

ماهنامه صنعت بسته بندی پذیرای اندیشه شماست

مقالات، تحقیقات، پیشنهادات، اخبار و درد دل‌های خود را
برای این دفتر بفرستید تا مستند شود و به اطلاع دیگران برسد

- وضعیت فعلی بسته بندی در ایران (قسمت دوم) ◀ ۲
- یک نامه و یک پاسخ ◀ ۴
- زیر پوست PET ◀ ۵
- گشت و گذاری در سیزدهمین نمایشگاه ایران آگرو فود ◀ ۶
- جام جهانی و بسته بندی ◀ ۱۶
- بسته بندی چند بعدی (نگاهی به چند قوطی فلزی آبمیوه) ◀ ۱۸
- العوجان عربستان ۶۰ میلیون دلار در صنعت قوطی سازی ایران سرمایه گذاری کرد ◀ ۲۱
- ایده ها (معرفی ایده های نو در طراحی صنعتی) ◀ ۲۲
- چند ایده از مارژین ◀ ۲۵
- فیلمهای سه لایه ◀ ۲۶
- نقدی بر استانداردهای کاغذ و مقوا در بسته بندی مواد غذایی و شیرینی ◀ ۲۸
- اطلاعیه بسته بندی آب ◀ ۳۱
- ضرورت توجه به بسته بندی مواد غذایی ◀ ۳۲
- تعیین ابعاد و کیفیت دوخت مضاعف به روش پروژکتور دوخت به کمک نرم افزار بررسی دوخت ◀ ۳۶
- اهمیت نقش نیازها، تبلیغات، طراحی، در صادرات محصولات ◀ ۳۸
- این چیست و به چه درد می خورد ◀ ۴۱
- فرایند توسعه بسته بندی (بخش دوم) ◀ ۴۲
- بسته بندی کاربردی (بخش سوم) ◀ ۴۶
- قالب گیری پرسی و تزریقی؛ کشمکش برای تولید در پوش ◀ ۵۰
- آبمیوه در لباس جدید ◀ ۵۲
- کتابهای بسته بندی ◀ ۵۴
- واژه شناسی بسته بندی (پلاستیک) ◀ ۵۶
- ره آورد سایت های بسته بندی ◀ ۵۸
- معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی ◀ ۶۰
- نمایه ◀ ۶۲
- اخبار بسته بندی ◀ ۶۵
- اخبار بسته بندی عمومی ◀ ۶۵
- اخبار نمایشگاه ها ◀ ۶۶
- اخبار بسته بندی آب ◀ ۶۸
- اخبار بسته بندی و توت فرنگی ◀ ۷۲
- اخبار بسته بندی و صنایع دستی ◀ ۷۴
- اخبار قوانین و بخشنامه ها ◀ ۷۶
- اخبار بسته بندی و نانو تکنولوژی ◀ ۷۸
- اخبار بسته بندی در بورس ◀ ۸۰
- اخبار کاغذ ◀ ۸۴



ردی جلد:
شرکت ماشینهای بسته بندی اصفهان
www.packstfahan.com

شرکت ماشینهای بسته بندی اصفهان (پک)

سازنده انواع ماشین آلات بسته بندی
به آگهی پشت جلد مجله نگاه کنید

ماهنامه صنعت بسته بندی

(چاپ و بسته بندی سابق)

ISSN 1735-4749

تیر ۱۳۸۵ شماره ۷۹

--- تیراژ ۷۷۰۰ نسخه ---

صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر
رضا نورائی

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

تلفن: ۷۷۵۱۳۳۴۱-۷۷۶۰۷۹۶۳

فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹

www.iranpack.org

info@iranpack.org

===== امور مشترکان: =====

سپیده هژبری

دبیر بخش ترجمه:

سهیل چهره‌ای ۱۷ ۳۴ ۲۰۵ ۰۹۱۲

همکاران تحریریه:

مهندس مصطفی امام پور، سوسن خاکبیز،

مهندس ارسطو شهابی، مهندس حمیدرضا

طاهری آشتیانی، مهندس هاشم حبیبی،

آذر کھوایی، مهندس محمد امان بانی،

مهندس فاطمه جلیلی، مهندس حسین

مطهری، فرزاد وثوقی

حروفچینی: زهرا مهرابی

--- نمایندگی اصفهان: ۲۵ ۷۵ ۳۱۴ ۰۹۱۳ ---

اسکن: ماهنامه صنعت بسته بندی

کامپیوتر به زینک: رایان پارس ۸۸۷۴۰۰۷۳

چاپ متن و رنگی: چاپ رایان ۴۴۵۰۴۹۲۷

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است

گزارش سردبیر؛ ۲



رضا نورائی

وضعیت فعلی بسته‌بندی در ایران

چاپ بسته‌بندی در ایران

چاپ بسته‌بندی از جمله رشته‌هایی در صنف چاپ است که طی سالهای اخیر توسعه کمی و کیفی خوبی داشته‌است. با این حال با وجود به خدمت گرفته شدن ماشین‌آلات پیشرفته هنوز درصد قابل توجهی از آثار چاپی بسته‌بندی قابل رقابت با نمونه‌های غربی خود نیستند. مطالعات ماهنامه صنعت بسته‌بندی نشان داده توسعه چاپ بسته‌بندی در سطح، بیشتر از عمق بوده‌است. به این معنی که بسیاری از سرمایه‌گذاران و به طور کلی نسل جدید صنعت چاپ کشور (چه از نظر سنی و چه سابقه در صنف) بیشتر به تهیه فن‌آوری جدید و توانایی‌های اسمی آن پرداخته‌اند. در حالی که ارکانی چون دانش، تجربه، اخلاق و وجدان صنفی، بازارشناسی و بسیاری عوامل مهم و تاثیر گذار که با اسکناس قابل معامله نیستند و با خط‌کش قابل اندازه‌گیری نمی‌باشند مورد توجه قرار نگرفته‌اند. این معضل اگر حل نشود عامل باخت سنگین صنعت چاپ ایران در آینده خواهد شد. تعداد ماشین‌آلات چاپ فلکسو و روتوگراورهای مطابق با تکنولوژی روز در ایران آن قدر هست که بازار توقع داشته باشد حتی در بخش صادرات نیز رقابت با غرب با موانع مهمی برخورد نکند. همچنین نرخ و شتاب ورود تجهیزات چاپ لیبیل و شریک اسلیو در حدی است که می‌توان در طول یک سال شاهد تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای در بازار لیبیل بود. با این حال نسبت پیشرفتهای کیفی چاپ به میزان ماشین‌آلات و فن‌آوری‌های وارد شده به کشور نسبتی منطقی نیست.

چاپ شریک اسلیو بارزترین مثال این عدم توازن است. بسیاری از دارندگان تجهیزات چاپ شریک اسلیو به دلیل نداشتن اطلاعات کافی از مواد و سطوح چاپی مورد استفاده در این روش با مشکلات زیادی مواجه شده‌اند. بعضی خسارات زیادی به خود و بعضی به مشتریان خود زده‌اند. تمام اینها تنها به دلیل عدم درک صحیح از موضوعی به نام فن‌آوری است. یعنی این که بعضی فکر کرده‌اند با خرید یک سیستم پیشرفته کار تمام شده و سیستم خود همه کارها را انجام می‌دهد. درست مانند دورانی که اسکنرها تازه وارد حرفه لیتوگرافی ایران شده بودند و عده‌ای تصور می‌کردند ابزاری به نام اسکنر یا کامپیوتر به خودی خود می‌تواند برتری مطلق ایجاد کند. حدود یک دهه طول کشید تا این تفکر غلط به طور کامل از بین رفت و اکنون توانایی اپراتورها و کیفیت برخورد با مشتری در مراکز پیش از چاپ نقش تعیین‌کننده‌تری در بازار دارد.

اولین عامل عدم درک کافی از فن‌آوری‌های جدید احساس بی‌نیازی به مطالعه کتابها و مقالات تخصصی است که نزد مدیران بخش چاپ و

بسته‌بندی کشور وجود دارد. عامل دوم در این مشکل نوع اطلاعاتی است که فروشندگان تجهیزات و فن‌آوری‌ها در اختیار خریداران می‌گذارند. ایشان عموماً درباره خروجی سیستم صحبت می‌کنند و از بیان الزامات رسیدن به این خروجی اطلاعاتی نمی‌دهند و یا اصولاً از آن اطلاعی ندارند. بخصوص در مواردی که طرح این مطالب هیچ سودی برای ایشان نداشته باشد.

در این میان آن چه که همچنان باعث عقب ماندگی و نرسیدن به توقعات کیفی مشتریان از چاپ است دوری از فرهنگ مشتری‌مداری، خودبزرگ‌بینی و کوچک‌انگاری عملی امر تحقیقات است. بازار برخوردهای بزن و درو در بازار چاپ ایران به اندازه رشد تکنولوژی یک آن رشد کرده‌است. بعضی از دست‌اندرکاران چاپ به توانایی‌های عجیبی در توجیه بی‌دقتی‌ها و کم‌کاری‌های خود دست یافته‌اند و مسائل حقوقی آن قدر پیچیده شده‌اند که توقف برای پیگیری دعوا ممکن است باعث بحرانهای سخت برای یکی از طرفین یا هر دو در بازار کار شود. بدین سان بسیاری از سفارشات آن طور که باید مورد مطالعه قرار نمی‌گیرند.

سازمانهای ناظر یا موثر در چاپ در طول زمان گذشته هرگز آن طور که باید نتوانسته‌اند نظام موثر و پایداری که امنیت بازار چاپ را برای سفارش‌دهنده و مجری تامین کند پایه‌ریزی کنند. معدود دست‌اندرکاران چاپ که با وسواس و علاقه کار خود را انجام می‌دهند نیز اوضاع فعلی ناشناخته‌می‌مانند و متضرر می‌شوند زیرا مشتری دانش کافی برای تفکیک بد و خوب را ندارد.

سفارشات چاپی حوزه بسته‌بندی از حساسیت بسیار زیادی برخوردارند. چاپ از نظر سرمایه‌گذاری و هزینه تمام شده و یا پروسه تحقیقات و تولید برای بسیاری از تولیدکنندگان، موضوعی فرعی است و به آن به عنوان تکمیل‌کننده نگاه می‌کنند. با این حال بسیاری از اوقات سرنوشت تمام فعالیتهای بخش تولید و فروش یک واحد تولیدی به میزان دقت و دلسوزی چاپخانه وابسته است. در این میان صنعت چاپ کشور دارای درجه‌بندی اعلام‌شده‌ای نیست تا سفارش‌دهنده بتواند براحتی مجری پروژه چاپ خود را ارزیابی کند. در چنین وضعی همه چیز به هوش و تجربه و وجدان دوطرف باز می‌گردد که کم و زیاد هر کدام آن در هر یک از طرفین نتایج متفاوتی خواهد داشت. از طرفی مطالعات کارشناسی ماهنامه صنعت بسته‌بندی حکایت از این نکته دارد که درصد بسیار زیادی از کانون‌های تبلیغات و انتشارات که مدیریت یا اجرای پروژه‌های چاپی تولیدکنندگان را بر عهده می‌گیرند از فنون کار بی‌اطلاع هستند. متأسفانه دیده شده بعضی از طراحان یا مجریان پروژه‌های چاپی بسته‌بندی به طور کلی از الزامات

طراحی یک جعبه در رابطه با امکانات برش و خط تا بی اطلاع هستند. در مواردی دیده شده که مجری پروژه حتی از تفاوت خروجی فایل آر جی بی با سی ام وای کی بی اطلاع است. آمار این معضل را براحتی می توان از هر واحد فعال پیش از چاپ (لیتوگرافی) گرفت. زیرا واحدهای پیش از چاپ بخصوص نوع دیجیتال آن مدتهاست که با معضلی به نام اصلاح فایل های مشتریان روبرو هستند. اصلاحاتی که اگر انجام نشود میلیون ها تومان خسارت ببار می آورد و لیتوگرافی را در عین بی گناهی درگیر خود می کند. با این حال تفکرات مدیران شرکتهای سفارش دهنده مبین آن است که علاج این مشکل آن طور که چاپخانه داران می گویند در حذف واسطه ها یا ناظران چاپ نیست زیرا بسیاری از صاحبان اصلی سفارشات به هر دلیلی کانون تبلیغاتی یا ناظر چاپ منتخب خود را وکیل خود دانسته و برای انجام کارهای چاپی متفاوت خود علاقه ای به تماس مستقیم با چاپخانه ها یا سایر مراکز مربوطه دیگر ندارند. از طرفی اصولا واسطه گیری در پروژه های چاپ امری پذیرفته شده و رو به توسعه در جهان است که ایران هم از همین سیر پیروی می کند. در این میان بحرانهایی موجود در بازار صنف چاپ باعث شده در حال حاضر بعضی چاپخانه داران برای گرفتن سهم خود از بازار و اثبات توانایی خود در مدیریت پروژه های چاپی سفارش دهندگان به جای توسعه عمقی کارگاه خود، اقدام به سرمایه گذاری در خطوط پیش و پس خود کنند و به عبارتی توسعه در سطح را مد نظر قرار دهند. معدودی نیز اصولا واسطه های پروژه های چاپی هستند که با راه اندازی کارگاه کوچکی برای انجام بخشی از پروژه در کارگاه خود بقیه کار را نیز در کارگاه های دیگران به انجام می رسانند. این نوع آخر عموما در حوزه چاپ افست روی داده است.

در مجموع صنعت چاپ بسته بندی در ایران با داشتن امکانات مناسب که مطابق با تکنولوژی روز است هنوز اعتماد کافی جامعه تولیدی کشور را در رابطه با دقت، توانایی و بخصوص مشتری مداری به دست نیاورده است. از این رو است که واحدهای تولیدی کشور مدام در میان چاپخانه ها سرگردانند و بعضی دلالتان نیز در این میان با دادن وعده های آنچنانی از این وضع سود می برند. بازنده اصلی این اوضاع خود چاپخانه داران هستند. زیرا صاحبان سفارش با وجود تکنولوژی پیشرفته موجود در کشور همواره به انجام سفارش خود در خارج از کشور فکر می کنند. با اندکی تغییر در قوانین و یا جهانی شدن، این افکار به سرعت تجسم می یابد و آن روز، روز خوبی برای صنعت چاپ کشور نخواهد بود.

بازرگانی مواد و ماشین آلات بسته بندی در ایران

تهیه آمار از بخشهای بازرگانی همواره کاری دشوار است. زیرا این بخش بر خلاف بخشهای تولیدی استعداد زیادی برای تغییرات دارد. هر ماه تعدادی واحد بازرگانی کار خود را در موضوعی آغاز می کنند و تعدادی دیگر دست از موضوع قبلی بازرگانی خود کشیده و به موضوعی دیگر روی می آورند. البته نمایندگان شرکتهای بزرگ جهانی از این قاعده جدا هستند و پایداری و قدمت بیشتری دارند. از آن جا که بسته بندی نهالی نوپا در کشور ایران است و باز از آن جا که نرخ رشد و توسعه سریعی نیز دارد مورد توجه بسیاری از بازرگانان مواد و ماشین آلات قرار گرفته است. اکنون تهیه و عرضه مواد و تجهیزات بسته بندی بستری سودآور برای عده ای از تجار به نظر می آید.

اشتیاق تولیدکنندگان ایرانی برای به روز کردن تجهیزات تولید و به کارگیری مواد بهتر روز به روز بر آمار خرید و فروش در بخش بسته بندی می افزاید که سهم قابل توجهی از آن نیز متعلق به مواد و تجهیزات خارجی است. در این میان باید بین عرضه کنندگان محصولات خارجی تفاوتی قایل شد.

عده ای تنها به کار تجارت می پردازند و کسب و کار آنها فقط فروش و خدمات پس از فروش است. ایشان تمام تبلیغات و سیستم اداری خود را در جهت فروش کالای شرکت دیگری به کار می گیرند و اغلب نیز به نام شرکتهای مرجع شناخته می شوند.

عده ای دیگر خود تولیدکننده مواد، ماشین آلات و لوازم بسته بندی هستند اما بنا به دلایلی خاص چون کنترل بازار مصرف یا سودآوری بیشتر اقدام به واردات کالاهای مشابه یا مکمل خود از خارج می کنند. در این دسته از واردکنندگان امکان انحراف از مسیر اصلی یعنی تولید داخلی وجود داشته و در صورتی که قدرت کنترل بازار مصرف را نداشته باشند بازار را به نفع کالای وارداتی از دست خواهند داد. ضمن آن که مرجع اصلی کالا نیز ممکن است پس از مدتی عهد و پیمان خود با این شرکتها را با دلایلی ساختگی یا واقعی نقض کرده و خود به شکلی مستقل در داخل کشور به فعالیت ادامه دهد.

