شده در این منطقه قابلیت صدور به خارج از کشور را دارد و برخی کشورهای اروپایی مشتری عمده محصول خرمای کازرون هستند.

مدیر امور باغبانی سازمان کشاورزی فارس در مورد برداشت و بسته بندی خرما در مناطق مختلف فارس می‌گوید: برداشت و بسته‌بندی خرما در اغلب نخلستان‌های فارس به روش چند ده سال قبل انجام می‌شود.

محمد حسین فرجاه اظهار داشت: ایجاد تحول

در بسته‌بندی و برداشت بهداشتی خرما در فارس نیازمند مشارکت بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این امر به عنوان یک صنعت وابسته به کشاورزی دارد.

وی افزود: بسیاری از سرمایه گذاران با توجه به عدم بازگشت سریع سود، از سرمایه گذاری در امر بسته‌بندی خرما در استان فارس استقبال نمی‌کنند.

مسئولان اتاق بازرگانی شیراز وجود پیمان ارزی را یک تنگنای جدی در امر رونق بخشیدن به صادرات خرما قلمداد می‌کنند و می‌گویند: اگر چه در سال‌های اخیر رقم این پیمان به کمتر از یک چهارم رقم اولیه کاهش یافته اما هنوز برای رونق بیشتر صادرات تجدید نظر در پیمان ارزی احساس می‌شود.

به گفته این مسئولان رقم پیمان ارزی برای هر تن خرمای صادراتی درجه یک فارس ۲۵۰ دلار است در حالی که در سال‌های گذشته این رقم افزون بر ۹۰۰ دلار بوده است.

کارشناسان اتاق بازرگانی شیراز معتقدند ۱۲ درصد از مجموع هزار تن خرمای صادراتی کشور در استان فارس تولید می‌شود و بهبود در بسته بندی و برداشت بهداشتی در رونق روند صادرات موثر است.

براساس آمار موجود از ۲۶ هزار هکتار نخلستان بارور در استان فارس سالانه افزون بر ۱۲۰ هزار تن محصول برداشت می‌شود.

کباب، شاهانی و قصب مهمترین واریته‌های شناخته شد خرما در استان فارس است و این منطقه در این زمینه مقام چهارم کشور را به خود اختصاص داده است.

مرکز پخش کاغذ و مقوا

ایران

تهیه کننده انواع کاغذ و مقوای چاپ و بسته بندی

تهران خیابان جمهوری اسلامی

خیابان ظهیرالاسلام پلاک ۱۰۲

تلفن ۳۹۱۹۶۲۵-۳۹۱۹۶۲۸

مسعود رحیمی

علاوه بر این ۴۵ وارپته خرما در فارس شناخته شده خرما در استان فارس است و این منطقه در در این زمینه مقام چهارم کشور را به خود اختصاص داده است.

علاوه بر این ۴۵ وارپته خرما در فارس شناخته شده و کارشناسان کشاورزی معتقدند اصلاح نژاد بهبود کیفیت این ارقام با برداشت و بسته بندی مناسب صادرات این محصول را به نحو چشمگیری افزایش خواهد داد.

ارزش صادرات گروه شیمیایی و سلولزی بنیاد اندکی افزایش یافت

مدیر گروه صنایع شیمیایی و سلولزی بنیاد مستضعفان و جانبازان گفت: ارزش صادرات محصولات تولیدی واحدهای تحت پوشش این گروه در سال گذشته به یک میلیون و ۳۶۶ هزار دلار رسید که نسبت به رقم یک میلیون و ۳۴۱ هزار دلار سال ۷۶ از ۲ درصد رشد برخوردار شد.

مهندس حسن معتمد رضایی روز یکشنبه در گفت و گو با خبرنگاران افزود: ارزش واردات این گروه به دلیل کمبود نقدینگی در سال گذشته با ۳۷ درصد کاهش نسبت به سال ۷۶ به ۱۷ میلیون و ۵۷۸ هزار دلار رسید. وی گفت: در پنج ماهه فروردین تا مرداد سال جاری هفت هزار و ۷۳۰ تن انواع لاستیک در یک واحد لاستیک سازی تحت پوشش این گروه تولید شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۰ درصد کاهش نشان داد.

وی افزود: تولید لاستیک در پنج ماه نخست سال جاری به دلیل سودآور نبودن برخی تولیدات و طولانی شدن زمان گشایش اعتبارات اسنادی برای تأمین مواد اولیه، کاهش یافت.

وی که در مورد عملکرد این معاونت در پنج ماهه اول امسال سخن می‌گفت، افزود: تولید لوله‌های پی وی سی و پلی اتیلن از یک هزار و ۵۰ تن در پنج ماه نخست سال گذشته با هفت درصد کاهش به ۹۷۲ تن در پنجاه ماه نخست امسال رسید.

معتمد رضایی به نقش بازسازی و نوسازی ماشین آلات و قالب‌ها در افزایش کمیت و کیفیت تولیدات تاکید کرد و گفت: سال گذشته بیش از ۲۰ میلیارد ریال در بخش ماشین آلات و قالب‌ها هزینه شد که این رقم نسبت به سرمایه‌گذاری انجام شده در سال ۷۶ حدود ۱۶۵ درصد افزایش داشت.

وی گفت: بیش از ۶۶ میلیارد ریال در چهار سال گذشته در واحدهای تحت پوشش این معاونت سرمایه‌گذاری جدید صورت گرفته است.

وی پیش بینی کرد: در صورت رفع کمبود نقدینگی و تأمین به موقع مواد اولیه، این شرکت قادر است تا پایان سال جاری ۲۱ هزار تن انواع لاستیک تولید کند که معادل ۱۴ درصد سهم بازار است.

بیش از ۷۱ میلیارد ریال در منطقه ویژه اقتصادی بندر انزلی سرمایه‌گذاری شد

تاکنون ۷۱ میلیارد و ۳۰۵ میلیون ریال در بخش‌های صنعت، تجارت و خدمات در منطقه ویژه اقتصادی بندر انزلی سرمایه‌گذاری شده است.