دسته سوم واحدهای تولیدی هستند که برای تامین نیازهای خود به طور مستقیم از خارج خرید می کنند. اما میزان خرید آنها به حدی است که به هر دلیل بخشی از کالای وارداتی را در داخل به فروش می رسانند. برای مثال می توان به یک شرکت نوشابه سازی داخلی اشاره کرد که چند سال پیش برای تامین نیاز خود مقداری درب بطری وارد کرد اما بخشی از آنها را در بازار مصرف به فروش رساند. بعضی از شرکتهایی که در این دسته قرار دارند اقدام به گرفتن نمایندگی شرکت مرجع می کنند و بدین سان ضمن آن که خیال خود را از تامین کالای مورد نیاز با قیمت مناسب راحت می کنند کنترل فروش و آمار مصرف آن کالای خاص در داخل کشور را نیز به دست می آورند.

موج مخرب در بازرگانی مواد و ماشین آلات

عطش دسترسی به فن آوری پیشرفته نزد تولیدکنندگان داخلی عرصه ای را برای برخی اشخاص منفعت طلب نیز فراهم کرده تا به لطف برخی جاذبه های کاذب نظیر دفتر و تشکیلات و ظاهر آراسته و نفوذ کلام یا بعضی سوابق کم اهمیت و یا بعضی روابط، دست خود را در تجارت وارد کرده و صنعت بسته بندی و چاپ کشور را به کلاسی برای تجربه کردن خود تبدیل کنند. بعضی از شرکتهایی که در ایران ادعای نمایندگی تولیدکنندگان اروپایی یا آسیایی را دارند نه تنها هیچ نوع نمایندگی رسمی در این رابطه ندارند بلکه حتی بخوبی شرکت مذکور را نمی شناسند. ایشان مانند بعضی آژانس های معاملات مسکن حتی موردی را که پیشنهاد می دهند ندیده اند و همپای خریدار با آن آشنا می شوند اما با انواع روشها این موضوع را از خریدار پنهان نگه می دارند. در همین راستا به تدریج ورود نامهای تجاری ناشناخته به صنایع کشور در حال افزایش است و از برخی نامهای تجاری تنها یک محصول (دستگاه) در کشور یافت می شود.

جو فعلی در صنایع کشور که بسیاری حتی صنعتگران را به سوی بازرگانی محصولات خارجی کشانده باعث شده نکات مثبت بازرگانی خارجی یعنی ورود فن آوری مورد نیاز کشور و در ادامه آن رشد کیفی تولیدات ایرانی جای خود را به فعالیتی صرفا سودجویانه زیر نام بازرگانی دهد. پیروان این روند خود را در تجارت اقلامی که نیاز به دانش بالا و ارائه توضیحات فنی داشته باشد درگیر نمی کنند. به همین دلیل متأسفانه بازرگانی صنعتی بخش بسته بندی و چاپ کشور از نظر تجارت مواد و تجهیزات و فن آوری های مربوط به نمونه گیری، کالیبراسیون، لوازم آزمایشگاهی و امثال اینها فقیر است. در بازرگانی مربوط به بسته بندی و چاپ در ایران بسیاری به دنبال سوژه های آسانتر هستند و کسی روی موارد فوق که موجب توسعه در عمق می شوند کار نمی کند. به همین دلیل توسعه بیشتر در سطح انجام می شود که ایجاد تکثیر کرده و رقابتهای مخرب به وجود می آورد. یک عامل پدید آورنده این معضل را می توان در موج موجود در بازرگانی مواد و ماشین آلات دانست.



یک نامه و یک پاسخ

در موضوع واکنش یکی از خوانندگان
به سرمقاله ۷۷ ماهنامه صنعت بسته بندی

توضیح

در طول عمر نزدیک به یک دهه ماهنامه صنعت بسته بندی این ماهنامه همواره دریافت کننده نظرات موافق و مخالف خوانندگان و اهالی صنعت بوده و هست. اما به ندرت اتفاق می افتد که این نظرات در متن مجله پاسخ داده شود. زیرا اکثر خوانندگان و احترامی که مدیر مجله برای وقت ایشان قایل است اجازه نمی دهد مطالبی که مخاطب کمتری دارند در مجله مطرح شوند. با این حال نامه ای که یکی از خوانندگان عزیز و با همت ما در نقد سرمقاله شماره ۷۷ ماهنامه صنعت بسته بندی (خاموشی می تواند روشن کند) برای سردبیر نوشت سردبیر را بر آن داشت تا به منظور رفع سوء تفاهات احتمالی، بعضی از مواضع و دیدگاه های خود را به طور مختصر برای مخاطبان محترم و ارزشمند مجله روشن کند. گفتنی است نامه مذکور به صورت دستی روی سر برگ یکی از شرکتهای شیمیایی و البته بدون نام و امضا نوشته شده بود.

محتوای کلی نامه

نامه کوتاه و مختصر این هموطن عزیز با واژگان احترام آمیز نسبت به سردبیر آغاز شده است. در ادامه پرسیده شده که اصولا چرا چنان سرمقاله ای نوشته شده است. در ادامه مسائلی مطرح شده که به زعم نویسنده نامه اگر حل نشود مشکلات داخلی، کشور را نابود خواهد کرد. در ادامه آمده است که حل مسائل مطرح شده در اتاق بازرگانی نیست.

در ادامه به شخص علی نقی خاموشی پرداخته شده و نویسنده نامه دیدگاه های منتقدانه خود نسبت به وی را بیان داشته است. در انتها نویسنده نامه خواننده نامه را که قاعدتا سردبیر است با عبارت زیر بدرقه می کند:

”کمی انصاف، شجاعت، صداقت و عدم چاپلوسی و نان به نرخ روز خوری و تاریک اندیشی برای همه ایرانیان آرزو می کنم.“

پاسخ سردبیر

دوست گرامی؛ از این که در من این قدر ظرفیت و شعور دیده ای که به من اعتراض کنی متشکرم. زیرا اگر مرا مانند یک دیوار بی عار می پنداشتی هرگز با من سخن نمی گفتی. هر چند که سالها است در این ماهنامه با بعضی افراد سخن گفته و می گویم که در بی تفاوتی دیوار را شرمنده کرده اند.

راندن همه با یک چوب و صحبت از مدینه فاضله و انتظار این که همه کسانی که بر مسند کارها هستند معصوم و عاری از اشتباه باشند تنها نقل محافل افرادی است که کمترین خاصیت را در طول زندگی خود داشته اند. من به تکلیف خود عمل می کنم. اگر کسی بر مسندی نشسته باید تمام امکانات و استعدادهایی را که در اختیار دارد به کار گیرد و تکلیف این حقیر در جایگاه فعلی، یادآوری برخی نکات و دریغ نکردن از کمکی است که از دستم برآید.

گفت و گوی دو شخص با یکدیگر نمی تواند مبین تایید این دو از سوی یکدیگر باشد. کما این که تو خواننده گرامی شاید روزانه به افرادی لبخند بزنی و با افرادی سخن بگویی که مرام ایشان را قبول نداشته باشی.

به هر حال آن چه واقعیت دارد این است که عده ای بر مسند کارهایی هستند و اتفاقا قابلیت هایی هم دارند که اگر در راه صواب به کار گرفته شود هم برای ایشان و هم برای دیگران خوب است. بنده وقتی معتقد هستم که از نظر تشکیلاتی و سازمانی اتاقهای بازرگانی می توانند نقش موثری در روند اعتمادسازی داشته باشند در این رابطه با هوا نمی توانم سخن بگویم. بلکه باید موضوع را با خود اتاق و رئیس آن مطرح کنم. رضا نورائی برخلاف بسیاری از فرهیختگانی که حرفهای خود را تنها در فضا می پراکنند تا اعلام کنند که ما حرف خود را گفتیم، مستقیم و با مشخص کردن گوینده و مخاطب حرف می زند. همچنان که گاهی سخنان خود را شفاهی و گاهی به صورت کتبی در دست مخاطب خود گذاشته است بدون آن که واقعا امیدی به پاسخگویی داشته باشد.

دوست گرامی؛ بنده به تکلیف عمل کرده ام. جناب عالی اگر نیک نظر کنی مطالبی که به عنوان سرمقاله شماره ۷۷ ماهنامه صنعت بسته بندی منتشر شد نه تنها خدای نخواستہ چاپلوسی نبوده (که بسیاری از چاله های زندگی و کار این جانب به دلیل دوری از این فعل است) بلکه نوعی امر به معروف و نهی از منکر است اما با روشی توأم با مدارا.

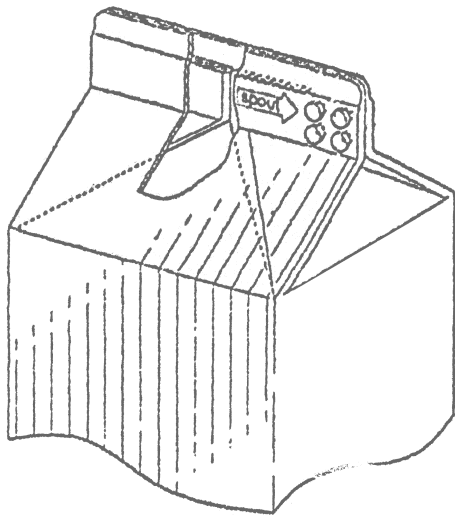
در پایان عرض می کنم که تجربه در این کشور (ایران) نشان داده برخوردهای جسورانه و سر دادن شعارهای مخالف با ادبیاتی شبیه آن چه که شما در نامه خود نوشته اید اگر حاصل ذهنیت واگرا و غیر سازنده نباشد ممکن است آزمون زیرکانه برای محک زدن واکنشهای طرف مقابل باشد.

به هر حال در نامه های پر سر و صدای بدون نام و نشان! نیز چندان از آن شجاعت و صداقتی که در انتهای نامه آرزو کرده اید خبری نیست. ما حداقل نام و نشان خود را پای عقایدمان می نویسیم.



زیر پوست PET

مهندس ارستوشهبابی



۱. آخرین تحقیقات شرکت Holland colours نشان داده که افزودن رنگ به PET، قابلیت جلوگیری از نفوذ اکسیژن را به نحو چشمگیری می‌کاهد. تمایل و اصرار به بسته‌بندی انواع مواد سرد و گرم در پلی‌اتیلن ترفتالات باعث اصلاح و توسعه کاربرد آن شده و کمک شایانی به رشد انواع PET رسانده‌اند. چند سالی است که مهندسی پلیمر به دنبال لایه‌هایی هستند که گذردهی اکسیژن از PET را اصلاح کند؛ این امر تا همین چند سال پیش استفاده از PET برای بعضی آشامیدنی‌های الکلی و غیر الکلی را غیر ممکن کرده بود و بالاخره با افزودن لایه‌ها و استفاده از مواد جدید، تکنولوژی‌های جدید ساخت بطری پا به عرصه گذاشتند. در شرایطی که در بطری‌های چند لایه و ویژه، از طرق مختلفی مثل لایه‌های پلی‌آمید و پلی‌استر، ذرات فلز، میزان رطوبت، مواد حساس به واکنش با نور و ... برای جلوگیری از هجوم اکسیژن به داخل بطری به خدمت گرفته شده است ولی بر پایه این نتایج می‌بینیم که در مواقعی گرانه‌های رنگی و نیز رنگ‌هایی که به شکل مایع به پلیمر اضافه می‌شوند اثرات سوء داشته و همه زحمات را از بین می‌برند. طراحان آمیزه باید دقت بیشتری در فرمولاسیون مواد بطری به خرج دهند. نکته جالب این است که این شرکت خود از بزرگترین تولیدکنندگان رنگ برای بطری است و به بهای ادای تکلیف علمی، شاید از فروشش کاسته شود!

۲. بعد از گذشت چند هفته‌ای از انتشار اطلاعیه بسته‌بندی آب، آنچه از تماس‌های دوستان دریافت شده را با آنچه انتظار داشتیم خیلی متفاوت دیدیم. در حالی که شرکت‌های آب معدنی هنوز در گیرودار حضورند. این فراخوان از طرف قشر دانشگاهی، با استقبال عجیبی رو به رو شده است این امر را نشانه‌ای از پتانسیل طراحان و بالا بودن انگیزه‌شان قلمداد می‌کنیم. اقبالی که چه بسا ابعادی جذاب و قابل توجه به قضیه بدهد. کماکان منتظر تماس عزیزان هستیم.

۳. نمی‌دانم اسم Graham packaging به گوش‌تان خورده یا نه و نمی‌دانم که چرا این شرکت از نوآوری خسته نمی‌شود. هفته‌ای نیست که طرحی و اختراعی از ایشان منتشر نشود. فعالیت‌های مشتری‌مدارشان تمام خرده‌بازارها را هدف گرفته. بسیاری از شرکتهای کوچک و بزرگ دنباله روی ایده‌های آن هستند و به قولی: ۴ هزاران یک نفر یک صوفی‌اند مابقی در دولت وی می‌زیند پیشنهاد می‌کنم طرح‌های ثبت شده این شرکت را مرور کنید. برای

۴. بازار داخل مفید است. شرکت ژاپنی kakoki Shikoku اختراعی را در اتحادیه اروپا ثبت کرده که تصویری از طرحشان در ذیل آورده شده است. در این ایده، در قسمت نوک سه گوش، محل اتصال لبه‌ها به شکل قطعات اسباب بازی لگوی کودکان است که استفاده چند باره را آسان می‌کند و محتویات داخل ظرف نیز آلوده نمی‌شوند. البته من هم طرحی دارم برای بعضی بسته‌های پنیر و شیر و بیسکویت ساخت داخل که باز کردنشان کمی (فقط کمی) دشوار است. در این طرح، به تناسب حجم کالای بسته‌بندی شده یک چاقو یا قمه به یکی از سطوح جانبی چسبانده می‌شود تا موقع درگیری برای گشودن بسته، مشکلات کمتر شوند. ضمن این که این وسیله برنده برای کاربردهای آشپزخانه باقی می‌ماند و خودش نوعی ایجاد ارزش برای خریدار است.

۵. و در آخر این که Buchler از صاحب‌نظران بسته‌بندی در گزارشی کوتاه از نمایشگاه Anuga food tec به رشد توان رقابتی کارتن‌سازان در حیطه فعالیت پلی‌اتیلن ترفتالات پرداخت است. در شرایطی که سازندگان ظروف شیشه‌ای و فلزی در مواردی قافیه را به PET باخته‌اند ولی Elopak و Tetrapak بطری‌هایی مقوایی ساخته‌اند که دقیقاً شمایل و کاربرد PET را دارند. حتی KHS نیز مدل خود را به نحوی طراحی کرده است که هم بطری PET و هم مشابه کاغذی آن قابل فرآیند باشند.

۶. در راستای طرح تکریم ارباب رجوع خواهشمندم اخبار، نظرات و گزارش‌های خود را به نشانی Shahabi@iranpack.org ارسال نمایید.



گشت و گذاری در سیزدهمین ایران آگرو فود

سهیل چهره‌ای

سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته با حضور ۳۶۲ شرکت داخلی و ۲۴۳ شرکت خارجی از ۲۸ کشور جهان از تاریخ هفتم تا دهم خردادماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. در مراسم افتتاحیه این نمایشگاه که با حضور دکتر قوام شهیدی مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران و دکتر محسن شاطرزاده معاون اقتصادی و امور بین‌الملل وزارت صنایع و معادن و تعدادی از مدیران و کارشناسان صنایع غذایی کشور برگزار شد، شاطرزاده با بیان این نکته که مسایلی در مورد قیمت وجود دارد که تولید داخل در بخش صنعت برای کشاورزان تمام می‌شود و با توجه به این که صنعت از هیچ یارانه‌ای استفاده نمی‌کند ابراز امیدواری کرد در طرح هدفمند کردن یارانه‌ها به گونه‌ای یارانه به دست کشاورزان برسد که صنعت هم بتواند از آن استفاده کند. وی پرداخت یارانه‌های امسال را به صورت مستقیم عنوان کرد.

به گفته مسئولان نمایشگاه امسال نسبت به سال گذشته از لحاظ وسعت ۵۰ درصد و از نظر تعداد مشارکت‌کنندگان داخلی ۳۷ و شرکت‌کنندگان خارجی ۳۸ درصد رشد داشته است. برای تخصیص تر شدن فضای برگزاری و

اگر وفود یا بسته‌بندی؟

اولین چیزی که به چشم می‌آید حضور چشمگیر بسته‌بندی این صنعت استراتژیک و درآمدساز در نمایشگاه بود. این حضور به دو شکل خود را نشان می‌داد: از طریق بسته‌بندی کالاهای مصرفی و شرکت‌های ارائه‌دهنده ماشین‌آلات و خدمات بسته‌بندی. می‌توان به جرأت گفت که در این دوره کالایی با بسته‌بندی قدیمی کمتر به چشم می‌خورد. اکثر شرکت‌ها محصول جدید خود را با بسته‌بندی‌های جدید عرضه کرده بودند. این جدید بودن البته تنها به

استفاده بهتر بازدیدکنندگان نمایشگاه به سه بخش "ایران فود"، "ایران فودتک" و "ایران آگرو" تقسیم شده بود.

متأسفانه تلاش ما برای ارتباط با مسئولین شرکت fairtrade برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص نمایشگاه از زبان شرکای خارجی برگزاری نمایشگاه بی‌فایده بود و مسئولان ایرانی به هر نحوی که بود از رویارویی نمایندگان ماهنامه صنعت بسته‌بندی با طرف‌های خارجی جلوگیری می‌کردند. چه چیزی را ما و خوانندگان نباید می‌دانستیم نمی‌دانیم!

گرافیک جدید خلاصه نشده بود بلکه سعی شده بود ظروف با اشکال و فن آوری های ساخت جدیدتر و چاپ بهتر به کار گرفته شوند. استفاده بیشتر از لیبل های شریک اسلیو، استفاده چند شرکت جدید از فن آوری لیبل زنی درون قالب IML، استفاده از درب های جدیدتر و تجهیز بسیاری از دوی پک ها و پاکت های بدون درب سابق به درب های پیچی یا فشاری برای راحتی بیشتر مصرف کننده را نیز می توان به تلاش تولیدکنندگان برای ارایه محصول بهتر افزود. البته بررسی کارشناسانه در مورد بهبود یا عدم بهبود کارایی و کیفیت فنی بسته بندی ها نیاز به زمان و کنکاش بیشتر و دقیق تری دارد که در حوصله این گزارش اجمالی نمی گنجد. اما نکته جالب توجه عرضه محصول در بسته بندی جدید به خاطر به چشم آمدن حتی با وجود هزینه های بالاتر است. بسته بندی در ایران نوپاست. باید با دقت با آن رفتار کرد و روی آن سرمایه گذاری نمود. تولیدکنندگان باید دقت داشته باشند که شاید بسیاری از مصرف کنندگان ایرانی هنوز آمادگی پرداخت این هزینه اضافی برای بسته بندی های جدیدتر را نداشته باشند پس افزودن تمامی این هزینه ها به قیمت تمام شده کالا می تواند به انصراف خریداران از جنس گران تر با وجود زیبایی بیشتر و کاربردی تر بودن آن منجر شود. پس شاید بهتر باشد که مقداری از هزینه را خود به گردن گیرند و سود را در فروش با تیراژ بالاتر ببینند. باید در نظر داشت که کالاهای تولید شده در تمامی مناطق ایران به فروش می رسند و عدم توجه به فرهنگ های مختلف و درآمدهای مردم در نقاط گوناگون ریسک سرمایه گذاری را بالا خواهد برد. شاید بسیاری از آنان حاضر نباشند مبلغ ۱۰۰ تا ۱۵۰ تومان اضافی را بابت درب آسان باز شو در قوطی های تن ماهی علی رغم راحت تر بودن آن بپردازند پس محصول ارزان تر را انتخاب کنند. بسته بندی هنگامی می تواند برگ برنده به

حساب آید که تقریباً در شرایطی یکسان ایجاد مزیتی کرده باشد. در این نمایشگاه بسته بندی حضور خود را به نحو دیگری نیز به رخ می کشید: در شکل شرکت های تولیدکننده یا واردکننده ماشین آلات و مواد مصرفی بسته بندی. اگر بازدیدکننده ای بدون پیش زمینه قبلی به برخی سالن ها وارد می شد گمان می کرد که به نمایشگاه ماشین آلات و مواد بسته بندی آمده است. این می تواند هم خوشحال کننده باشد و هم سوال برانگیز. کماکان می توان شرکت های بسته بندی را دید که در نمایشگاه هایی همچون اگروفود، شیرینی و شکلات، صنعت و ایران پلاست شرکت می کنند اما بعضی از آنها را به ندرت در نمایشگاه تخصصی خودشان یعنی چاپ و بسته بندی دیده ایم. علت چیست؟ آیا دلیل آن کیفیت برگزاری این نمایشگاه ها نسبت به نمایشگاه بسته بندی است یا برد تجاری آنها؟ تا چه حد باید صحبت های خانم مارتا فریچه مسئول بازاریابی و امور نمایشگاه های VDMA را جدی بگیریم که می گوید ما به علت ثبات این نمایشگاه از حالا برای اگروفود سال آینده برنامه ریزی کرده ایم. می دانیم که VDMA بخش ماشین آلات بسته بندی اتحادیه ماشین سازان آلمان را رهبری می کند. چرا ایتالیایی ها با چهل شرکت که بسیاری از آنان بسته بند بودند در این نمایشگاه شرکت کرده اند؟ در حالی که مدتی پیش دوازدهمین نمایشگاه چاپ و بسته بندی در تهران برگزار شد. در این نمایشگاه دید تعدادی از شرکت های معتبر را می توان که از قرار معلوم هیچ توجهی برای شرکت در نمایشگاه تخصصی خودشان یعنی چاپ و بسته بندی ندارند. به واقع بسیار متشکر خواهیم شد که همکاران ما در صنف بسته بندی یا مسئولان برگزارکننده نمایشگاه چاپ و بسته بندی پاسخی برای این نابعایی داشته و آن را البته مکتوب بگویند تا هم

بر ما روشن شود و هم بر خوانندگانی که جواب این سوال را از ما می خواهند.

باید به این نکته نیز توجه داشت که بسیاری از شرکت های معتبر نیز در این نمایشگاه شرکت نکرده بودند که اغلب آنان در زمینه مواد غذایی فعالیت داشتند. برخی از صاحبان صنایع در پاسخ به این پرسش، صادراتی نبودن و کمبود بازدیدکننده تخصصی را بیان کردند. تعدادی دیگر از شرکت های معتبر داخلی نیز قوی تر بودن جنبه وارداتی نمایشگاه در مقایسه با وجه صادراتی آن را به عنوان علت بیان می کنند. آنان معتقدند که این نمایشگاه محلی برای معرفی دستگاه ها و ماشین آلات نه چندان جدید خارجی شده است. امیدواریم مسئولان امر صحت یا عدم صحت این موضوع را نیز با ما در میان بگذارند.

توزیع ماهنامه صنعت بسته بندی در نمایشگاه

ماهنامه صنعت بسته بندی مطابق با وعده ای که از پیش داده شده بود در نمایشگاه توزیع شد. خوشبختانه اغلب غرفه ها از مشترکان مجله بودند. برای تعداد باقیمانده نیز مجله داده شد و به لیست مشترکین ما اضافه شدند. سعی بر این بود که به بازدیدکنندگانی که خود را متخصص معرفی می کردند نیز مجله داده شود که خوشبختانه بسیار مورد استقبال آنان قرار گرفت. به خصوص کسانی که تازه وارد موضوع بسته بندی شده بودند و پیش از این مجله را ندیده بودند. علاوه بر این ماهنامه صنعت بسته بندی در چهار سالن نمایشگاه از طریق غرفه های برخی از همکاران صنف بسته بندی نیز توزیع شد. این عزیزان، دوستان ما در بخش بازرگانی سفارت ایتالیا، شرکت پایاپک صنعت، شرکت کار و اندیشه، شرکت مازند فیلر و شرکت مهوار قانع بودند که بدین وسیله از همه ایشان سپاسگزاری و قدردانی می کنیم.



چه خبر از درون نمایشگاه؟

رب گوجه فرنگی در دوی پک

از قرار معلوم کم کم در حال رهایی از قوطی‌های رب گوجه فرنگی هستیم. در نمایشگاه امسال شرکت‌های زیادی بودند که رب گوجه فرنگی را در دوی پک و شیشه عرضه کرده بودند. از جمله آنها می‌توان به رب گوجه فرنگی نمونه محصول شرکت دشت نشاط اشاره کرد که در بسته‌بندی‌های دوی پک و در حجم‌های ۱، ۲، ۳ و ۵ کیلویی عرضه شده بود.

اژدری مدیر تولید شرکت محصولات جدید را این گونه معرفی کرد: «عرضه رب گوجه فرنگی در بسته‌های دوی پک و در حجم‌های گفته شده برای اولین بار در ایران صورت پذیرفته است. از بزرگترین مزیت‌های این بسته‌بندی این است که مثل قوطی درونشان لاک نیست. همچنین عرضه آبمیوه برای مصرف خانوار در بسته‌بندی‌های دوی پک ۱ لیتری با درب پیچی از دیگر محصولات جدید ماست که محتویات آن بدون افزودنی و کاملاً طبیعی است. این بسته‌بندی در این حجم نیز برای نخستین بار به بازار آمده است.»

بسته‌بندی‌های تک نفره موجود در بازار استاندارد نیستند

«برای اولین بار در ایران تولید برخی از محصولات غذایی را در درون بسته‌بندی‌های تک نفره استاندارد آغاز کرده‌ایم.» کیوان کلالی مدیرعامل شرکت صنایع بسته‌بندی آراین غزال که خود مهندس مواد غذایی است کار اولیه شرکت را واردات ماشین‌آلات بسته‌بندی از اروپا عنوان کرد که بعداً منجر به بسته‌بندی محصولات خود شرکت نیز شد. وی هدف اصلی آراین غزال را جا انداختن محصولات تک نفره بیان کرد و در ادامه افزود: «در اروپا یک شرکت تولید می‌کند شرکت‌های دیگری آن را بسته‌بندی می‌کنند به صورت کاملاً حرفه‌ای. ما با این هدف وارد سیستم شدیم اما دیدیم تولیدکنندگان با این سیستم کار نمی‌کنند به استثناء بعضی‌ها که ابتدا به صورت آزمایشی کار کردند. پس تصمیم گرفتیم که خودمان تعدادی از مواد غذایی را انتخاب کرده و بسته‌بندی کنیم و با نام تجاری خودمان وارد بازار کنیم. کار را با ماشین‌آلاتی که محصولات Nestle را بسته‌بندی می‌کرد آغاز

کردیم و محصولاتی همچون ادویه، کچاب، شکر، قهوه و به خصوص آبلیمو و روغن زیتون را به خاطر تغییر فرهنگ مصرف از مایونز به سمت چاشنی‌های بی‌ضرر در بسته‌بندی‌های تک نفره عرضه کردیم.»

وی اغلب محصولات غذایی بسته‌بندی شده در بسته‌های تک نفره را به علت سرطان‌زا بودن غیراستاندارد اعلام کرد و از این موضوع گله داشت که اغلب این محصولات را شرکت‌های زیرپله‌ای تولید و بسته‌بندی می‌کنند و در حالی که مجوز وزارت بهداشت را ندارند مشتریان پر و پا قرصی مانند شرکت‌های دولتی را در اختیار دارند. «این در حالی بود که ما یکسال از اولین تولیدمان می‌گذشت اما به علت نداشتن مجوز بهداشت اجازه توزیع نداشتیم.»

سالاد را خالی نخورید!

جمشیدی مدیر بازرگانی برگ‌بال در خصوص محصول خود چنین گفت: «از آن جایی که بسته‌بندی ادویه‌جات در ایران سنتی بود ما سیستم مدرن و مکانیزه‌ای را برای این کار در نظر گرفتیم که نتیجه آن محصول «همیشک» بوده است. وی یکی از مسایلی که محرک آغاز این کار بود را استفاده کمتر از مایونز در بین مردم عنوان کرد و گفت: «با بسته‌بندی این محصول که دست انسان در آن دخالت کمی دارد می‌توانیم چاشنی‌های غذایی ایرانی را به خارج از کشور صادر و معرفی کنیم.»



بسته‌بندی‌های جدید محصولات پودری

فولادی معاون کل فروش جهان صادرات وضعیت بسته‌بندی و دانش مربوط به آن را رو به بهبود دانست و سعی شرکت مربوطه خود را در استفاده از مواد بهتر و کم هزینه‌تر در کنار برنامه‌ریزی برای ارزیابی کمتر عنوان کرد. فولادی در ادامه چنین گفت: "جدیداً پیشنهاد بسته‌بندی نمک و محصولات پودری را در بسته‌های پلی اتیلنی که با لایه‌های پلی استر لمینیت می‌شوند داده‌ایم که قابل عرضه است. این نوع بسته‌بندی علاوه بر این که طول عمر محصول را نسبت به پاکت‌های صرفاً پلی اتیلنی افزایش می‌دهد دوخت‌پذیری آن را نیز بهبود می‌بخشد. علاوه بر این پلی استر محافظ بسیار خوبی در برابر اکسیژن است."



بسته‌بندی خوب ضعف

احتمالی محصول را نیز جبران می‌کند

از شرکت‌هایی که با بسته‌بندی کردن میوه صادرات آن را تسهیل کرده‌اند پتروصنعت پاش در نمایشگاه امسال شرکت کرده بود. پیرخانقاه مدیرعامل این شرکت بسته‌بندی را عامل مهمی برای در اختیار داشتن بازار عنوان کرد و گفت که بدون بسته‌بندی بازار از دست می‌رود. محصولات بسته‌بندی شده این شرکت در فروشگاه‌های شهروند عرضه می‌شود و به گفته پیرخانقاه در صادقیه با وجود عرضه این محصولات در کنار بازار میوه و تره‌بار فروش خوبی داشته‌اند که به خاطر بسته‌بندی‌های آن است.

میوه‌ها در ظروف مختلف اما همگی به صورت شرینگ بسته‌بندی می‌شوند برخی نیز پس از شرینگ درون توری قرار می‌گیرند. وی در پایان به نکته جالبی اشاره کرد: "هنگام صادرات

میوه‌ها در کارتن‌های خاصی به طور منظم چیده می‌شوند حتی اگر کسی میوه‌اش فاسد هم باشد به خاطر بسته‌بندی خوب آن را می‌خرند! ما میوه‌هایمان را به اتریش و آلمان صادر می‌کنیم."

محصول جدید بهنوش در شرینگ اسلیو

بهنوش محصول جدید خود که ماءالشعیر لایت است را در همان شیشه‌های قبلی اما با برچسب شرینگ اسلیو به بازار عرضه کرده است. سجادی مدیر روابط عمومی شرکت بهنوش بسته‌بندی جدید را متنوع و زیبا عنوان کرد که با استقبال عموم نیز مواجه شده است.



برنج در کیسه‌های دسته‌دار

شرکت کشتزار با مدیریت مجید سمن‌آبادی برنج را در کیسه‌های ۵ و ۱۰ کیلویی متقال به بازار عرضه کرده است. این کیسه‌ها که دسته‌هایشان نیز از جنس خودشان است به گفته وی کاملاً محکم است و تا وزن ۱۰ کیلوگرم را جواب می‌دهد. درب کیسه نیز زیپ دار است و بعد از پر شدن پمپ می‌شود. سمن‌آبادی هدف از پرکردن برنج در این کیسه‌ها را راحتی مصرف‌کننده عنوان کرد و گفت: "دیگر نیازی نیست که خریدار کیسه را بغل کند. با گرفتن دسته‌ها کار بسیار راحت‌تر است. ضمن این که بعد از خالی شدن کیسه می‌توان از آن برای خریدهای دیگر نیز استفاده کرد که این باعث تبلیغ مجدد محصول ما هم می‌شود."



مولتی‌پک برای صنایع غذایی و بطری‌های PET همچنین درب‌های آسان بازشو (easy-open) جهت قوطی‌های ۱ کیلویی صنایع غذایی نام برد. وی همچنین شرکت‌های پلور، دماوند، سبلان، و طوس قم و... را به عنوان مشتریان درب بطری تولید این واحد عنوان کرد.

شاه محمدی جدیدترین قالب وارد شده به ایران را برای تولید درب flip-top در صنایع روغن مایع ذکر کرد که به طور انحصاری در ایران توسط این شرکت تولید می‌شود.

VDMA

برنامه ریزی برای سال آینده

خانم Vera Fritsche مسئول بازاریابی و امور نمایشگاه‌های VDMA (انجمن ماشین‌آلات بسته‌بندی و فرآیندهای غذایی) که به نوعی شرکت‌های تحت عضو خود را جهت حضور در این نمایشگاه ساماندهی کرده بود تعداد اعضای این انجمن را ۲۷۰ شرکت عنوان کرد که در زمینه‌های مختلفی همچون ماشین‌آلات بسته‌بندی، پخت نان، شیرینی‌پزی، نوشیدنی، دارویی، آرایشی، بهداشتی و... فعالیت می‌کنند و مبلغ تجارت آنها بیش از ۸ میلیارد یورو است.

وی بازار ایران را بسیار مهم ارزیابی کرد و گفت: "مدت زمان زیادی است که با ایران ارتباط داریم. ایران بازار مهمی است، برای همین در این نمایشگاه شرکت کرده‌ایم تاکنون نیز نتایج خوبی کسب کرده‌ایم."

این نمایشگاه دارای برنامه‌ریزی و ثبات خوبی است برای همین از حالا برای سال آینده نیز برنامه‌ریزی کرده‌ایم."