مسئول روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی بندر انزلی روز یکشنبه به خبرنگاری جمهوری اسلامی گفت: این میزان سرمایه‌گذاری توسط ۱۶ شرکت صورت گرفته و بیش از ۸۹ هزار مترمربع زمین به این شرکت‌ها واگذار شده است.

عباس قاسمی افزود: در بخش صنعت این شرکت‌ها در زمینه تولید قطعات و لوازم الکتریکی اتومبیل، تولید ماشین آلات کارخانه آرد، لوازم صوتی و تصویری، خانگی، آرایشی و بهداشتی، پوشاک و تولید و بسته‌بندی سیگار فعالیت دارند.

وی گفت: ۱۰ طرح صنعتی با بیش از ۴۰ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری شامل تولید ادوات الکتریکی، الکترونیکی، الکترومکانیکی، کامپیوتر، انواع الیاف پلاستیکی، نوشیدنی‌های مجاز، بسته بندی مواد غذایی، تولید ترانس برق و فرآورده‌های دختانی در دست بررسی است که بزودی با واگذاری ۶۰ هزار متر مربع زمین مورد نیاز این واحدها، عملیات اجرایی این طرح‌ها آغاز می‌شود.

نرخ پایه پیمان سپاری برخی از کالاهای مربوط به بسته‌بندی

فیلیم B.O.P.P

نرخ پایه پیمان سپاری برای فیلیم B.O.P.P تولیدی شرکت پلاستیک پوشینه برای اولین بار به شرح ذیل تعیین گردید:
- فیلیم B.O.P.P شفاف از قرار هر کیلوگرم ۰/۸ دلار.
- فیلیم B.O.P.P صدفی از قرار هر کیلوگرم ۱/۲۰ دلار.

- فیلیم B.O.P.P متالایز از قرار هر کیلوگرم ۱/۵۰ دلار.

دستگاه چاپ ورق‌های نسوز

نرخ پایه پیمان سپاری برای دستگاه چاپ ورق‌های نسوز به وزن ۵٪ ± ۱۳۰۰ کیلوگرم برای اولین بار از قرار هر کیلوگرم هر دستگاه ۴۵۰۰ دلار تعیین گردید.

ماشین آلات خط بسته‌بندی پودر
نرخ پایه پیمان سپاری برای ماشین آلات خط بسته‌بندی پودر تولیدی شرکت شادمهر به شرح زیر تعیین گردید:

الف - ماشین بسته‌بندی پودر مدل SM-904 به ظرفیت ۳۰۰۰ در ساعت به وزن ۵٪ ± ۱۱۰۰ کیلوگرم از قرار هر دستگاه ۵۲۰۰ دلار.

ب - نوار نقاله سایز ۳x۰/۵ به وزن ۵٪ ± ۱۳۰ کیلوگرم از قرار هر دستگاه ۷۰۰ دلار.

ج - بالابر پودر به ارتفاع ۳/۵ متر به وزن ۵٪ ± ۱۵۰ کیلوگرم از قرار هر دستگاه ۱۳۵۰ دلار.

(ضمناً در خصوص موارد فوق سابقه نرخ گذاری قبلی وجود نداشته است).
جمعیه انگشتری فانتزی

نرخ پایه پیمان سپاری جمعیه انگشتر فانتزی تهیه شده از پلاستیک و روکش پودر مخملی به شکل انواع میوه‌های مختلف به ابعاد حداکثر (۱۰x۱۰x۱۰) سانتی متر از قرار هر عدد ۰/۵ دلار تعیین گردید.

مرکب چاپ
نرخ پایه پیمان سپاری انواع مرکب چاپ به شرح زیر تعیین گردید:

الف - مرکب مشکی چاپ فلکسو (Flexo) آبشور (water lare) از قرار هر تن ۸۵۰ دلار.
ب - مرکب سفید چاپ فلکسو (Flexo) آبشور (water lare) از قرار هر تن ۱۳۰۰ دلار.
ج - مرکب رنگی چاپ فلکسو (Flexo) آبشور (water lare) از قرار هر تن ۲۱۰۰ دلار.

آخال کارتن
نرخ پایه پیمان سپاری جهت ضایعات و آخال کارتن برای اولین بار از قرار هر تن ۸۰ دلار تعیین گردید.

(توضیح این که صدور ضایعات و آخال کارتن با ارائه مجوز اداره کل مقررات صادرات و واردات بازرگانی و فقط از گمرک چابهار و زاهدان قابل ارسال می‌باشد).

بیسکویت
پیرو مصوبه شماره ۱۴۹۸/۷۷/ک/ف مورخ ۷۸/۸/۶ نرخ پایه پیمان سپاری جهت بیسکویت ترد نمکی مطابق سایر انواع بیسکویت و پتی بور به شرح زیر تعیین گردید:

الف - در بسته بندی OPP و کارتن از قرار هر کیلوگرم ۰/۶۵ دلار.

ب - در بسته بندی OPP با جمیع مقوایی و کارتن از قرار هر کیلوگرم ۰/۷۰ دلار.

اظهار نظر یک ارزیابی گمرکی بسته‌بندی کالا از شاخص‌های مهم بازار یابی و صادرات غیر نفتی است

بسته‌بندی کالا برای صادرات یکی از شاخص‌های مهم بازاریابی و مدیریت بازار است که در اغلب کشورها بابت آن هزینه هنگفتی صرف می‌شود و کارشناسان زیادی در این رشته خاص تربیت می‌شوند. حمدالله سبقت ارزیاب گمرک شهریار طی نامه‌ای در این زمینه، برخی از مشکلات و مضرات را که ناشی از بسته‌بندی کالاهای صادراتی است، مطرح و توصیه می‌کند که برای بهبود کیفیت و بسته‌بندی کالا اقدامات اساسی انجام شود.

متن نامه آقای سبقت را با هم می‌خوانیم:
توجه به صادرات غیر نفتی یکی از رسالت‌های مهم کلیه سازمان‌ها از جمله گمرک جمهوری اسلامی ایران است و یکی از شاخص‌های موفقیت در امر صادرات، توجه به کیفیت بسته‌بندی کالاهاست. کما این که در اغلب کشورها بابت آن هزینه‌های زیادی صرف شده و حتی کارشناسان امر بسته‌بندی تربیت می‌شوند. ولی متأسفانه در کشور ما صادرکنندگان، کالاهای صادراتی خود را در کارتن‌های که هیچ گونه تناسبی با نوع کالا ندارد و از کیفیت بسیار نازل تهیه می‌شود، بسته‌بندی می‌کنند. حتی در برخی موارد مشاهده می‌شود که کالاهای صادراتی بدون توجه به نوع و کیفیت کالا به صورت فله در کارتن‌های مثل کارتن تخم مرغ، کیک و نظایر آن جاسازی می‌شود. لذا اینجانب به مسئولان محترم که هم و غمشان رونق و توسعه صادرات غیرنفتی است پیشنهاد می‌کنم، برای ارتقای کیفیت و بسته‌بندی مطلوب کالاها اقدامات اساسی مبذول دارند تا انشاءالله صادرات ما بتواند جایگاه واقعی خود را در توسعه اقتصادی کشور باز یابد.

علینقی خاموشی رئیس اتاق بازرگانی با شجاعت، انگشت بر یک نقطه حساس اقتصاد سیاسی ایران گذاشت و از اینکه دستگاههای اطلاعاتی و انتظامی به هر دلیل به عرصه اقتصاد راه پیدا کردهاند، اظهار نگرانی کرد. وی در دیدار با رئیس قوه قضاییه و سپس در گفتگو با خبرنگاران اعلام کرد که فعالیت‌های پیدای و پنهان دستگاه‌های یادشده در میدان فعالیت‌های اقتصادی می‌تواند زیان‌آور باشد.

به گفته وی، فقدان آرامش سیاسی در هر جامعه منجر به کمبود سرمایه‌گذاری در آن شده و اقتصاد کشور را با تنگنا مواجه می‌کند.

وی تصریح کرد: فقدان امنیت اقتصادی در جامعه، بی‌ثباتی اقتصادی را به دنبال دارد و این امر از سوی هرکس که باشد، صحیح نیست. چنانچه وزارت اطلاعات در اقتصاد وارد شود، این امر به کاهش میل به سرمایه‌گذاری اقتصادی کمک می‌کند. اتاق بازرگانی معتقد است فشار از سوی دستگاه‌های قدرت در بخش اقتصادی مضر است. مبارزه با گرانفروشی باید به صورت قانونی انجام شود. با زور نمی‌توان به جذب سرمایه‌های مبادرت ورزید. هر جا سرمایه‌گذاری با تنگنا مواجه شود، سرمایه از میدان به در می‌رود. سرمایه‌گذاری بلندمدت در ایران هنوز مساعد نیست و برای تحقیق آن ابتدا باید امنیت سرمایه‌گذاری خارجی نیز فراهم شود.

همچنین سرمایه‌گذاران خارجی می‌توانند بخشی از آورده خود را تحت عنوان «تسهیلات مالی سهامداران خارجی» تحت پوشش قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی قرار دهند. اقساط اصل و سود تسهیلات مالی مذکور در چهارچوب ماده ۳ این تصویب‌نامه قابل انتقال خواهد بود.

ضوابط پذیرش سرمایه‌گذاری خارجی در طرحهای اقتصادی ایران

نشریه گمرک

ضوابط پذیرش سرمایه‌گذاری خارجی تحت پوشش قانون جلب و حمایت سرمایه‌گذاری‌های خارجی در ۷ ماده از تصویب هیئت وزیران گذشت.

به گزارش این نشریه، از این پس پیشنهادهای سرمایه‌گذاری خارجی که در چارچوب ضوابط این مصوبه بوده و از طریق سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران به تأیید هیئت رسیدگی موضوع ماده قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی رسیده باشد، پس از تصویب شورای عالی سرمایه‌گذاری، موضوع ماده هفت اساس‌نامه سازمان سرمایه‌گذاری تحت پوشش قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی قرار می‌گیرد.

این گزارش حاکی است، ملاک تصویب شورای عالی سرمایه‌گذاری، موافقت اکثریت وزرای عضو شورا بوده و پس از تأیید رئیس جمهوری لازم‌الاجراست که با رعایت ماده نوزده آیین‌نامه داخلی هیئت دولت ابلاغ می‌شود.

بر اساس ماده دوم تصویب‌نامه هیئت وزیران، طرح‌های سرمایه‌گذاری خارجی باید ضمن ایجاد فرصت‌های شغلی، حداقل یکی از اهداف دولت مبنی بر افزایش صادرات غیر نفتی، تکمیل حلقه‌های زنجیره تولید شود، اکتشاف، بهره‌برداری از منابع زیرزمینی و فن‌آوردی (مجمع معدنی - صنعتی) و یا رونق بخشیدن به بازار رقابت و افزایش کیفیت کالا و خدمات و کاهش قیمت‌ها در داخل کشور را تأمین کند.

در ماده سوم مصوبه هیئت دولت در خصوص انتقال ارزی سرمایه‌گذار خارجی که باید به تأیید هیئت رسیدگی نیز برسد، آمده است: انتقال سود و سایر انتقالات ارزی صرفاً از محل عواید ارزی یا ابطال تعهدات ارزی مربوط به صادرات کالا و خدمات واحدی که سرمایه‌گذاری خارجی در آن صورت پذیرفته، امکان‌پذیر است. چنانچه صادرات کالا و خدمات واحد سرمایه‌پذیر از سوی دولت ممنوع شده یا بشود، سرمایه‌گذاری خارجی از محل اعتبار ارزی خاصی که به همین منظور در اختیار سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران قرار می‌گیرد، تأمین خواهد شد.