ایران برای اتریش بازار بسیار جالبی است

خانم سعیدی از مسولین بخش بازرگانی سفارت اتریش این کشور را بسیار فعال در زمینه تولید مواد غذایی و ماشین‌آلات معرفی کرد. وی فعالیت شرکت‌های تولید نوشیدنی در اتریش را تجارت دو طرفه با طرف‌های ایرانی عنوان کرد به صورتی که آنها از ایران کنسانتره وارد می‌کنند و نوشابه‌های انرژی‌زا را صادر می‌کنند. سعیدی در ادامه چنین گفت: "بازار ایران برای کشور کوچک اتریش بازار جالبی است. روابط ایران و اتریش همیشه خوب بوده است و هیچ وقت مشکل سیاسی خاصی نداشته‌اند. به همین خاطر شرکت خصوصی را تشویق به سرمایه‌گذاری در ایران می‌کنند. برخی از آنها نیز با ایرانی‌ها به صورت مشترک کار می‌کنند که هم سرمایه‌گذاری انجام شده و هم انتقال فن‌آوری صورت پذیرفته است."

سعیدی در ادامه اتریش را در زمینه بسته‌بندی قوی خواند و گفت که متأسفانه تنها یک شرکت مربوط به بسته‌بندی در نمایشگاه امسال شرکت کرده است که آن هم تولیدکننده لیوان‌های پلی‌استیرین است. لازم به ذکر است تعداد ۹ شرکت در زیر پرچم اتریش در این نمایشگاه شرکت کرده بودند.

تولید درب flip-top به طور انحصاری در ایران

شاه محمدی مدیر بخش بازرگانی شرکت تهران اسپارپلاستیک تولیدات این شرکت را



رب گوجه فرنگی اسپتیک در بشکه‌های ۲۲۰ لیتری

صنایع غذایی اروم نارون در سال ۷۶ با تولید عرقیات گیاهی و گلاب به بهره‌برداری رسید و در سال ۸۱ با اخذ پروانه بهره‌برداری از سازمان صنایع و معاون خط تولید رب گوجه فرنگی به روش اسپتیک را راه‌اندازی کرد.

"خانم زائر دوست مدیر کارخانه کیسه‌های این نوع بسته‌بندی را وارداتی عنوان کرد که تحت خلا پر می‌شوند سپس در بشکه‌های ۲۲۰ لیتری جای می‌گیرند."

وی مزایای رب گوجه فرنگی تولید شده به روش اسپتیک را حفظ خواص اصلی محصول بدون هیچ گونه مواد افزودنی، دوام بیشتر محصول به لحاظ تاریخ مصرف و استفاده از آخرین فن‌آوری موجود در بسته‌بندی مواد غذایی ذکر کرد.

گروه صنعتی ایران البرز:

صادرات به کشورهای حوزه خلیج فارس

آق‌الر مدیرعامل گروه صنعتی ایران البرز تولیدکننده متعلقات نوار نقاله، کانوایر و پایه‌های انواع دستگاه‌ها (تراز کردن) و پایه‌های تابلوهای ایستاده نمایشگاهی و بست سنسورها کیفیت تولیدات خود را مطابق با بازار آسیا دانست و به کارگیری آنها را در مجاورت الکل و اسید کاملاً ایمن خواند. وی ۳۰ درصد برنامه‌های شرکت را اجرا شده خواند که مابقی طی سال‌های آینده به بهره‌برداری می‌رسد که محصولات به کشورهای حوزه خلیج فارس صادر خواهد شد.





One-Shut دیگر درب تولیدی این شرکت است که یک باره و بدون پیچش باز می‌شود. بختیاری مهمترین شعار این شرکت را خدمات پس از فروش عالی و در دسترس بودن مهندسين شرکت برای ارایه این خدمات ذکر کرد. در پایان نیز حضور در بازار ایران را خوب ارزیابی کرد که با برنامه‌ریزی خاص که بیشتر خواهد شد.

mespack

ساشه تمام شیب تولید می‌کند

زمرد خاوران ایران که پیش از این نمایندگی شرکت‌هایی چون mespack، Flexipack و چند شرکت دیگر را دارا بود در این نمایشگاه نیز با mespack شرکت کرده بود.

بشیری مدیر فروش این شرکت مدلهایی از ماشین‌آلات mespack را این چنین معرفی کرد: "ماشین‌های Stick-pack باعث صرفه‌جویی در مصرف فیلم می‌شوند ضمن این که از سرعت بسیار بالایی (حداقل ۲۰۰ تا حداکثر ۱۰۰۰ بسته در دقیقه) برخوردار است. این دستگاه قابلیت درب‌گذاری بر روی بسته‌ها با سرعت بالا را نیز داراست.



بشیری دستگاه جدید تولید ساشه ساخت mespack را ماشینی برای تولید ساشه با شکل‌های مختلف و به سفارش مشتری معرفی کرد که می‌تواند ساشه را در هر شکلی که سفارش دهنده بخواهد تولید کند که اصطلاحاً به آن ساشه تمام شیب می‌گویند.



پرکن سوسیس و کالباس، دستگاه‌های بسته‌بندی و کیوم در حلاء و ...

ROVEMA Verpackungsmaschinen

کلیه ماشین‌های عمودی و افقی مخصوص بسته‌بندی محصولات پودری، گرانولی و مایع در قوطی‌های انعطاف‌پذیر، پیمان‌کننده، خط کامل بسته‌بندی، کارتن‌گذاری و فن‌آوری بسته‌بندی نهایی.

العبيكان

از برتری‌های خود نسبت به تتراپک گفت

وحید بختیاری مدیر فروش و بازاریابی منطقه ایران شرکت SIG Combibloc Obeikan از حضور فعال‌تر این شرکت در منطقه و به خصوص ایران خبر داد.

وی العبيكان را این چنین معرفی کرد: "شرکت SIG در بسته‌بندی فعالیت می‌کند و برای هر بخش قسمت خاصی را داراست. شریک اصلی آن در منطقه خاورمیانه و آفریقا العبيكان است و در بسته‌بندی اسپتیک محصولات لبنی، آمیوه و کاربردهای جدید مانند سوپ، کمپوت و سس فعالیت می‌کند."

العبيكان تا به حال بر شرکت‌هایی نظیر صنایع شیر، پاک، ساسان‌شهد، نارس‌کی و ... خط بسته‌بندی فروخته است.

بختیاری مزایای خط تولیدی این شرکت در مقایسه با تتراپک را در درجه اول حجم تولید آن با ۱۲ هزار پاکت در ساعت عنوان کرد و در ادامه برتری در شکل و برش (Shape) بسته‌بندی، تفکیک پذیری (resolution) بالاتر در چاپ، پایداری و ایستایی بهتر بسته در قفسه را از دیگر برتری‌ها برشمرد.

وی جدیدترین کار انجام شده در Combibloc را درب‌هایی عنوان کرد که بدون لمس دست باز می‌شوند و پس از باز شدن نیز محصول درون آن بیرون نمی‌ریزد.

اسامی شرکت‌های غرفه‌گذار آلمانی مرتبط با بسته‌بندی در آگروفود امسال:

ELGABerkefeld

طراحی و پلان سیستم‌های پالایش آب جهت صنایع نوشابه‌سازی و تولید ماء‌الشعیر

HASSIA Verpackungsmaschinen

طرح، تولید و تدارک ماشین‌های فرمینگ، پرکن و سیل برای ظروف لیوانی، برچسب‌گذاری همزمان بر روی یک، دو، سه ظرف، نوآوری جدید پرمیوم با برچسب‌گذاری شریک اسلیو

HEUFT SYSTEMTECHNIK

تنظیم ترابری ظروف خالی، کنترل شیشه‌های خالی، کنترل مخازن پر، مدیریت پرکن طرف‌ها، تکنیک اندازه‌گیری سطح مواد پر شده، کنترل عدم نشت، تکنیک برچسب‌گذاری، کنترل نهایی، کنترل صندوق‌های پر شده و ...

AmandusKahl GmbH&Co.KG

طراحی، پلان و ساخت ماشین‌آلات آماده‌سازی و بسته‌بندی محصولات مورد نیاز صنایع غذایی و ...

KHS AG

سازنده خط پرکنی بطری اعم از شیشه‌ای یا PET تا مرحله کلید، کنسرو پرکنی، پرکن آمیوه و شربت در قوطی‌های آلومینیومی، تجهیزات منفرد صنایع بسته‌بندی و ...

Krones AG

سیستم‌های پرکنی بطری و بسته‌بندی مخصوص کارخانه‌های تولید نوشابه و مایعات، فن‌آوری اطلاعات مخصوص تولید و ترابری و ...

Moshavr Imp.Exp

واردکننده دستگاه‌های بسته‌بندی اسپایرال فریزر

MULTIVAC Sepp Haggenmuller &Co.KG

دستگاه وکیوم کابینی، دستگاه سیل وکیوم، ماشین‌آلات بسته‌بندی ترموفرمینگ

Pishram Eng.&Trading Co.Ltd



اسپتیک با بخار با ماشین آلات HASSIA

RAAB MARTIN مدیر فروش IWKA HASSIA آخرین فن آوری تولید شده در این شرکت را اسپتیک با بخار عنوان کرد و مزایای آن را طبیعی بودن و عدم وجود هیچ پیامد غیر بهداشتی ذکر کرد. وی مدعی انجام این نوع اسپتیک برای اولین بار در جهان در HASSIA بود. در ایران نیز برای بسته بندی غذایی بچه از این فن آوری استفاده شده است چرا که این نوع اسپتیک مجوز FDA آمریکا را نیز کسب کرده است. مارتین بازار ایران را بازار مهمی ارزیابی کرد و میزان فروش شرکت خود را که بر پایه معرفی فن آوری جدید بوده است را بالا عنوان کرد.



یکی دیگر از تولیدات این شرکت که برنده جایزه نیز شده است ظرف PP است که با ماشین polyflex تولید می شود. این ظرف قابل استفاده در میکروویو دارای ظاهری خوب است و می تواند برای بسته بندی غذاهایی مثل سوپ، روغن زیتون و انواع لبنیات به کار گرفته شود. مارتین توضیحات تکمیلی را این گونه بیان کرد: "این ظرف می تواند با روکش اسلیو یا بدون اسلیو با چاپ ۴ تا ۶ رنگ عرضه شود. اسلیوگذاری آن درون خطی است و مراحل تولید آن را می توان به ترکیب ترموفرم - اسلیو - فیل - سیل عنوان کرد. این ظروف برای بسته بندی غذاهای آماده بسیار مناسبند." وی بازار ایران را به خاطر وجود جمعیت جوان آن بهترین و مهمترین بازار خاورمیانه برای HASSIA دانست.



از دیگر بسته بندی های جدید در این شرکت می توان از پاکت های ۱/۵ لیتری شیر نام برد که به گفت وی برای اولین بار در این حجم در ایران تولید شده است. همچنین تولید شیر میوه ای برای نخستین بار در بسته بندی تتراپک.

Combibloc

رقیب جدی برای Tetrapak

در سالهای اخیر نوع جدیدی از دستگاه های بسته بندی محصولات استریل به نام Combibloc ساخت کشور آلمان در شرکت های تابعه صنایع شیر ایران نصب و راه اندازی گردیده اند. این دستگاه ها به عنوان رقیبی جدی برای دستگاه های بسته بندی استریل Tetrapak مطرح شده اند و توان تولیدی بالغ بر ۱۲۰۰۰ عدد پاکت در ساعت حجم های مختلف را دارند. در حال حاضر ۴ دستگاه از این ماشین ها در کارخانجات شیر پاستوریزه پگاه در شهرهای مختلف فعالند. این ماشین ها از پاکت های نیمه آماده تغذیه می شوند که توسط آب اکسیژنه استریل می گردند.



تولید فویل های میکس - پپ در بازرگانی صنایع شیر ایران

فرید جهان بخش کارشناس مسوول مواد اولیه و بسته بندی در بازرگانی صنایع شیر ایران جدیدترین محصول تولیدی در این شرکت برای بسته بندی را فویل های میکس - پپ (Pap-Mix) سه لایه نام برد که جانشینی برای فویل های آلومینیومی است. وی علت این جایگزینی را افزایش قیمت فویل آلومینیومی به خاطر افزایش قیمت سوخت برای فرآوری آلومینیوم عنوان کرد. وی اما این فویل جدید را این گونه تشریح کرد: "این فیلم از سه لایه پلی اتیلن، کاغذ، PET متالایز تشکیل شده است. فویل های آلومینیومی در مجموع استحکام بالایی دارند و کشش آنها روی غلطک خوب است. به علاوه این که خاصیت نفوذناپذیری بالایی نیز دارند. در چند لایه جدید تولید ما کاغذ استحکام و نفوذناپذیری نسبت به نور را ایجاد می کند. PET نیز کشش و نفوذناپذیری نسبت به گاز را تامین می کند و متالایز نیز همه موارد بالا را تقویت می کند. نتیجه کلی نیز ماندگاری خوب کالا با هزینه کمتر است."



حلوای شکر عقیاب

بسته‌بندی‌های خود را بزرگتر کرد

حلوای شکر عقیاب که پیش از این محصولات خود را با فن‌آوری IML (لیبل‌زنی درون قالب) بسته‌بندی و به بازار عرضه می‌کرد به تازگی از ظروف ۳/۵ کیلویی که با همان فن‌آوری تولید شده‌اند جهت عرضه محصول خود استفاده کرده است. این نوع بسته‌بندی علاوه بر زیبایی و راحتی مصرف باعث افزایش ماندگاری محصول شده و از ورود هوا به آن نیز جلوگیری می‌کند.



Magplastic

با تولید ۱۲ هزار بطری در ساعت

شادی قائم مقامی مسوول خدمات فروش و پس از فروش تیکا نور پارس نماینده شرکت Magplastic در ایران در خصوص آخرین ماشین‌آلات عرضه شده این شرکت چنین گفت: "این شرکت اولین ماشین خود را در سال ۱۹۸۱ با نام SSB به بازار عرضه کرد و تولید بطری PET به روش قالب‌گیری دمشی کششی دو مرحله‌ای را برای همیشه تغییر داد. در سال ۲۰۰۲ این شرکت مصرف انرژی را نیز با ماشین SSB-02 با دو حفره و تولید ۲۸۰۰ بطری در ساعت کاهش داد. اکنون نیز با ماشین ۶۴۰۰ بطری در ساعت ۴ حفره‌ای در بازار حضور یافته است. برنامه آینده نیز برای تولید ۱۲۰۰۰ بطری در ساعت با ماشین SSB-08 است." قائم مقامی بطری‌های تولیدی را مناسب برای پرکنی داغ نیز دانست و انواع آن را با دهانه‌های گشاد و اشکال گوناگون قابل تولید عنوان کرد.

AVE-Industries

راه اندازی دفتر نمایندگی ایران

بهرنگ عرفان مدیر فروش ایران شرکت AVE Industries در گفتگو با ماهنامه صنعت بسته‌بندی چنین گفت: "نمایشگاه صنایع غذایی تهران فرصتی فراهم آورد تا با شرکتهایی که در ایران فعالیت دارند ولی ناشناخته مانده بودند آشنا شویم. شرکت AVE Industries به بزرگترین شرکت خصوصی ایتالیایی است که در زمینه ساخت انواع ماشین‌آلات پرکنی و بسته‌بندی مایعات فعالیت دارد. این شرکت چند سالی است که فعالیت جدی تری را در ایران آغاز نموده و اخیراً نیز دفتر خود را در تهران معرفی کرده است. این دفتر فعالیتهای بازرگانی و خدمات فنی پس از فروش ماشین‌آلات فروخته شده را به عهده دارد.

AVE از سالهای قدیم در ایران فعال بوده است و بسیاری از دست‌اندرکاران این صنعت ماشین‌آلات این شرکت را با تجهیزات شرکت ایران گلاب (گلاب ربیع) آب معدنی کریستال و گروه خوش طعم می‌شناسند.

علاوه بر ماشین‌آلاتی که در گذشته به ایران عرضه داشته‌اند در دوازده ماه گذشته به کمک دفتر تهران بیش از هفت خط کامل پرکنی و بسته‌بندی جهت نوشابه‌های گازدار، آب معدنی و آب میوه را به شرکتهای بزرگ ایرانی از جمله کارخانجات گروه زمزم عرضه داشته است.

انواع ماشین‌آلات تولیدی شرکت AVE-Industries جهت پرکنی بطری و قوطی و خط بسته‌بندی انواع مایعات به شرح زیر می‌باشد:

- آشامیدنیها شامل نوشابه گازدار، نوشابه انرژی‌زا، آب معدنی، آب میوه و غیره.
- روغنهای خوراکی شامل انواع روغنهای مایع.
- لبنیات اعم از انواع شیر و دوغ.
- شوینده‌ها همچون انواع مایع دستشویی، ظرفشویی، شامپو و غیره.
- لوازم آرایشی و بهداشتی.



وی در ادامه افزود: "شرکت Industries-AVE از معدود شرکتهایی می‌باشد که خطوط Aceptic و همچنین سیستم پرکنی الکترونیکی (Electronicfilling) را ارایه می‌نماید.