چگونگی واگذاری سهام به سرمایه‌گذاران خارجی در ماده چهار این مصوبه در بند چهار و تبصره و بر اساس توافق طرفین مشارکت تعیین شده است. بر این اساس واگذاری نسبت‌های مختلف به سرمایه‌گذاران خارجی از طریق شرکت‌هایی که در اجرای طرح سرمایه‌گذاری خارجی در ایران به ثبت می‌رسند و یا شرکت‌های ثبت شده موجود که برای ارتقای تولید و ظرفیت، سرمایه‌گذاری خارجی در آنها صورت می‌گیرد، با درصدها و شرایط زیر مجاز است.

الف - در طرح‌هایی با هدف افزایش صادرات غیر نفتی، تکمیل حلقه‌های زنجیره تولید کشور و مجتمع معدنی و صنعتی، رونق بخشیدن به بازار رقابت، افزایش کیفیت کالا و خدمات کاهش قیمت‌ها تا هشتاد درصد سهام شرکت‌های مشترک، قابل واگذاری به سرمایه‌گذاری خارجی است.

ب - در طرح‌هایی با هدف اکتشاف و بهره‌برداری از منابع زیر زمینی و معادن، حداکثر تا چهل و نه درصد سهام شرکت‌های مشترک، قابل واگذاری به سرمایه‌گذاران خارجی است.

تبصره ۱ - افزایش سقف مشارکت سرمایه‌گذاران خارجی در طرح‌های خاص به پیشنهاد هیئت رسیدگی به جلب سرمایه‌های خارجی و تصویب هیئت دولت انجام می‌شود.

تبصره ۲ - طرح‌هایی که از طریق روش‌های: بیع متقابل، ساخت - بهره‌برداری و واگذاری (B.O.T)، ساخت - مالکیت - بهره‌برداری - واگذاری (B.O.O.T) و سایر روش‌های تأمین مالی طرح (Project Financing) توسط سرمایه‌گذاران خارجی تأمین مالی و تحت پوشش قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی اجرا می‌شوند، مشمول محدودیت‌های واگذاری نسبت‌های مختلف سهام به سرمایه‌گذاران خارجی نمی‌باشند.

همچنین سرمایه‌گذاران خارجی می‌توانند بخشی از آورده خود را تحت عنوان «تسهیلات مالی سهامداران خارجی» تحت پوشش قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی قرار دهند. اقساط اصل و سود تسهیلات مالی مذکور در چارچوب ماده سه این تصویب‌نامه قابل انتقال خواهد بود.

بهترین روش تبلیغ روراست بودن با مخاطب و برهیز از شعار است. به تبلیغ زیر که متعلق به یک شرکت بسته‌بندی مالزیایی است توجه کنید.

بسته‌بندی سازگار با محیط زیست

ما تولیدکننده محصولات بسته‌بندی مقوایی هستیم. بخشی از محصولات ما از تایوان وارد می‌شود و بخشی دیگر از آنها در کارخانه ما در چراس کشور مالزی ساخته می‌شود.

محصولات ما به اشکال ورقهای مقوا، قوطی‌های غذا و فنجان ساخته می‌شود. این محصولات از الیاف کاملاً تازه و بدون هیچگونه افزودنی ساخته شده‌اند. این مواد قابل بازیافت می‌باشند و از این رو برای محیط زیست هیچگونه آلودگی ایجاد نمی‌کنند. در قسمت خارجی و داخلی بسته‌بندی‌های ما لایه‌ای از پلی‌اتیلن وجود دارد و از این رو از نفوذ مایع غذایی جلوگیری می‌کند.

این نوع بسته‌بندی‌ها حرارت اجاق تا ۱۰۰ درجه سانتیگراد را تحمل می‌کند. محصولات ما توسط انجمن مواد غذایی FDA ایالات متحده و سیریم مالزی مورد تأیید قرار گرفته است. بسته‌بندی‌های ما در اشکال و طرح‌های مختلف ارائه شده است. اگر اندازه جنسی که می‌خواهد مورد بسته‌بندی قرار بگیرد حالت خاصی داشته باشد سفارش دهنده می‌تواند درخواست نماید تا طرح و شکل خاصی روی آن چاپ شود. مخارج طراحی و فیلم جداگانه محاسبه خواهد شد.

محصولات ما در آستانه محبوبیت و مشهور شدن در مالزی قرار دارد و دولت مالزی مردم را تشویق می‌نماید تا از بسته‌بندی‌هایی استفاده کنند که برای محیط زیست زیانبار نیستند. مقوای تولیدی ما جلوه‌های تبلیغاتی بسیار خاصی را با هزینه اندکی می‌توانند تولید کنند.

تمام محصولات ذکر شده در بالا شرایط زیر را حائز هستند:

بر اساس استانداردهای USAFDA و SIRM مالزی برای محصولات غذایی و استاندارد کیفیت کاغذ هستند.

- کیفیت: کاغذ با استفاده از فیبرهای کاملاً تازه و بدون افزودنی‌های آلاینده ساخته شده‌اند و به راحتی قابل شکستن نیستند.

- آندود: دو لایه پلی‌اتیلن حداکثر عایق‌بندی در مقابل نفوذ رطوبت را انجام می‌دهند.

- مناسب برای نگهداری غذا و آب سرد و گرم و مناسب برای تازه نگاهداشتن غذا

- تحمل حرارت مایکروویو تا صد درجه سانتیگراد

- قابلیت بازیافت

- جلای مناسب روی محصول که آن را برای درج آگهی ایده‌آل ساخته است.

البته این چنین تبلیغ کردن زیاد هم ساده نیست. زیرا این تبلیغ در عین روراست بودن با مردم، ادعاهایی دارد که پای‌بند بودن به آنها برنامه تولید مشجمی را طلب می‌کند و اتفاقاً همین امر می‌تواند باعث موفقیت چنین شرکت‌هایی باشد. یعنی مطرح کردن اصولی که مطلوب همه باشد و در عین حال پای‌بندی به آن نیز برای هر تولیدکننده‌ای ساده نباشد.

2000 GLOBAL CALENDAR OF EVENTS

فهرست برخی رویدادهای جهانی مربوط به پست‌مبندی در سال ۲۰۰۰ میلادی

زمان	نام رویداد	مکان	ارتباط
Date	Event Name	Location	Contact Info
March 14 - 17, 2000	Packaging & Poligrafexpo	Bucharest, Romania	Ms. Maria Mateias PUBLICOM Advertising & Promotion Division Chamber of Commerce & Industry of Romania and Bucharest Municipality 2, Octavian Goga St. 74244 Bucharest 3, Romania TEL: +40 1 322 95 30 FAX: +40 1 322 95 30
May 8 - 12, 2000	MACROPAK 2000 International Packaging Trade Fair	Exhibition Complex Jaarbeurs Utrecht, Netherlands	Royal Dutch Netherlands/Koninklijke Nederlandse Jaarbeurs Postbus/P.O. Box 8500 3503 RM Utrecht Jaarbeursplein 3521 AL Utrecht, Netherlands TEL: +31 30 2955 504 FAX: +31 30295 55 59 e-mail: info@jaarbeursutrecht.nl
May 16 - 19, 2000	ProPak China 2000 6th Int'l Packaging & Processing Exhibition Incorporating: Bevtek & Brewtek China 2000, Food Ingredients China 2000, PakPrint China 2000, PharmaPak China 2000, PlasPak China 2000, and MetalPak China 2000	Shanghai, China	Paul March, Director Overseas Exhibition Services Ltd. 11 Manchester Square London W1M 5AB United Kingdom TEL: +44 (0) 171 862 2061 FAX: +44 (0) 171 862 2068 e-mail: pmarch@montnet.com
May 31 - June 3, 2000	ProPak Philippines 2000 2nd Int'l Packaging & Food Processing Machinery Equipment & Materials & Printing for Packaging Exhibition Incorporating: PharmaPak Philippines 2000	Manila, Philippines	Paul March, Director Overseas Exhibition Services Ltd. 11 Manchester Square London W1M 5AB United Kingdom TEL: +44 (0) 171 862 2061 FAX: +44 (0) 171 862 2068 e-mail: pmarch@montnet.com
June 7 - 11, 2000	Printing & Packaging Malaysia 2000 12th Malaysian Int'l Packaging & Printing Equipment & Materials Exhibition	Kuala Lumpur, Malaysia	Paul March, Director Overseas Exhibition Services Ltd. 11 Manchester Square London W1M 5AB United Kingdom TEL: +44 (0) 171 862 2061 FAX: +44 (0) 171 862 2068 e-mail: pmarch@montnet.com
June 13 - 15, 2000	Packaging D'Emballage Forum	Palais des congrès de Montréal (Hall 100A) Montréal, Québec	Packaging Association of Canada FAX: +1 (416) 490-7844 e-mail: info@pac.ca
June 14 - 17, 2000	ProPak Asia 2000 9th Int'l Food Processing & Packaging Technology Exhibition Incorporating CanTech2000, PharmaPak 2000, SeafoodTech 2000, and RetailPak 2000	Bangkok Int'l Trade & Exhibition Centre Bangkok, Thailand	Bangkok Exhibition Service Ltd Overseas Exhibition Services Ltd 11 Manchester Square London, W1M 5AB United Kingdom TEL: +44 (0) 171 862 2069 FAX: +44 (0) 171 862 2001 e-mail: propakasia@montnet.com
June 27 - 29, 2000	Labelexpo Asia 2000	Singapore Expo Centre Singapore	Dominic Wiley Tarsus Exhibitions Ltd. 129-133 Southlands Road Bromley, Kent BR2 9QT United Kingdom TEL: +44 (0) 181 313 3535 FAX: +44 (0) 181 468 7472 e-mail: sales@tarsus-exhibitions.com
October 3 - 7, 2000	Tokyo Pack 2000 International Packaging Exhibition Theme: Packaging the World with Tenderness in the New Century	Tokyo International Exhibition Center Tokyo, Japan	Japan Packaging Institute Togeki Bldg., 4-1-1 Tsukiji, Chuo-ku Tokyo 104-0045 Japan TEL: +81-3-3543-1189 FAX: +81-3-3543-8970 e-mail: furuya@jpi.or.jp
October 10 - 13, 2000	WPO Board Meeting & Worldstar Packaging Competition Judging in conjunction with SCANPACK 2000	Gothenburg, Sweden	World Packaging Organisation 481 Carlisle Drive Herndon, VA USA TEL: +1 703 318 5512 FAX: +1 703 814 4961 e-mail: star@pkgmatters.com
November 8 - 10, 2000	Second International Symposium on Food Packaging Ensuring the Safety and Quality of Foods	Hotel Wimberger Vienna, Austria	Ir. Lien-Anh Tran International Life Sciences Institute - Europe Avenue E. Mounier, 83- Box 6 B-1200 Brussels, Belgium TEL: +32 2 771 00 14 FAX: +32 2 762 00 44 e-mail: anh@ilsieurope.be
November 22 - 25, 2000	ProPak Indonesia 2000 15th Int'l Food Processing & Packaging Machinery & Materials Exhibition	Jakarta, Indonesia	Paul March, Director Overseas Exhibition Services Ltd. 11 Manchester Square London W1M 5AB United Kingdom TEL: +44 (0) 171 862 2061 FAX: +44 (0) 171 862 2068 e-mail: pmarch@montnet.com

پرودی

از طراحی تا چاپ

تحقیق و تالیف
رضا نورانی

PRINT & PRODUCTION

چ ا پ

نشر بشارت

News about "Design to Print" courses

This course are modified courses with the same name which was conducted during 1994 & 1995 in "lecturer training college". The new round of classes which were highly welcomed by participants is still moving. So far 3 rounds of classes has been conducted and its 4th round has already started. In these classes the participants will come to know the base of printing processes such as different types of printing colour divisions, trum and ... will be discussed. The advanced "Design to print 2" course has also finished succesfully and second round of these classes has also started. Topics discussed in this round are about digital and electronic printings as well as digital inputs such as scanner and digital outputs such as imagesetter, computer to plate will be discussed. Also Bite depth and colour graphic files and colour systems in cmputers are among these topics. During ththese couurses inspections were made from Shadrang, Vajeh printhouse, Offset Co, Mehran lithography, Megapass lithography, Rayan Print Co and electronic graphic complex of Iran Shamse plant. Some of these complexes invited the participants to participate in the inspection. The mentioned classes will not be conduted any more hereafter the Day and will be restarted by the begining of the coming year but reservation will be continued.

scanners. Megapass lithography uses different means of prepress equipments out of which we can mention mono axis lino type hell scanner (on line) or flat Topaz scanner, cylenardical linotype(off line), imagesetters and contact dilight can be mentioned. At the end of these inspections the students were hosted by tea and sweets.