خطوط Aceptic جهت پرکردن آب میوه طبیعی و شیر با ماندگاری بالا کاربرد دارد و سیستم پرکنی الکترونیکی با دقت بسیار بالا جهت انواع مایعات قابل کاربرد می‌باشد."

تتراپریسم در ایران

عرضه آبمیوه‌های شادلی در تتراپک هفت لایه

صنعت بسته‌بندی کشور شتاب تندی دارد و فاصله آن با صنعت روز کشورهای پیشرفته‌البتنه در مورد بعضی کالاهای رقابتی به سرعت کمتر می‌شود. از جمله نمونه‌های آن تولید کالا با بسته‌های پیشرفته تترا پریسم در ایران است. آبمیوه‌های شادلی در این بسته‌های پیشرفته بسته‌بندی شده‌اند. این بسته‌بندی هم از نقطه‌نظر ظاهر هشت وجهی خود که زیباتر و خوش‌دست‌تر از نوع معمول آجری یا تتراپریک است و هم از نظر تعداد لایه‌ها که هفت لایه می‌باشد نسبت به بسته‌های معمول بازار برتری دارد. گفتنی است آبمیوه‌های موجود در بازار در بسته‌های تتراپک ۵ لایه عرضه می‌شوند. بسته‌های ۷ لایه باعث افزایش طول عمر محصول می‌شوند.

"مهندس امیر شمس مولوی رئیس هیات مدیره شرکت اروم نارین گفت: "محصول ما که آبمیوه شادلی است در ۱۴ نوع بسته‌بندی مختلف به بازار عرضه می‌شود و آب انار، آب سیب و موز



۴۰۰۰ بسته در ساعت را تحویل می‌دهد.

گفتنی است سرعت ماشین‌آلات ساخت حکمایی همچنین تعداد ماشین‌آلات ساخته شده توسط این ماشین‌سازی از بسیاری از هم‌تایان اروپایی حکمایی بیشتر است. این نکته در جریان نمایشگاه اینترنتیک ۲۰۰۵ آلمان و زمانی ثابت شده که

تولیدکنندگان اروپایی و بخصوص اسپانیایی پس از آشنایی با حکمایی و فعالیت‌هایش اصرار داشتند که با حکمایی مشارکت کرده و تولید مشترک خود را وارد بازار ایران و منطقه کنند. در حال حاضر حکمایی نماینده شرکت تک‌ژن چین نیز می‌باشد.



چاپخانه‌ها در آگروفود

از آن جا که نمایشگاه ایران آگروفود از استعداد بالایی برای جذب دست‌اندرکاران بسته‌بندی برخوردار است همواره می‌توان تعدادی از دست‌اندرکاران چاپ بسته‌بندی را هم در این نمایشگاه دید. در نمایشگاه امسال نیز چاپخانه‌هایی چون چاپ طلای ارومیه، رامین‌پلاستیک و پاریسیان حضوری پررنگ داشتند. گفتنی است که این چاپخانه‌ها در ارومیه و یزد واقع و عمده فعالیت آنها در زمینه چاپ لفاف و بسته‌بندی مواد غذایی است. البته شرکت پاریسیان و رامین‌پلاستیک در غرفه مشترک در نمایشگاه‌ها حضور پیدا می‌کنند.



و آب سیب و کیوی بدون استفاده از شکر و مواد افزودنی تولید می‌شوند. وی با تاکید بر این که بسته‌بندی‌های این شرکت نسبت به بسته‌بندی‌های مشابه ۲۰ درصد گران‌تر است تصریح کرد که ما به رغم تقبل هزینه تمام شده بیشتر، آن را به مصرف‌کننده تحمیل نکرده‌ایم و قیمت تمام شده آنها همان قیمت آبمیوه با بسته‌بندی‌های ارزان‌تر است.



حکمایی جلوتر از اروپایی‌ها

ماشین‌سازی حکمایی آخرین ساخته خود یعنی پرکن دو بل مایعات را که PLC2000 نام نهاده بود در این نمایشگاه عرضه کرد. این دستگاه در واقع نوع دوقلوی PLC1000 است که پیش از این توسط حکمایی عرضه شده بود. PLC2000 به خاطر دوقلو بودن و بهره‌گیری از یک تابلوی کنترل مشترک هزینه‌های اپراتوری را کاهش داده و راندمان تولید را بالا می‌برد. ظرفیت تولید این مدل دو برابر مدل PLC1000 است و



حضور گسترده ایتالیایی‌ها

شرکت‌های ایتالیایی با گرفتن ۲۶ غرفه در دو سالن حضوری چشمگیر در نمایشگاه امسال داشتند. بخش بازرگانی سفارت ایتالیا به خوبی توانسته بود آنها را بر شرکت در نمایشگاه ترغیب کند و مقدمات حضورشان را فراهم سازد. در ادامه به تعدادی از این شرکت‌ها که در زمینه بسته‌بندی فعالیت داشتند اشاره می‌شود:

:Ocme S.r.l

سازنده خطوط کامل و ماشین‌آلات پرکننده، بسته‌بندی، ماشین‌آلات بارگیری موتوری، بسته‌بندی کننده‌های دورپیچ و ...



:RICCIARELLI S.p.A

سیستم‌های کامل وزن کننده و بسته‌بندی ماکارونی و لبنیات، محصولات غذایی خشک و یخ زده و ...

:SACMI FILLING S.p.A

ماشین‌آلات دستی و نیمه اتوماتیک و ...

:SACMI LABELLING S.p.A

بخش برچسب‌گذاری بسیار سریع و بخش برچسب‌گذاری کند و متوسط

:Texco

فرآوری و بسته‌بندی، رقیق‌سازی و بسته‌بندی آب، میوه‌جات و خرما، تولید و بسته‌بندی پنیر و بستنی و ...

:Zanichelli ZACMI Meccanica S.p.A

ساخت و نصب ماشین‌آلات پرکن و درب‌بندی، خط کامل فرآوری میوه و سبزیجات و پرکن اسپتیک و ...



:BENCO PACK S.P.A

طراحی و ساخت انواع ماشین‌های فرم فیل، اسپتیک والتراکلین برای بسته‌بندی انواع مایعات و خامه، همراه با تجهیزات بسته‌بندی در کارتن و پاکت و ...

:I.P.I.S.R.L

طراحی و ساخت ماشین‌آلات فورم، فیل، سیل در بسته‌بندی چند لایه، ماشین‌آلات دربند و نی چسبان، گذاشتن در کارتن و بسته‌بندی شرینگ و ...

:LA MINERVA CHIODINI M.s.r.l

ماشین‌آلات بسته‌بندی و کیوم و ...

BERTUZZI

:FOOD PROCESSING S.R.L

فرآوری و بسته‌بندی اسپتیک و ...



:MELEGARI S.p.A

ماشین‌آلات تولید بطری برای صنعت نوشیدنی و ...

:SYMPAK CORAZZA S.p.A

سازنده ماشین‌آلات فرم دهنده بسته‌بندی کارتن جهت سوپ‌های چهارگوشه، ماشین‌آلات بسته‌بندی کره، پرکن انواع مایعات و ...

:SACMI IMOLA

خطوط کامل برای صنعت بسته‌بندی و آشامیدنی و ...





طرفداران محیط زیست از نوشیدنی های مخصوص جام جهانی به شکل توپ استقبال نکردند

Coca-Cola و Mc Donald's پشتیبانی کنندگان جام جهانی متهم به نقض قوانین آلمان در مورد بسته بندی و بازیافت نوشیدنی ها با عرضه نوشابه در بطری جدید به شکل توپ فوتبال شده اند. نوشابه های تولیدی کوکاکولا در بسته بندی توپ فوتبال که به مناسبت جام جهانی راهی بازار شده اند در منوی غذای مک دونالدز قرار دارند.

تعداد کمی از این بطری ها پیش از آغاز مسابقات در آلمان، اتریش، مجارستان، و لهستان در بازار توزیع شده اند. ایده اصلی بر پایه این تفکر بود که این بطری های گرد به شکل اجناس کلکسیونی در خواهند آمد.

مشکل در همین جا نهفته بود. اگر چه بر روی بطری کلمه "بطری قابل بازگشت" نوشته شده است اما مک دونالدز هیچ هزینه بیعانه از خریداران نمی گیرد تا مشخص شود که بطری به راستی پس از مصرف بازگشت داده

می شود به جای این که دور انداخته شود. در آلمان خریداران برای اغلب بسته بندی های نوشیدنی ودیعه می پردازند. انحراف از قوانین بازیافت و بازگشت بسته بندی ها در آلمان موجب اعتراض سازمان محیط زیست و موسسه فدرال خرده فروشان نوشیدنی آلمان (GFGH) شده است.

یورگن رش مدیر سازمان محیط زیست با بیان این که این موضوع حمله ای بی شرمانه به

سیستم بطری های بازگشت پذیر است گفت: "پس از شکست لابی یک بار مصرف ها برای متوقف کردن ودیعه ای که از بسته بندی های غیر قابل بازگشت نوشیدنی گرفته می شد ما مواجه با این نوع زیرکانه فریب مصرف کننده هستیم جایی که ظروف یک بار مصرف به عنوان بطری های قابل بازگشت حافظ محیط زیست جازده می شوند."

مدیرعامل GFHG نیز ترس خود را از این موضوع پنهان نداشت که بطری توپی شکل مک دونالدز ممکن است باعث ترغیب سایر خرده فروشان برای دور زدن قوانین وضع شده در خصوص ودیعه گذاری در بسته بندی و جا انداختن نوشیدنی هایی با بسته بندی های کلکسیونی شود.

مک دونالدز: بطری های توپی قابل بازگشت هستند.

مک دونالدز همچنان اصرار دارد که بطری های توپی شکلشان حافظ محیط زیست هستند چرا که می توانند به جعبه های خود درون رستوران ها بازگردند و برای بازیافت فرستاده شوند و از آن جایی هیچ هماهنگی و موافقتی برای بازیافت شدن بطری ها همراه با سیستم نقطه سبز (Punkt Der Grune) وجود ندارد، کوکاکولا به عهده گرفته است که ظروف در کارخانه نزدیکی برلین جایی که نوشیدنی ها تولید می شوند بازیافت شوند.

سازمان محیط زیست با این وجود متقاعد شده است که مک دونالدز و کوکاکولا قوانین را با بطری جام جهانی خود زیر پا گذاشته اند و تا هنگامی که آنها تبلیغات و فروش این بطری ها را متوقف نکرده اند دوست داران محیط زیست در پی اقامه دعوی در دادگاه مونیخ جایی که دفتر مرکزی مک دونالدز در آنجا واقع است خواهند بود. وزارت فدرال محیط زیست در جبهه طرفداران محیط زیست است. سخنگوی این وزارتخانه می گوید کاملاً احمقانه است که به بطری های توپی برچسب بسته بندی قابل بازگشت بزنیم. پیش بینی می شود بر اساس هدفی که دولتمردان آلمانی برای تبدیل این مسابقات به تورنمنتی حافظ محیط زیست دنبال می کنند مک دونالدز با فشاری بسیار زیاد برای بازنگری در اهداف خود برای این مسابقات مواجه باشد.



اختلاف فیفا و کوکاکولا بر سر بطری های پلاستیکی



وزارت محیط زیست آلمان به شدت نگران تجمع زباله بطری های کوکاکولا است. آلمان تبلیغات زیست محیطی بسیاری را در خلال برگزاری جام جهانی ۲۰۰۶ در قالب برنامه گل سبز "Green Goal" انجام داده است

اما تمامی این برنامه ها از طرف بطری های پلاستیکی شرکت کوکاکولا (پشتیبانی کننده اصلی مسابقات) تهدید می شود.

اتحاد جام جهانی آلمان و شرکت کوکاکولا به عنوان پشتیبانی کننده اصلی جام می توانست به بالاترین حد خود برسد چرا که گزارشات حاکی از این بود که این غول نوشیدنی های غیر الکلی در صدد است تا در این رقابت ها نوشیدنی های نیم لیتری خود را در بطری های پلاستیکی میان تماشاچیان عرضه کند.

چنین حرکتی در ضدیت کامل با دستورالعمل کمیته برنامه ریزی آلمانی (OK) بود که با برنامه "گل سبز" سعی در ترویج مسابقاتی بدون ضایعات داشت و قصد داشت که در طول یک ماه برگزاری این مسابقات تمریناتی را برای آموزش و کمک به پاکیزگی محیط زیست به مرحله اجرا بگذارد.

تصمیم کوکاکولا نه تنها OK را از کوره دربرد بلکه مسولان فیفا که پیش از این از آلمان به خاطر پروژه سبز شامل سیستم حمل و نقل بهبود یافته و اعطای شوق برای کاهش مصرف انرژی تقدیر کرده بودند را نیز برآشفتم. به نظر می رسد که فیفا علیه این شرکت امریکایی که بنا دارد از این بطری های پلاستیکی در تعداد بالا استفاده کند قانونی را وضع کند.

کوکاکولا اما واکنش خاصی را نشان نمی دهد.

وزارت محیط زیست آلمان در گزارشی وحشت خود را از امکان استفاده از بطری های پلاستیکی دور انداخته شده پنهان نکرده است و گفته است که چنین ظروف نوشیدنی ای در طی مسابقات، این جشن جهانی را به مهمانی زباله ها تبدیل خواهد کرد. این وزارتخانه همچنین تهدید کرده است چنانچه کوکاکولا اجازه یابد که بطری های پلاستیکی خود را در طی مدت برگزاری جام جهانی به فروش برساند از برنامه گل سبز کنار خواهد کشید. سوالی امنیتی که پیش می آید این است که بطری های پر می توانند به درون زمینی پرتاب شوند یا این که از آنها برای حمل سایر نوشیدنی ها استفاده کرد. کوکاکولا در واکنش به چنین ترسی می گوید که بطری پلاستیکی تنها در



درون استادیوم و البته بدون درب به فروش خواهند رسید. مخالفین این برنامه معتقدند که نگرش های امنیتی به تنهایی کافیست تا فیفا طرح کوکاکولا را رد کند. بسیاری از استادیوم های بوندس لیگا در آلمان با سیستم حافظ محیط زیست کار می کنند جایی که حتی ظروف زباله برای نوشیدنی ها نیز از کاغذ استحکام یافته تولید شده است یا به گونه ای طراحی شده اند که قابل استفاده مجدد باشند.

سوار بر امواج جام جهانی



برگزاری جام جهانی و استفاده از شور و هیجان دوستداران فوتبال وسیله ای بسیار خوب برای تجارت است به خصوص اگر این تماشاچیان طرفدار تیمی چون انگلستان باشند.

شرکتی در انگلستان ساک های دستی برای حمل کالا تولید کرده و روی آن را با پرچم انگلستان منقوش کرده است. این شرکت در ابتدا باگفتن این جمله که "شما می توانید با خرید این ساک هویت خود را به نمایش بگذارید و پشتیبانی خود را از تیم انگلستان در



این دوره از مسابقات نشان دهید" خریداران را ترغیب به خرید عددی این ساک می کند اما در ادامه می گوید کسانی که بخواهند می توانند آن را بدون چاپ پرچم و به صورت سفید خریداری کنند و یا حتی آرم شرت خود را با چاپ دو رنگ سفارش دهند تا چاپ شود. از طرفی یک شرکت انگلیسی دیگر یکی از جدیدترین نوآوری های خود را که مخصوص سرد نگه داشتن نوشیدنی ها است به تبلیغات برای تیم انگلستان مزمین کرد و بدین سان تجربه ای پولساز برای خود و



خنک برای میهن دوستان انگلیسی را ارائه کرد. اصل موضوع عبارت است از غلافهایی که وقتی ظرف نوشیدنی خنک را در بر می گیرند آن را برای مدت بیشتری خنک نگه می دارند. این محصول با نام Can Cooler به بازار عرضه شده است. تصور کنید هواداران متعصب انگلیسی را به علاوه گرمای هوا در آلمان به علاوه نوشیدنی های خنک. به طور کلی انگلیسی ها هر چه را که توانسته اند به آب و رنگ جام جهانی در آوردند تا پول خوبی از هواداران مثال زدنی تیم فوتبال خود به دست آورند.



برنده اول کیست؟ بسته‌بندی چندبعدی

فرزاد وثوقی

کارشناس طراحی گرافیک
مدیر هنری و سردبیر نشریه گرافیک سگال
info@segal-mag.com



تولیدکنندگان در عرصه تولید و عرضه این نوع کالاها با عبور از بخش‌ها و مراحل گوناگون خط تولید، در گذر از تبلیغات و آرایه در فروشگاه‌ها به پایان کار خود و آخرین میدان رقابت نزدیک می‌شوند. اما در این میان آیا همه تولیدکنندگان به پایان کار خود اندیشیده‌اند؟

قفسه فروشگاه‌های عرضه محصولات، مکان‌گزینش و تداعی نام‌ها و علامتهای تجاری موفق، مکان بازخورد شیوه‌های تبلیغاتی و آخرین سکوی رقابت و آخرین میدان قدرت‌نمایی محصولات و در واقع زورآزمایی طراحی روی بسته‌بندی‌ها با یکدیگرند.