Inspection from Iran Shamse electronic graphic complex

Following the invitation made by Mr Fereldoon Besharati the manager in charge of the company this company enrolled in the list. Simultaneous to the first round of "design to print 2" course inspection of some



center with scanner was put in the programme of these classes out of which this center was one of them. Mr Fereldoon Besharati was previously doing the same thing in the previous years. This inspection was for the completion of the scanners chapter and lasted an hour during which different large crossfield scanners were fully inspected by the students. At the same time inspectors visited Magnarip system which was newly installed in this center. Previously this company scanner was preparing film directly from the light part to film (from scanner to light portion) but with this new instrument now they can scan directly from the graphic files. It should be said that this company scanner with 57 * 72 cm dimensions has the biggestinput for scanner and film production.

Inspection of "Design to print" students from Shadrang Company



Following invitation of Mr Moodi the orders manager of Shadrang company attendants of "design to print" classes inspected the company which was situated at 13th Km out of city. The transportation facilities was also prepared by the same company and the participants were warmly welcomed. In this inspection the students could visit 5 colour printing machines from nearby. The mnager and workers in charge of factory were answering the questions in details. Finally the group was hosted lunch by the company manager and a copy of Hafez poet book was given to each of the students. Shadrang company has letterpress,offset and flexo printing machines.In second round ofprinting festival which was held early this year this company ranked 2nd.



لاستیک سینا

روکش لاستیکی نورددهای چاپ
کشش، فلکسو، صلابه، سیلیکونی
روکش نورددهای چاپ فلز
روکش نورددهای چاپ کارتن
روکش نورددهای چاپ پلاستیک
نایلون، نایلکس، UV ROLLS

دفتر تهران - نارمک - گلبرگ غربی
بعداز کرمان نبش کوچه اسلامی شماره ۵۲
تلفن: ۷۸۱۲۵۲۴ و ۷۸۲۹۳۳۳
تلفن همراه:
۰۹۱۱۲۱۱۲۳۹۵ و ۰۹۱۱۲۱۳۱۲۷۴

An inspection from Megapass Company

Prepress complex of Megapass twice accepted the participant of "Design to Print" classes. These inspections were made in accordance to the invitation of Mr Majeed Ghasemi and his wife who was one of this class participants. Each of these inspections which took more than one hour time was fully technical and in each part the persons in charge fully explained each and every aspects of machines like imagesetters and

In the name of God
the Beneficent the merciful



Cover: RICO Priport VT6000
IRAN NARA - Phone: +98 21 8743015
Email: irannara@hotmail.com

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

- Points: 2000. 1
- A research about an important problem in export 2
- 2 viewpoints about print and packaging exhibition in Tabriz 3
- News about design to print course . . . 4
- Colour in packaging(part 1). 6
- Flexibility is still one of the main dominant tools in the multiple packs market. 8
- Yesterday packaging,today & tommorow 10
- Useful methods in todays world packaging(part 6) 12
- A research in the meaning of packaging 14
- Packaging Oscar 16
- Lighter & lighter 17
- H.M.R a new invention in frozen food packaging 18
- Packaging efficiency 20
- News about packaging world 22
- Knowing packaging technical magazines(Beverage Machines) 29
- Internal news 30
- 2000 Global calendar of event 33

CHAP O BASTEBANDI
(Printing & Packaging Monthly Magazine)
2nd year.No.20, 1999
Editor: Reza Noorael
P.O.Box: 13145-1487 Tehran.Iran
Tel: +98 21 8861911 fax: +98 21 8862908
Email: iranpack@iran-central.net
Web: www.iran-central.net/iranpack
Articles printed are not necessarily viewpoints of the magazine's staff.
Received articles are subject to edit or improve.

WEB SITE WEB SITE WEB SITE WEB SITE WEB SITE

بایستبندی
Iran 's Packing Information Centre

WEB SITE
www.iran-central.net/iranpack

VISIT US

2000

From long before always year 2000 has been counted as a turning point in the human history. A big turning point in human history which has attracted all concerns. An scale all are forced to measure themselves to it. Surely even after year 2000 it will still be remained as a benchmark in the history and this is just a time scale.

History has always been the the best teacher and helped him to anticipate the future. As have written and said now we can see that if that story is true or is just a fabolous year?

We can be sure to say that all have been said about year 2000 is not more than just dreams. None of the man or machines and airoplanes and cars did not come true. May be year 2000 has been choosen targeted as the main aim for human to runaway from social as well as financial problemes, but they should know that year 2000 was just a year after year 1999 and a year before year 2001. As the year 1000 was. In fact there is no difference between saturdays of 19th centuries with its previous years and the coming years. But we can say that polticians, artists and companies have prepared many programs for this year but we hope that all these will not cause headaches. The most important thing none has thaught about is just the problemes computers are facing in the year 2000. All we have mentioned leads us to this point that year 2000 is not an enterance gate to social and manners and communications mutation but ia also a headache and create problem making year which can not lead to what has been promised from long before for that. The capacity of year 2000 for the excitement and stresses is very limited. A year all buyers are hesitating to buy anything and only advertisemnt can push them to do so.

Financial crisis have caused many problemes for what human anticipated for the year 2000. Fast growing rate of petroleum has changed everything. Noone tells the depth of the shake but still we can anticipate a moving and active coming year. Year 2000 will be a year in the harsh. This year will be past just by thinking and its resault will be shown 2 years later in the year 2002. The year 2002 will be an ideal year, a year most of dreams comes true and tall waves of the year 2000 will become quite. The reality of this year will be so much that nothing even a dream such as the year 2000 can change it. Now that we are at the beginning of third millenium no important thing has happened and just the beginning number of years will be changed. As there want to be a real change many billions \$ should be transfered along the globe and be transfered to something entirely different which seems unrealistic.

Foreign Companies and Institutes, working in the field of packing Industries, are informed that they can advertise and make themselves known in Iran's market and Industries through 'CHAP O BASTEBANDI' monthly magazine.

دوره‌های کوتاه مدت «از طراحی تا چاپ»

(نظارت امور چاپ و انتشارات)

بار دیگر بر آن شده‌ایم که دوره‌های کوتاه مدت نظارت فنی چاپ و انتشارات را از سر بگیریم و آن را تا مدت محدودی ادامه دهیم. (مانند چهار سال پیش)
شما را به شرکت در این دوره‌ها دعوت می‌کنیم.
شرکت در این دوره برای عموم علاقمندان آزاد است.

آیا می‌دانید...؟

آیا می‌دانید چاپ صنعت پنجم جهان است؟

آیا می‌دانید تکنولوژی چاپ به کجا رسیده است؟

آیا می‌دانید تصویر در ماشین فتوکپی چگونه بوجود می‌آید؟

آیا می‌دانید اساس کار چاپگرهای کامپیوتری چگونه است؟

آیا می‌دانید چطور میتوان هزینه‌های یک کار چاپی را پائین آورد؟

آیا اصطلاحات رایج چاپ و لیتوگرافی در ایران را می‌شناسید؟

آیا اصطلاحات صحیح و بین‌المللی چاپ را می‌دانید؟

آیا می‌دانید انتقال و تکثیر تصاویر جزء ارکان عصر ارتباطات است؟

آیا می‌دانید چاپ دیجیتال چیست؟

آیا سیستمهای چاپ را میشناسید؟

آیا می‌دانید برای هر روش چاپ چگونه باید طراحی کرد؟

آیا می‌دانید چاپ جزء اولوئتهای سرمایه‌گذاری کشور قرار گرفته است؟

؟

آیا می‌دانید برای یک پروژه چاپ بسته‌بندی از کجا باید شروع کرد؟

آیا می‌دانید چه عواملی در محاسبات پروژه‌های بسته‌بندی نقش دارند؟

؟

آیا روشهای چاپ صنعتی را می‌شناسید؟

آیا روشهای نمونه‌گیری و کاربردهای آنها را می‌شناسید؟

دوره‌های «از طراحی تا چاپ» (نظارت امور چاپ و انتشارات) یعنی

همه چیز درباره چاپ، تکثیر و انتقال تصاویر و نوشته‌ها

از طراحی تا چاپ ۱

مواد آموزشی: شناخت طرح اجرایی (ارتورک) و انواع آن/ ویژگی‌های یک طرح اجرایی خوب/ انواع روشهای چاپ/ انواع واسطه‌های چاپ/ انواع عملیات آماده‌سازی (پیش‌چاپ)/ روشهای صحافی/ واژه‌های تخصصی و حرفه‌ای مربوطه/ قوانین مربوطه
بازدیدها: عملیات لیتوگرافی، انواع چاپ افست و انواع صحافی
مدت دوره: ۳۰ ساعت / یک ماه و نیم / شهریه دوره: ۲۴۰۰۰۰ ریال

از طراحی تا چاپ ۲

(سیستمها و ابزار دیجیتال در چاپ)
مواد آموزشی: ورودی‌ها و خروجی‌های تصویری کامپیوتر/ اساس ارتورکهای کامپیوتری/ گروه‌بندی برنامه‌های گرافیکی چاپ در کامپیوتر/ ماشینهای فتوکپی و روش کار آنها/ انواع روشهای چاپ دیجیتال (چاپ کامپیوتری)
بازدیدها: اسکنر سیلندری، امیج‌ستر، چاپ دیجیتال، نمونه‌گیری دیجیتال
مدت دوره: ۳۰ ساعت / یک ماه و نیم / شهریه دوره: ۳۰۰۰۰۰ ریال / پیش‌نیاز: از طراحی تا چاپ ۱

مدیریت پروژه چاپ بسته‌بندی

مواد آموزشی: هدایت پروژه بسته‌بندی/ طراحی برای بسته‌بندی/ محاسبات اقتصادی/ محاسبات صنعتی/ محاسبات اجتماعی/ انواع چاپ‌های صنعتی/ انواع چاپ‌های بسته‌بندی/ نمونه‌گیری و آزمون بازار
بازدیدها: چاپ فلکسو، چاپ روتوگراور، چاپ بالشتکی، چاپ افست خشک، جعبه‌سازی، دای کات
مدت دوره: ۳۰ ساعت / یک ماه و نیم / شهریه دوره: ۳۰۰۰۰۰ ریال / پیش‌نیاز: از طراحی تا چاپ ۱

تخفیف در شهریه‌ها:

۱. بستن یکجا برای دو یا سه دوره: ۱۰ درصد

۲. مدرسن، دانشجویان و هنرجویان چاپ و کارکن چاپخانه لیتوگرافی و صحافی: ۳۰ درصد

۳. مدرسن، دانشجویان و هنرجویان گرافیک، دانشجویان علوم ارتباطات اعضای هیئت مدیران گرافیک و نجس کانونهای تبلیغاتی: ۲۰ درصد

۴. اینترگران و چاپخان/ ۱۰ درصد (تخفیف این مورد قابل جمع با تخفیفهای دیگر است)