آخرین ایستگاه مسیری پرفراز و نشیب در یک فرآیند اقتصادی، از این نقطه به بعد می‌توان به طعم کالا، قیمت، نحوه ارائه فروشنده و تمهیدات مشتری‌مداری اشاره کرد. اما اگر کمی به عقب‌تر یعنی مکان چیدمان کالاها در قفسه فروشگاه برگردیم، جایی که چند نوع کالای مشابه مانند آبمیوه با تنوع رنگ و طراحی در کنار یکدیگر به انتظار جلب توجه خریدار و ایجاد وسوسه خرید ایستاده‌اند، به راستی کدام یک برنده اول این رقابت خواهند بود؟

آیا طراح محصولات شما به طعم رنگ‌ها آشناست؟
آیا طراح محصولات شما هماهنگ با استراتژی تبلیغاتی شما عمل کرده است؟
آیا طراح محصولات شما رقیبان شما را شناسایی کرده است؟

دادن سایر منابع مالی و سرمایه‌گذاری در این بخش از اقتصاد کشور محسوب می‌گردد.

شکست و یا موفقیت یک کالای تجاری تابع تحلیل و موشکافی در جزئیات یک پروژه اقتصادی است که در این میان طراحی گرافیک در ایران علی‌رغم اهمیت انکارناپذیر آن، همواره مورد بی‌مهری دست‌اندرکاران و سرمایه‌گذاران عرصه تولید چه در بخش خصوصی و چه دولتی از یک طرف و عدم توجه لازم و ایجاد نشدن بسترهای کنترل و اطلاع‌رسانی توسط طراحان حرفه‌ای از سوی دیگر قرار گرفته است.

نگارنده به نیت ارتقاء سطح کیفی بسته‌بندی کالا‌های ایرانی و ایجاد واکنش در سطح صاحبان صنایع به مقوله طراحی گرافیک کاربردی و حرفه‌ای، در این نوشتار (بدون انگیزه تبلیغ برای محصولی خاص یا ضد تبلیغ برای دیگری) به مقایسه و جراحی چند بسته‌بندی از یک محصول مشابه در بازار داخلی می‌پردازد.

امید است نگاه تخصصی به وقایع جاری در حیطه بسته‌بندی کشورمان تا رسیدن به استانداردهای جهانی و یافتن متولی شایسته برای آن ادامه یابد.

با آغاز فصل تابستان و گرم شدن هوا، رقابت در بازار مصرف آبمیوه‌های بسته‌بندی شده و تنوع تولید این محصول داغ و داغ‌تر خواهد شد. در این میان با افزایش تقاضا، افزایش عرضه نیز کاملاً طبیعی و قابل پیش‌بینی است. رقابت

بدون مقدمه چینی می‌روم سراغ اصل مطلب. آیا شما تاکنون تجربه یک سرمایه‌گذاری ناموفق را داشته‌اید؟ در هر صورت اگر پاسخ شما منفی یا مثبت است پیشنهاد می‌کنم این مقاله را با دقت بخوانید.

در میان انبوهی از عوامل تولید یک کالای تجاری و هماهنگی میان عوامل فوق‌مانند خرید ماشین‌آلات و تکنولوژی خط تولید، بررسی عوامل گوناگون همچون شناخت بازار هدف و تبلیغات و... بسته‌بندی یک کالا به نوبه خود از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

این اولین باری نیست که به اهمیت بسته‌بندی مناسب و کارا اشاره می‌شود و آخرین بار هم نخواهد بود اما در زیرمجموعه یک ساختار منسجم با عنوان "بسته‌بندی موفق" با عناصر و عوامل متعددی مواجه می‌شویم که از جمله "طراحی گرافیک کاربردی" یکی از آنان است.

یک بسته‌بندی بادوام، زیبا و پرفروش، مدیون انتخاب شایسته یک سرمایه‌گذار باهوش است. اکثر تولیدکنندگان موفق کالا‌های تجاری در جهان، با دقت فراوان از اصول پیشرفته و فن‌آوری نوین جهانی در بسته‌بندی کالای خود بهره‌برده و همزمان به طراحی ساختار ظاهری بسته خود که نماد یک طراحی گرافیک کاربردی می‌باشد، اهمیت خاصی قائل می‌شوند. نادیده انگاشتن این مرحله از شکل‌گیری یک کالا به هدر



۳



۴



۸

انعطاف‌پذیری منطقی و اصولی در انتخاب استراتژی بازار، مشاوره صحیح و اعتماد به کارشناسان و طراحان ایده‌پرداز از جمله دلایل موفقیت این محصول در بازار داخلی به شمار می‌رود. بررسی استراتژی‌های موفق تبلیغاتی موضوع این مقاله نیست لذا به موضوع اصلی یعنی طراحی گرافیک کاربردی در عرصه بسته‌بندی کالاهای ایرانی برای بازار هدف می‌پردازیم.

روزانه در کنار محصولات وارداتی موفق (تصاویر ۱، ۴، ۵)، شاهد تولد و تولید محصولات مشابه ایرانی نیز هستیم، که گاهی در مقایسه با نوع وارداتی خود در داخل کشور از

تغییر طراحی بسته‌بندی این محصول که درکمال شجاعت و جسارت انجام گرفت، می‌توان به تشابه رنگ بسته‌بندی نسبت به کالاهای مشابه و کوچکی نام تجاری محصول اشاره نمود. اما پرسش و نکته قابل توجه در بازنگری طراحی و تغییر رنگ و طرح این بسته این است که آیا تولیدکننده این کالا با در دست داشتن سهم قابل توجه بازار، خطر احتمالی از دست دادن این سهم را نادیده گرفته و یا خود را آماده قبول عواقب این دگرگونی در قالب یک استراتژی بازار کرده است؟ پاسخ مثبت به این سوال در ادامه موفقیت این محصول و استراتژی آن در بازار داخلی نهفته است. آگاهی کامل تولیدکننده این کالا،

آیا طراح محصولات شما با بازار هدف آشناست؟
آیا طراح محصولات شما

انبوهی از پرسش‌ها منتظر پاسخی مناسب هستند که اگر پیش از تولید پاسخ آنها را یافته باشید، نگرانی برای عرضه محصول در بازار بی‌مورد است.

یکی از محصولات وارداتی که به تازگی در بازار داخلی مورد توجه مصرف‌کنندگان قرار گرفته است. چندی پیش، علی‌رغم عمر کوتاه و موفق خود ناگهان به دگرگونی در طراحی ظاهری بسته‌های خود پرداخت.

در بررسی برخی از دلایل و ضرورت‌های



۱



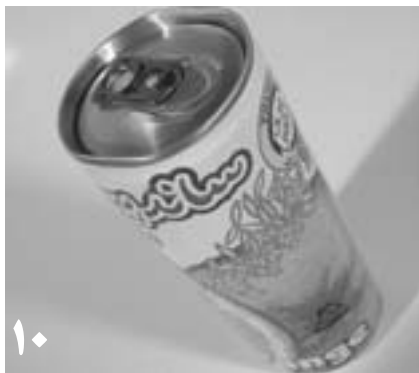
۲



۷



۵



قوطی های فلزی می باشد. کالا دارای علامت استاندارد کیفیت ایران، استاندارد مدیریت کیفیت از اتریش و بارکد اطلاعات فروش می باشد. اطلاعات تولیدکننده و مشخصات محتویات کامل و در پاره ای موارد بیش از نیاز مصرف کننده و با چیدمان بسیار شلوغ و ضعیف پشت قوطی قید شده است.

نکته قابل توجه و البته مشترک دیگر در بین اکثر تولیدات داخلی، عدم استفاده صحیح از رنگ فلز بدنه و نمای آن به عنوان یک رنگ مستقل در طراحی گرافیک ظاهر قوطی هاست، امکانی که محصولات سایر کشورهای پیشرفته تر از آن به نحو مطلوب بهره لازم را برده اند چه بر روی مقوای متالایز و چه بر روی فلز.

برای یک طراح آگاه و با ذوق، استفاده از رنگ تخت جهت پوشش کامل زمینه، بدون استفاده از سطوح و فضاهای فاقد چاپ که رنگهای متنوع بدنه فلزی قوطی را قابل رویت می کند نوعی هدر دادن فرصتهای ویژه (و بی هزینه)، محسوب می شود. این موضوع شایان توجه روزافزون سرمایه گذاران و تولیدکنندگان محصولات با کیفیت داخلی است.

در انتها بدون حاشیه پردازی باید افزود، متأسفانه عدم توجه شایسته به طراحی حرفه ای و دستاوردهای گرافیک علمی و کاربردی در بخش بسته بندی محصولات ایرانی و همچنین عدم بهره گیری از مشاوره و مدیریت هنری در این بخش کلیدی و پر رونق اقتصادی، رقابت را برای کالاهای ایرانی چه در داخل و چه در خارج از ایران مشکل و پیچیده می کند.

خوشبختانه حضور طراحان حرفه ای و با ذوق ایرانی باعث غرور و سربلندی میهن اسلامی ماست و بهره گیری از تجارب آنان بهترین راه رسیدن به موفقیت است. سزاوارتر است بهای طراحی حرفه ای را نه هزینه، بلکه سرمایه گذاری بدانیم. **مطلب رو برورا هم بخوانید**

(تصاویر ۲، ۳، ۹، ۱۰) با همان کمبودها و اشکالات طراحی، چیدمان نامناسب حروف فارسی ولاتین، ترکیب رنگی نامناسب و بدون کنترل، بکارگیری ابعاد نامناسب در شکل میوه و ضعف تکنیکی در اجرای گرافیکی محصول که از جمله مشکلات آشکار این نوع بسته بندی ها در بازار مصرف داخلی می باشند و فعلا در قفسه فروشگاه ها حضور غیر قابل رقابت دارد.

در این بسته بندی می توان به عدم پیوستگی عناصر بصری طراحی در روی بدنه اشاره کرد. هویت طرح با چرخش محصول به دور خود دگرگون گشته و به شکل معجزه آسایی به محصول دیگری تبدیل می شود! تقسیم وجوه بسته بندی در ضعیف ترین شکل ممکن و بدون توجه به امکانات بالقوه قوطی انجام گرفته است، آن هم با وجود استفاده از قوطی با درب مناسب و بدنه یکپارچه و بدون درز! که این خود نشان دهنده عدم آگاهی طراح از شناخت مواد، امکانات و تکنیک های چاپ روی بدنه



کیفیت بالاتری برخوردارند. اما به علت عدم توجه به طراحی گرافیک کاربردی مناسب و جذاب از سهم بازار مناسبی برخوردار نیستند. محصولات با وجود رعایت استانداردهای بین المللی کیفیت، استانداردهای بین المللی طراحی گرافیک را رعایت نکرده و در نتیجه بهره لازم و مطلوب را حاصل نخواهند کرد.

یکی از محصولات قابل بررسی که در داخل کشور تولید و به بازار رقابتی مصرف ارایه شده است (تصاویر ۸، ۷، ۶، ۱۱) دارای طراحی ضعیف و در دشمنی با خود در نگاه اول تداعی کننده یک قوطی ادویه/بیسکویت پرتقالی/پودر شربت پرتقال و امثال اینها است. جالب این جاست که این محصول حاوی قطعات میوه است، اما طراحی پیش پا افتاده و بسیار معمولی آن گویای این برتری نمی باشد.

چاپ مطلوب این محصول بدون انتقال حس طراوت در ترکیب یک طراحی نامناسب جلوه چندانی ندارد. طراحی و ابعاد تصویر میوه بسیار نامناسب و بدون جذابیت انتخاب شده و ترکیب نوشته ها و تصویر و درب اضافی پلاستیکی آن یادآور قوطی های ۲۵ سال گذشته در عرصه مواد غذایی خشک است. (با وجود این که درب پلاستیکی فوق در بهداشت بسته بسیار مفید و مؤثر و هزینه بر می باشد.)

استفاده از حروف لاتین در پشت قوطی هم کوچکترین تاثیر مثبتی در برداشت های انحرافی مصرف کننده نسبت به این قوطی ایجاد نمی کند. فضاهای خالی بدون مصرف در طراحی بسته بندی این آمیوه، آن را باز هم از طراحی روز و متداول دورتر کرده است و در پایان انتخاب نامناسب رنگها ضربه نهایی را بر پیکر این محصول وارد و آن را خسته کننده، بی روح، بدون جلوه های بصری مناسب و غیر قابل رقابت نموده است.

بسته بندی دیگری از این گروه را می بینیم



العوجان علت تاسیس این دو کارخانه را در ایران بازار بزرگ کشورمان برای فروش تولیدات خود و ظرفیت و موقعیت مناسب ایران برای صادرات محصولات رانی به کشورهای تازه استقلال یافته در شمال، عراق و افغانستان عنوان کرد.

وی خاطرنشان کرد: قیمت تمام شده تولیدات رانی با شروع به کار کارخانه‌های مذکور کاهش خواهد یافت و با توجه به این که تامین مواد اولیه مورد نیاز این کارخانه‌ها از داخل ایران صورت خواهد گرفت، قیمت این محصولات به تدریج کمتر نیز خواهد شد.

تاسیس این دو کارخانه با توجه به قانون حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی که به تصویب مجلس رسیده است با حضور سرمایه‌گذار خارجی بدون مشارکت سرمایه‌گذاران داخلی صورت می‌گیرد ولی دو کارخانه رانی ایرانیان و قوطی‌سازی آلومینیوم کاوه در قالب دو شرکت ایرانی تاسیس و ثبت خواهد شد.

العوجان عربستان ۶۰ میلیون دلار

در صنعت قوطی‌سازی ایران سرمایه‌گذاری کرد

قوطی دو تکه و تامین نیاز کارخانه رانی ایرانیان تاسیس می‌شود.

به گفته وی تولیدات این کارخانه علاوه بر تامین نیاز تولیدکنندگان نوشیدنی‌های میوه‌ای و نوشابه‌های گازدار ایران به قوطی آلومینیومی، صنایع ایران را از واردات این محصول بی‌نیاز خواهد کرد.

وی افزود: در مرحله نخست ظرفیت تولید این کارخانه ۶۰۰ میلیون قوطی در سال و در مرحله دوم این ظرفیت تا ۸۰۰ میلیون قوطی در سال افزایش خواهد یافت.

گروه صنعتی "العوجان" با ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری کارخانه "رانی ایرانیان" و کارخانه "قوطی‌سازی آلومینیوم کاوه" را در ایران احداث می‌کند.

رئیس هیات مدیره شرکت عربستانی العوجان تولیدکننده آمیوه‌های رانی روز شنبه در گفت و گو با خبرنگاران با اعلام این مطلب، افزود: این دو کارخانه در زمینی به مساحت ۱۱۳ هزار مترمربع در شهر صنعتی ساوه احداث خواهد شد و در سه ماه نخست سال ۸۶ به بهره‌برداری خواهد رسید.

"عادل العوجان" با اشاره به این که این کارخانه‌ها به پیشرفته‌ترین وسایل تولید نوشیدنی میوه‌ای روز دنیا مجهز خواهند شد، تصریح کرد: تجهیزات مورد استفاده در این کارخانه‌ها حتی از ماشین‌آلات بکار گرفته شده در سایر کارخانه‌ها جدیدتر است.

وی افزود: مواد اولیه کارخانه رانی ایرانیان توسط بزرگترین و بهترین کارخانه‌های ایران تامین خواهد شد و قرار است میوه‌های مورد نیاز سایر کارخانه‌های تولیدکننده رانی نیز در آینده از ایران وارد شود.

العوجان تاکید کرد: کارخانه رانی ایرانیان علاوه بر ارایه در بازار ایران، قرار است ۲۰ درصد از کل تولیدات خود را به بازارهای کشورهای همجوار صادر کند.

وی سرعت تولید قوطی در کارخانه قوطی‌سازی آلومینیوم کاوه را ۱۶۰۰ قوطی در دقیقه عنوان کرد و افزود: این کارخانه با هدف تولید



در شماره آینده می‌خوانید:

سرمایه‌گذاری در حروف و نوشته‌ها

نگاهی به تاثیرات حروف و نوشته‌های روی بسته‌بندی

در گفت و گوی اختصاصی ماهنامه صنعت بسته‌بندی

با معلم اول خط در گرافیک ایران

استاد محمد احصایی

توجه: هر گونه استفاده از ایده‌های مطرح شده در این بخش مشروط به کسب اجازه از صاحب ایده می‌باشد.

ATTENTION!

Any usage from given ideas in this section depends on the permission of the owner.

طرز عمل بسته‌بندی به این صورت است که به عنوان مثال در یک بسته جعبه دستمال کاغذی طرح قطعات شخصیت یا عروسک و یا حیوان مورد نظر به صورت نامنظم و بهم ریخته بر روی جعبه چاپ می‌شود و از طریق پرفراژ دارای خط برش می‌شود تا پس از استفاده از محتویات جعبه، کودک به راحتی و بدون استفاده از قیچی، قطعات را از جعبه جدا کند و آنها را به طور منظم چه به صورت دو بعدی (تخت) و چه سه بعدی (به صورت عروسک) در کنار هم مونتاژ نماید. در زیر جعبه نیز دستورالعمل ساخت پازل و یا عروسک به طور واضح توضیح داده می‌شود.