چهارم از دوره پیش‌نیاز مستلزم موفقیت در آزمون پایان دوره است. این آزمون بدون گذراندن دوره پیش‌نیاز نیز انجام پذیر است. هزینه شرکت در آزمون دوره پیش‌نیاز (بدون گذراندن دوره) ۳۰۰۰۰ ریال است. با توجه به ظرفیت محدود هر دوره، متقاضیان بر اساس اولویت ثبت‌نام کلاس‌بندی خواهند شد.
محل ثبت‌نام:

دفتر هماهنگی چاپ و بسته‌بندی/ تهران، خیابان وسال شیرازی، خیابان ایبیتال، نبش خیابان قدس، شماره

۱۲۸، تلفن: ۸۸۶۱۹۱۱

مدارک مورد نیاز: اصل مبلغ شهریه + یک قطعه عکس + یک برگ فتوکپی شناسنامه + اصل مدرک مربوطه یا معرفی‌نامه برای استفاده از تخفیف (در صورت استفاده از تخفیف)

دوره آموزش از طراحی تا چاپ



دومین دوره «از طراحی تا چاپ»

دومین دوره کلاس‌های «از طراحی تا چاپ» با حضور ۱۹ نفر در محل دانشگاه تربیت مدرس از ۱۲ اردیبهشت تا ۱۱ مردادماه به کار خود پایان داد.
رضا نوربایی مدرس کلاس‌های تئوری عصر گفت‌وگویی با سخنرانی صنعت چاپ با اعلام این مطلب افزود ترکیب شرکت‌کنندگان دوره دوم نشان‌دهنده نیازها و تنوع مراکز و افرادی است که با چاپ سر و کار دارند. در میان ۱۹ تن شرکت‌کنندگان این دوره چند نفر از صاحبان واحدهای چاپ و بسته‌بندی و چند نفر از مدیران واحدهای چاپ و بسته‌بندی شرکت‌کنندگان با چاپ و بسته‌بندی و کیفیت کلاس بالاتر از دوره قبل بود و سوابق مطروحه طی این دوره فنی را در تخصصی تر بود.
وی یادآور شد در برنامه‌های بازدید این دوره چاپ فلکسو و هدایت نیز پیش‌بینی شده بود که برای این منظور به شرکت چاپ و بسته‌بندی و برای آشنایی از سیستمها و ابزار دیجیتال در چاپ.

بازدید کارآموزان سومین دوره نظارت چاپ و انتشارات دانشگاه تربیت مدرس از موسسه کیهان
کیهان با توضیحات مسئولین هر یک از قسطنطنیه با کار چاپ رنگی از جلسات آموزشی این دوره کارآموزان محسوب می‌شود. دوره‌های نظارت چاپ و انتشارات بصورت متوالی توسط دفتر گرافیک دانشگاه هنر دانشگاه تربیت مدرس برگزار می‌شود.

دوره آموزشی «از طراحی تا چاپ» در روزهای ۱۲ اردیبهشت تا ۱۱ مردادماه در محل دانشگاه تربیت مدرس برگزار شد. در این دوره ۱۹ نفر شرکت کردند. در این دوره علاوه بر تئوری، بازدیدها نیز در واحدهای چاپ و بسته‌بندی و چاپ فلکسو و هدایت نیز پیش‌بینی شده بود که برای این منظور به شرکت چاپ و بسته‌بندی و برای آشنایی از سیستمها و ابزار دیجیتال در چاپ.

روز	مباحث آموزشی
۱۲ اردیبهشت	شناخت ارتورک و انواع آن/ ویژگی‌های یک طرح اجرایی خوب/ انواع واسطه‌های چاپ/ عملیات آماده‌سازی/ سیستمهای کامپیوتری چاپ/ تکثیر روشهای صحافی/ انواع واژه‌های حرفه‌ای مربوطه
۱۳ اردیبهشت	شناخت اسکنر سیلندری/ امیج‌ستر/ چاپ دیجیتال/ نمونه‌گیری دیجیتال
۱۴ اردیبهشت	مدیریت پروژه چاپ بسته‌بندی/ طراحی برای بسته‌بندی/ محاسبات اقتصادی/ محاسبات صنعتی/ محاسبات اجتماعی/ انواع چاپ‌های صنعتی/ انواع چاپ‌های بسته‌بندی/ نمونه‌گیری و آزمون بازار
۱۵ اردیبهشت	تخفیف در شهریه‌ها/ بستن یکجا برای دو یا سه دوره/ مدرسن، دانشجویان و هنرجویان چاپ و کارکن چاپخانه لیتوگرافی و صحافی/ مدرسن، دانشجویان و هنرجویان گرافیک، دانشجویان علوم ارتباطات اعضای هیئت مدیران گرافیک و نجس کانونهای تبلیغاتی/ اینترگران و چاپخان/ چاپ فلکسو، چاپ روتوگراور، چاپ بالشتکی، چاپ افست خشک، جعبه‌سازی، دای کات
۱۶ اردیبهشت	بازدید کارآموزان سومین دوره نظارت چاپ و انتشارات دانشگاه تربیت مدرس از موسسه کیهان
۱۷ اردیبهشت	بازدید کارآموزان سومین دوره نظارت چاپ و انتشارات دانشگاه تربیت مدرس از موسسه کیهان
۱۸ اردیبهشت	بازدید کارآموزان سومین دوره نظارت چاپ و انتشارات دانشگاه تربیت مدرس از موسسه کیهان
۱۹ اردیبهشت	بازدید کارآموزان سومین دوره نظارت چاپ و انتشارات دانشگاه تربیت مدرس از موسسه کیهان



راهنمای صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

فروششترین کتاب در پنجمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی و نمایشگاه مواد غذایی اصفهان

این کتاب تنها راهنمای صنعت و خدمات بسته‌بندی است که در بخش دولتی و خصوصی و سفارتخانه‌های کشورهای خارجی و سفارتخانه‌های ایران در خارج مورد استفاده قرار گرفته است.

برای اطلاعات بیشتر با دفتر ماهنامه چاپ و بسته‌بندی تماس بگیرید

کارتن‌های انواع کارتن‌های سبلا و پنچلا
 احمد کرامتی
 کارتن ساز