همان طور که گفته شد در طرحهای جعبه می‌توان از انواع فرمها و تصاویر استفاده کرد. حتی در مدل پازل سه بعدی می‌توان با قرار دادن حیوانات مختلف، کودک را با انواع آنها آشنا کرد و او می‌تواند با ساخت آنها باغ وحشی ساده و کم هزینه با گونه‌های مختلف حیوانات در اختیار داشته باشد. می‌توان از آنها به عنوان جامدادی یا جای وسایل خود استفاده کند یا به صورت کلکسیون در کنار هم قرار دهد و یا حتی آنها را از سقف آویزان نماید.

نکته جالب توجه در ساخت این پازل ها آن است که در هنگام ساخت و سرهم شدن آنها، استفاده از هیچ گونه لوازم اضافی مانند چسب، قیچی یا هرگونه ابزار دیگری که امکان در دسترس نبودن آنها وجود دارد و یا ایجاد خطر برای کودک نماید لازم نمی‌باشد و این خود به رشد فکری کودکان و مهارتهای آنان کمک می‌نماید.

در مدل پازل دو بعدی یا تخت هم می‌توان مانند موارد دیگر از انواع تصاویر، فرمها و شخصیتها استفاده کرد. می‌توان تصاویر مورد نظر را در سمتی از جعبه به طور کامل چاپ کرد و قطعات بهم ریخته را در سمت دیگر قرار داد تا کودک با الهام گرفتن از تصویر کامل، قطعات بهم ریخته را از جعبه به راحتی جدا کرده و کنار هم قرار دهد. حتی می‌توان قطعات را درون جعبه گذاشت تا مصرف کننده تشویق شود که ابتدا از تمام محتویات درون جعبه استفاده کند سپس قطعات پازل را از درون جعبه بیرون آورد.

در این روش بسته‌بندی نه تنها به رشد فکری کودکان و استفاده بهینه از بسته‌بندی محصولات کمک می‌شود، بلکه از جنبه تبلیغاتی نیز تاثیرات بسیار مفیدی برای تولیدکننده دارد زیرا اولاً محصول بعد از مصرف مستقیماً با کودکان در تماس خواهد بود که این خود باعث ماندگاری نام شرکت و محصولات شرکت در ذهن کودکان است که در آینده جزء مصرف‌کنندگان اصلی محصولات می‌باشند و از طرفی دیگر پازل و یا هر چیز ساخته شده از جعبه کالای مصرفی خود در آینده نیز جلب نظر مخاطبین و بینندگان آن پازل و یا عروسک می‌نماید و حتی اگر بیننده جزء خریداران محصول نباشد، به دلیل جذابیت طرح و کنجکاوی جزء مشتریان این محصول قرار می‌گیرد.

ایده‌ها ideas

گزینش: رضا نورائی

این بخش از ماهنامه صنعت بسته‌بندی به معرفی ایده‌های جدید طراحان ایرانی در طراحی بسته‌بندی می‌پردازد. علاقمندان به کسب اطلاعات بیشتر یا تماس با صاحبان ایده‌ها با دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی تماس حاصل فرمایند.

تبدیل جعبه کالا به پازل یا اشکال سه بعدی

طراح و صاحب ایده: گلناز بیرمی

محل ثبت: دانشگاه آزاد اسلامی، گروه طراحی صنعتی

مدرس راهنما: امیررضا منعم معتمدی

امروزه با توجه به رشد صنعت و تکنولوژی و در پی آن تنوع محصولات تولیدی، لزوم ایجاد تنوع در عرضه محصولات تولیدی در بسته‌بندی‌های نو و جذاب جهت جلب نظر مشتریان دیده می‌شود و از سوی دیگر با توجه به این‌که بسته‌بندی کالا‌های مصرفی در اکثر اوقات تولید (ایجاد) زباله می‌کند باعث شده برای محافظت از محیط زیست طراحان و تولیدکنندگان به روشهای جدیدی برای بسته‌بندی کالا‌های خود بیاورند که پس از مصرف استفاده دیگر نیز داشته باشد.

هدف از ارائه این طرح ایجاد روشهای تبلیغاتی، جلب نظر مخاطب و استفاده بهینه از بسته‌بندی محصولات پس از مصرف و ایجاد سرگرمی و کمک به رشد فکری کودکان می‌باشد.

این طرح قابل استفاده برای انواع بسته‌بندی محصولات مانند جعبه‌های بیسکویت، دستمال کاغذی، چای، شکلات، قهوه، ماکارونی، چپس و... کلا مواد غذایی و مصرفی جامد می‌باشد.

استفاده از فرمهای فانتزی، تصاویر حیوانات، شخصیتهای کارتونی، ورزشکاران (فوتبالیستها)، عروسکها، مناظر طبیعی و به طور کلی شخصیتهایی که نظر کودکان را جلب می‌کند در این طرح بسیار مفید می‌باشد.



M PACK

طراح و صاحب ایده: شاهین پولادور

محل ثبت: دانشگاه آزاد اسلامی، گروه طراحی صنعتی
مدرس راهنما: امیررضا منعم معتمدی

همان طور که می دانیم ارزش بسته بندی محصول امروزه به ۷۰ درصد رسیده و همچنان در حال افزایش است. بنابر این می توان ارزش یک بسته بندی خوب را بهتر از یک فروشنده مجرب دانست. متأسفانه در کشور ما نسبت به عاملی مهم به نام مکانیزم بسته بندی که از ارزشهای یک بسته بندی خوب به شمار می رود توجه خاصی نمی شود.

مکانیزم می تواند همپای عوامل دیگری که یک بسته بندی موفق را تشکیل می دهند باعث ترقیب مشتری برای خرید و به دلیل ایجاد شرایط مناسب برای مصرف محصول، تجربه ای دلنشین در مصرف کننده به وجود آورده و احتمال خرید مجدد محصول را بالا ببرد.

مهمتر این که مکانیزم به دلیل ایجاد یک نظم نسبی در مصرف محصول می تواند نقش عمده ای را در حفظ و نگهداری محصول ایفا کرده و سلامت آن را چه در مسیر بین تولید تا فروش و چه در حین مصرف تضمین کند.

M PACK نام مکانیزمی است که برای بسته بندی مواد پودری طراحی شده و می تواند مشکلات بسته بندی این گونه مواد را که در مورد آنها مختصراً توضیح داده خواهد شد حل کند. مواد پودری خصوصیات دارند که می توانند مستقیماً در چگونگی طراحی بسته بندی خود تاثیر بگذارند. با توجه به قابلیت پراکندگی یا باصطلاح نیمه سیال بودن این مواد برای طراحی بسته بندی باید از مواد مقاوم استفاده کرد تا امکان کنترل بیشتر به کاربر داده شود.

جذب رطوبت توسط مواد پودری باعث به هم چسبیدن و به دنبال آن اختلال در خروج پودر از بسته شده و مصرف کننده را ملزم به استفاده از یک وسیله جداگانه برای خارج کردن پودر می کند. حتی در مواردی رطوبت باعث ایجاد واکنش های ناخواسته شده که سبب فساد مواد پودری می شود.

اغلب اوقات مواد پودری در ترکیب با مواد دیگر مورد استفاده قرار می گیرند. این امر یادآور اهمیت کنترل مقدار پودر مورد استفاده است. به همین دلیل همواره وجود پیمانانه در بسته بندیهای مواد پودری لازم است. در موارد خاص مانند پودرهای دارویی، پیمانانه عاملی حیاتی به شمار می رود. مواد پودری به دلیل متخلخل بودن خاصیت جذب آلودگی های محیطی را داشته و به همین علت نباید مستقیماً با محیط خارجی در ارتباط باشند. با دقت در این خصوص می توان گفت این احتمال وجود دارد که خود پیمانانه عاملی برای انتقال آلودگی شود. از طرفی سهولت پراکندگی مواد پودری باعث آلودگی محیط استفاده می شود.

M PACK مکانیزمی است که بر روی درب بسته بندی مواد پودری جا گذاری می شود و قابلیت پیمانانه کردن دقیق آنها را دارد.

این وسیله از ارتباط مواد پودری با محیط خارجی حتی در هنگام استفاده جلوگیری می کند و به همین دلیل مانع از آلودگی و جذب رطوبت می شود.

پیمانانه جزء اجزای داخلی مکانیزم M PACK می باشد و تنها با پودری که باید در آن لحظه مصرف شود ارتباط دارد. در نتیجه سبب آلودگی پودر مخزن اصلی نمی شود.

پیمانانه مکانیزم می تواند بنا بر نیازهای مختلف یا به عبارتی پودرهای مختلف طراحی شده و اندازه های متفاوتی را در بر گیرد. همچنین چون بر روی درب بسته بندی جا گذاری شده است به همراه درب جدا شده و قابلیت شستشو را دارد.

وجود مکانیزم طراحی بسته بندی را تحت تاثیر قرار نمی دهد و می تواند مانند مثال های ارائه شده به صورت های گوناگون طراحی شود. همان طور که در تصویر مشاهده می شود می توان از این مکانیزم برای طراحی بسته بندی پودر شیر بچه استفاده کرد. بکارگیری این مکانیزم در طراحی به هیچ عنوان لطمه ای به طراحی کل محصول وارد نمی کند.

طریقه استفاده از این مکانیزم بسیار ساده است و کاربر می تواند با مطالعه نحوه استفاده از آن که بر روی بسته بندی نوشته شده به آسانی با آن ارتباط برقرار کند. به طور مختصر همان طور که در شکل مشاهده می شود با چرخاندن قسمت مشخص شده در جهتی که فلش شارژ نشان می دهد پیمانانه پر شده و با برگرداندن همان قسمت به سمت خلاف جهت فلش شارژ پودر داخل پیمانانه به خارج تخلیه می شود و این مراحل بسته به تعداد پیمانانه مورد نیاز تکرار می شود.

محتویات داخل مخزن در هیچ یک از مراحل ذکر شده با بیرون ارتباط نداشته و از آلودگی و رطوبت و حتی نور در صورت لزوم در امنیت کامل است. همچنین در هنگام استفاده هیچیک از قطعات بسته بندی از یکدیگر جدا نمی شوند و مشکلاتی از قبیل گم شدن در و یا لق شدن اتصالات به وجود نمی آید.

با استفاده از این مکانیزم ابتکاری دو اصل مهم و امروزی بسته بندی به طور قابل قبولی به دست می آید. - حفاظت از کالا در برابر عوامل فیزیکی و شیمیایی - ایجاد استاندارد مصرف توأم با سهولت مصرف



شرح تصاویر

- ۱- قطعه مشخص شده در شکل را در جهت فلش شارژ دوران می دهیم.
- ۲- در این حالت پیمانانه شارژ شده و حاوی پودر است. برای تخلیه پودر داخل پیمانانه باید مجدداً آن را به جای اولیه باز گرداند.
- ۳- همان طور که در تصویر نشان داده شده پودر به اندازه یک پیمانانه تخلیه شده است.
- ۴- ملاحظه می شود که با تکرار این روند پودر به میزان یکسان خارج می شود.

بسته بندی لامپ (۱)

طراح و صاحب ایده: رضا اسلامی
محل ثبت: دانشگاه آزاد اسلامی، گروه طراحی صنعتی
مدرس راهنما: امیررضا منعم معتمدی

بسته بندی زعفران

طراح و صاحب ایده: مسیح صدیقی
محل ثبت: دانشگاه آزاد اسلامی، گروه طراحی صنعتی
مدرس راهنما: امیررضا منعم معتمدی

یک بسته بندی خوب باید بتواند به خوبی از محصول محافظت کند (در برابر گرما، سرما، آفتاب و رطوبت). همچنین باید استفاده از محصول را آسان تر کند. ظاهر خوبی داشته تا مشتری را در فروشگاه به خود جذب کند. دارای هویت شرکت سازنده یا هویت منطقه‌ی تولید آن باشد. این بسته بندی طراحی شده دارای چندین قابلیت می‌باشد:

زعفران گران‌ترین ادویه است و به سختی بدست می‌آید، پس باید در هنگام مصرف از اتلاف آن جلوگیری شود. این بسته‌بندی طوری طراحی شده است که از اتلاف زعفران جلوگیری می‌کند. در واقع این بسته از ریختن ناگهانی آن جلوگیری کرده، به استفاده کننده امکان می‌دهد که به تعداد دلخواه استفاده کند.

به علت این که زعفران معمولاً به صورت خرد شده (پودر) استفاده می‌شود. این بسته‌بندی طوری طراحی شده که بتوان با کمک ظرف اصلی و کاسه زیرین آن، زعفران را به مقدار دلخواه خرد کرده و سپس مصرف کرد. دیدن زعفران موجود در بسته‌بندی به دلیل شفاف بودن بدنه آن، باعث حس اعتماد در خریدار می‌شود. به علت این که خریداران رنگ زعفران را برای اطمینان از خالص بودن آن بررسی می‌کنند. بعضی از بسته‌های زعفران این امکان را به خریدار نمی‌دهند و خریدار به علت ندیدن خود محصول (زعفران) از انتخاب آن منصرف شده و سراغ محصولات دیگر می‌رود. داشتن فرم و کارکردهای ساده، همراه با یک بسته‌بندی تکمیلی، نماینده هویت ایرانی است که رمز و رازهای موجود در این سرزمین را در ذهن خریدار تداعی می‌کند.

دیگر ویژگی زیبایی‌شناسی این محصول داشتن بویی خاص (شبه بوی زعفران) است که خریدار را در انتخاب خود مطمئن‌تر و مسرورتر کرده، باعث تسریع در انتخاب محصول مورد نظر شود. از آن جا که بسیاری زعفران را برای هدیه دادن می‌خرند این بسته‌بندی با قابلیت‌های مختلف آن برای استفاده کادویی مناسب می‌باشد و حتی مشتریان و سواسی را نیز راضی خواهد کرد. ویژگی‌ها و کارکردهای این محصول عملی می‌باشند و مکانیزم‌ها و مواد معینی برای آنها در نظر گرفته شده است.



ارزش های افزوده ی بسته بندی (مزایای طرح):
هماهنگی طرح با مواد مورد استفاده
محافظت کامل از بخش آسیب پذیر
استفاده از فرم خطوط شکسته برای تداعی کردن نماد نیروی برق و هماهنگی با کاربرد محصول (بسته بندی لامپ)

توضیحات:

در واقع در این طرح تلاش شده علاوه بر ایجاد مزایا روند تولیدات را نیز ساده کرده. در نوع های خاصی از بسته بندی که علی رغم بخش بیرونی بسته بندی یک قالب درونی نیز برای لامپ در نظر گرفته شده میزان محافظت از محصول بالاست اما در واقع با افزایش روند تولید و افزایش هزینه ی بسته بندی مواجه هستیم...

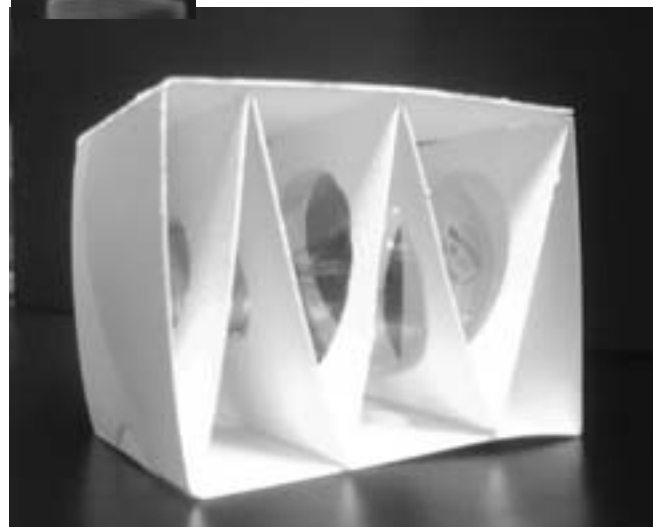
اما در این طرح تمام بسته بندی در یک مرحله انجام می‌شود در واقع در این طرح محافظت از لامپ به این صورت انجام می‌شود که از آن سمتی که مقوا به صورت عمودی قرار گرفته نیروی فشاری را تحمل می‌کند اما در جهت دیگر که به صورت زیگزاگ و حرکات مثلثی است فشار به راس های دیگر منتقل می‌شود و در واقع هیچ فشاری به لامپ وارد نمی‌شود. یکی دیگر از نکات امکان استفاده از این بسته بندی برای محصولات دیگر نظیر ادکلن و... است.

و همچنین امکان تغییر و تنوع زیاد در این بسته بندی که شامل ایجاد حجم های دیگر و شکل های فانتزی می‌شود وجود دارد در واقع این ساختار اولیه بسیار انعطاف پذیر است ضمن اینکه در آن به جای مقوا می‌توان از طلق استفاده کرد.

گفتنی است که این بسته بندی فاقد چسب است و فقط برش و تا در آن استفاده شده است.



از نکات دیگر این بسته بندی می‌توان به کم جا بودن آن قبل از قرار دادن محصول در آن اشاره کرد. ضمن اینکه آماده سازی آن بسیار آسان و سریع می‌باشد و همچنین به علت فرم مکعبی آن حمل و نقل آن بسیار آسان و مطمئن می‌باشد.





محسن مهدوی
طراح بسته بندی
مدیر عامل شرکت طراحی مارژین

چند ایده از مارژین

همه ساله مبالغ هنگفتی از محصولات ایران به کشورهای اروپایی به صورت فله صادر می‌شود. در آن جا توسط کارشناسان طراحی بسته بندی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و پس از اجرای طراحی با نام و برند آن کشور با قیمتی چند برابر بالاتر به بازارهای جهانی عرضه می‌گردد. کشورهای مذکور علاوه بر فروش محصولات ایران بدون تغییر در آن به فروش ایده‌های بسته بندی خود نیز دست زده اند. به راستی این قشر توسط چه ارگانی حمایت می‌شود؟ به دلیل همین عدم حمایت از طراحان بسته بندی است که امروز ما شاهد نسخه برداری از طرحهای موفق غرب هستیم که این نسخه برداری نه تنها ما را به یک مصرف کننده تبدیل کرده که بدون در نظر

گرفتن ذوق و سلیقه بومی ایرانی، درجه هوا، متریا، رطوبت و... به اجرا می‌رسد که این عدم شناختها بر خلاف تصور ممکن است فروش آن کالا را به شکست نزدیک نماید. بر این اساس مارژین، از سویی دورنمایی فعالیت خود را تعالی بخشیدن به ارزشهای بصری و ارتقاء جایگاه زیبایی شناسی اجتماعی قرار داده و از این رهگذر با در انداختن ایده و طراحی نوین در راستای به تصویر کشیدن هر چه بهتر کیفیت تولید و مرغوبیت کالا را تخصص و توانایی ویژه خود می‌داند.

برای آن تعبیه می‌شود. این ظروف بسته بندی بسته به نوع ورق استفاده شده در آن می‌تواند ضد ضربه، رطوبت، دما و تقریباً وکیوم شده باشد. استوانه پیشنهادی مارژین از دو لایه بیرونی و داخلی تشکیل می‌شود که امکان ایجاد پنجره جهت نمایش کالا را نیز فراهم کرده است. از آن جاکه این ظرف پس از بسته شدن می‌تواند ارتباط داخل و بیرون خود را کاملاً قطع کند، جهت بسته بندی محصولات هم چون خشکبار، چای، زعفران که ارزش صادرات دارند بسیار مناسب است.

جعبه و نگهدارنده لامپ (۲)

طراح و صاحب ایده: شرکت مارژین
ماده مصرفی: مقوای ۲۸۰ گرم پشت طوسی



این طرح در مقایسه با نمونه‌های معمول که یک جعبه مکعب مستطیل با تمام سطوح تشکیل دهنده آن بود کاربردی تر است و قابلیت نگهدارندگی بیشتری دارد. این جعبه از دو طرف باز است با این حال در آزمونهای ضربه نتایج خوبی داشته داشته است..

مونتاز جعبه‌های معمول لامپ از سه مرحله: ۱- ته بندی

جعبه ۲- لامپ گذاری ۳- در بندی جعبه تشکیل می‌شد. اما این جعبه طراحی شده فقط احتیاج به یک مرحله (لامپ گذاری) دارد. یعنی علاوه بر صرفه جویی در هزینه کارگر در زمان نیز صرفه جویی دارد. هنگام آزمون سلامت لامپ توسط فروشنده می‌توان لامپ را از جعبه خارج نکرد. انبارداری این جعبه به نسبت طرحهای معمول آسان تر و با فضای کمتری امکان پذیر است. این جعبه ۳۰٪ کاهش هزینه دارد.

جعبه و نگهدارنده لامپ 55W

طراح و صاحب ایده: شرکت مارژین
سفارش دهنده: شرکت صنایع الکترونیک افراتاب
ماده مصرفی: مقوای فی فلوت

بسته طراحی شده برای لامپ 55W کم مصرف افراتاب شامل دو قسمت نگهدارنده داخلی و جعبه اصلی می‌باشد. بخش نگهدارنده که با جنسیت کارتن فی فلوت تولید شده، استقامت لازم جهت نگهداری از لامپ را داراست. در نمونه بسته بندی خارجی این محصول از پلاستوفوم برای نگهداری داخلی جعبه استفاده شده است که قابلیت تجزیه در محیط زیست را ندارد و باعث ایجاد آلودگی می‌شود که این مهم در نمونه طراحی شده جدید در نظر گرفته شده است. همچنین این محصول با قابلیت گستردگی و باز شدن باعث سهولت در انبارداری است و فضایی بسیار کمتر از نمونه‌های ساخته شده از پلاستوفوم را اشغال می‌کند. از نظر اقتصادی نیز تولید این بسته با جنسیت مقوا حدود ۶۰ درصد کاهش هزینه داشته است.

طراحی این جعبه با در نظر گرفتن عدم استقبال از نوآوری در بازار طراحی ایران، با حمایت دلسوزانه دکتر میوه چی مدیر عامل شرکت صنایع الکترونیک افراتاب به تولید رسید.



استوانه های فیبری

طراح و صاحب ایده:
شرکت مارژین
مواد مصرفی: مقوا و فلز

این لوله ها که از پیچش مداوم مقوا به دور یک محور تشکیل می‌شود در قطرها و سایزهای مختلف برش و سپس به وسیله پرس درپوش و کف پوش فلزی





فیلمهای ۳ لایه

مهندس حمیدرضا طاهری آشتیانی

کارشناس صنایع غذایی و بسته بندی
مدیرعامل شرکت پوشان پلاستیک

ما می‌دهد که ما یک فیلم دو سر پیچ برای دور آبنبات و شکلات و تافی تولید کنیم این فیلم می‌تواند رنگی هم باشد که سالیان متمادی بچه‌ها، بزرگترها مثلاً شکلات مینو را در آن دیده‌اند. حتماً باید علاوه بر ۳ لایه بودن ترکیبی هم از HDPE، LDPE، LLDPE باشد یعنی ۳ لایه بودن جزء ملزومات قطعی این تولید است. چون فیلم رنگی و در تماس با ماده غذایی است ترکیب بودن HDPE، LDPE و LLDPE هم جزئی از کار است، بنابراین سه لایه‌ها بحث حذف شدن ندارند.

برای کیسه سه لایه شیر به غیر از پلی اتیلن، پلی پروپیلن هم تعریف شده اما از نظر قیمت تمام شده این ماده اولیه گرانتر از پلی اتیلن می‌باشد به عبارتی پلی اتیلن در بین فرآورده‌های پتروشیمی در سطح دنیا همیشه به قعر و کف نزدیک است.

قیمت پلی اتیلن‌های معمول و متعارف اغلب ارزان‌تر می‌باشد بنابراین همیشه می‌تواند کالایی که از پلی اتیلن تولید می‌شود از نظر قیمت رقابتی باشد و به افرادی که در بخش‌های تولید کار می‌کنند این اجازه را می‌دهد که از پلی اتیلن استفاده‌های بیشتری بکنند بنابراین باید برای چند لایه‌های پلی اتیلن دنبال کاربردهای بیشتری باشیم و این مواردی که ذکر کردیم مبین تایید پلی اتیلن ۳ لایه در بازار است. بنابراین به راحتی نمی‌توانیم از فیلم ۳ لایه بگذریم. آینده بازار هم در راستای تقویت ۳ لایه‌ها خواهد بود یعنی رقبا نمی‌توانند این مواد را که قیمت مواد اولیه آن بالاتر است جایگزین پلی اتیلن کنند. پلی پروپیلن نمی‌تواند خواص پلی اتیلن را تامین کند.

در مجموعه پلاستیک ماشین الوان تولید فیلم CPP را داریم که در گروه پلی پروپیلن‌ها از نظر خواص به پلی اتیلن نزدیکتر است، اما پلی پروپیلن هیچ وقت نتوانسته جای پلی اتیلن را بگیرد مگر کاربردهای خاص، در صنایع بسته‌بندی شیر رقیبی برای پلی اتیلن و فیلم ۳ لایه که بتواند جایگزین آنها باشد تعریف نشده به دلیل این که ارزان‌تر از کیسه شیر نایلونی یا

کیسه‌ها همیشه در راستای طول کیسه و خطی وزن و محموله در آن‌ها قرار می‌گیرد و تحت فشار قرار می‌گیرند.

اگر بخواهید یک تولید اقتصادی داشته باشید مثلاً از فیلم پلی اتیلن ۲۵ میکرون، شاپینگ بک درست کنید این امکان وجود دارد که از فیلم HDPE به تنهایی استفاده کنید. ولی خواص چاپی و احساس خودی ندارد کما این که در اغلب بسته‌بندی‌هایی که مصرف کننده دنبال لطافت و نرمی می‌گردد مثل اغلب بسته‌بندی‌های پوشک‌ها و ... می‌بینیم که همه جا پلی اتیلن سبک وجود دارد، حال اگر قرار باشد که این طراوت و لطافت و انعطاف را در بسته‌بندی کالایی مثل شاپینگ بک داشته باشیم و با همان تکنی استار ۵min ضخامت پایین و اقتصادی نرمی و لطافت را نیز داشته باشیم در این جا HDPE کارساز نیست و LDPE هم به تنهایی کارساز نیست.

سه لایه این گونه تعریف می‌شود که حتماً لایه میانی HDPE با درصد بالایی و لایه‌های درون و بیرون LDPE و LLDPE باشد تا هم به واسطه حضور HDPE سختی و تحمل و مقاومت پارگی وجود داشته باشد و هم به دلیل LDPE، LLDPE انعطاف‌پذیری و کیفیت رنگ و لطافت داشته باشد. این یکی از تعابیر ساده ۳ لایه است که ربطی به این ۳ لایه کیسه شیر ندارد.

زمانی که می‌خواهند فیلمهای پیچشی Twist تولید کنند، جایگزین کالای بسیار گرانی به نام سلفون طبیعی می‌شود، با قیمت بسیار بالا شاید حداقل ۴ برابر فیلم پلیمری که وقتی کمی پایین‌تر از آن را در نظر بگیریم به PVC می‌رسیم. پلی اتیلن‌ها که همگی از خانواده پلی‌الین‌ها هستند و ماهیتاً Foodgrad و قابل تماس با ماده غذایی هستند و نیاز است که ما به این‌ها خواص قابل پیچش بودن بدهیم. (table-twist)

باز در یک فیلم ۳ لایه ترکیبی از HDPE و LDPE وجود دارد و این خاصیت را به

امروز یکی از بحثهای موجود در بازار لفافهای پلی اتیلن سه لایه این است که آیا این لفاف بازاری فراگیرتر و متنوع‌تر از آن چه امروز دارد به دست خواهد آورد یا به واسطه این که به بازار شیر آن هم از نوع یارانه‌ای وابسته است. شاید حضورش کم‌رنگ‌تر شود. در ابتدا باید دید هدف ما از تولید فیلم سه لایه چیست. وقتی ما دست به تولید فیلم چند لایه می‌زنیم هدف تنها قراردادن یک لایه در میان لایه‌های دیگر و جلوگیری از تماس بعضی مواد با محصول غذایی نیست. بلکه با تولید فیلم سه لایه یا بیشتر به خواص و کاربردهای مفید دیگری نیز می‌توان دست پیدا کرد.

اگر ما به ویژگیهایی چون بازدارندگی در مقابل نور، بازدارندگی در برابر اکسیژن، بخار و یا سایر عواملی که ممکن است مخرب باشند فکر کنیم می‌توانیم فاکتورهای مورد نظر در خصوص این عوامل را در لایه‌های میانی فیلم خود تعریف کنیم. زیرا این‌ها به دلیل نوع قطبیت و ترکیبات شیمیایی و یا وجود افزودنیهای معدنی یا حتی مواد اسیدی که مجاز در تماس با مواد غذایی نیستند. الزاماً این ماده غذایی هم نباید شیر باشد بلکه می‌تواند کنسرنه یا آمبیوه یا غذای کودک و یا شیر خشک باشد.

سایر مواد غذایی در برخورد و مواجهه با فاکتورهای تخریب مثل میکروارگانیسم‌ها گرفته تا نور و اکسیژن و رطوبت و سایر فاکتورهای تخریبی از حساسیت‌های بالایی برخوردارند.

وقتی که بحث استحکام خطی در فیلم‌های ۳ لایه مطرح می‌شود حضور اکتیسیم در لایه میانی، وجود می‌آید. امروزه اگر شخصی بخواهد از فیلمی استفاده کند که انعطاف‌پذیر و نرم باشد و دارای استحکام طولی و عرضی نیز باشد، و خاصیت خشکی و سختی آن را نخواهد باید به ۳ لایه‌ای فکر کنید که ترکیبش درصد بالایی HDPE باشد.

استحکام خطی یا مقاومت کششی یعنی این که مثلاً وقتی یک کیسه مثل شاپینگ بک‌ها، (کیسه‌های فروشگاهی) را در نظر بگیرید، این

شود به دلیل این که بازار آن محصول اشباع شده است.

امیدوارم دوستانی که تصمیم دارند در مورد کالایی سرمایه‌گذاری کنند در انگیزه‌هایشان بازارهای خارجی، صادرات و حضور در کنار کالاهای صادراتی هم تعریف شده باشد و خداوند هم لطف خاصی بکند به افرادی که مایل‌اند در این صنعت سرمایه‌گذاری کنند تا با دید و نگرش صحیح و کامل به آن چه که جامعه نیاز دارد و همچنین اطلاعات دقیقی که از سرمایه‌گذاران قبلی به دست آورده‌اند بتوانند به موفقیت برسند.

شاید امروزه نتوانیم شانه تخم مرغ ۳۰ تایی که مربوط به ۴۰ سال پیش است را پیدا کنیم و این شانه‌های تخم مرغ ۳۰ تایی تبدیل شده است به بسته‌بندی‌های کوچکتر، شکیل‌تر، طلق و ترموفرمینگ. این موضوع نشان دهنده این است که صنعت بسته‌بندی جوان است و به همین دلیل گرایش و انگیزه برای سرمایه‌گذاری در این صنعت فراوان است.

بعضی از طرح‌ها نو به نظر می‌رسند اما همزمان پنج گروه روی آن طرح سرمایه‌گذاری می‌کنند و شاید اگر این طرح‌ها سه سال دیگر به ارائه برسند باعث انزجار دست‌اندرکاران تولید

پری‌پک است چیز دیگری وجود ندارد. با توجه به این که ماشین‌آلات بسته‌بندی و ماشین‌آلات تولید فیلم ۳ لایه در حال فزونی است و بازار مصرف را تا حد زیادی پر کرده است و گرایش و تمایل به این موضوع داشته باشد. با توجه به این ۳ لایه‌ها که در حال حاضر در بازار فعال هستند نمونه‌هایی وجود دارند که این ۳ لایه‌های پلی‌اتیلنی جای پلیمرهای دیگر را در بازار می‌گیرند، به عنوان مثال همان سفره‌های PVC که به پلی‌اتیلن تبدیل شده‌اند و امثال آن‌ها. در مصنوعات پلیمری فعلاً فرآورده‌های جدیدی به بازار نیامده و مجموعه‌های زیادی منجمله خود ما، مایل هستیم در این زمینه فعالیت کنیم.

صنعت بسته‌بندی به دلیل این که جوان است و در مملکت ما کمتر از یک دهه است که معنا پیدا کرده است و شاید ۲۰ سال پیش کسی یادش نباشد که شکر را در کیسه خریده باشد، حبوبات و یا قند را بسته‌بندی شده خریده باشد ولی امروزه کسی این محصولات را به صورت باز و فله پیدا نمی‌کند.

این ساده‌ترین مثال در بحث توسعه بسته‌بندی و حضورش در سطح ملموس جامعه است. بسته‌بندی پیشرفته و فوق تخصصی را در غذای کودک، شیر خشک و ... می‌توان دید.

- گروه تولیدی پارسیان پلاستیک	
مجتمع تولیدی رامین پلاستیک: (۱) تولید فیلمهای سه و پنج لایه پلی اتیلنی، پلی آمید و استرلیزه جهت بسته‌بندی شیر، دوغ، خامه و ... همراه با چاپ شش رنگ	
(۲) تولید فیلمهای سه و پنج لایه پلی اتیلن مناسب برای مصرف در بسته‌بندی ساشت، دوی‌پک، ساکهای تبلیغاتی و ...	
مجتمع تولیدی پارسیان پلاستیک: (۱) تولید ورقهای دو لایه و سه لایه از جنس PS و PP	
(۲) تولید انواع ظروف یکبار مصرف ترموفرمینگ جهت بسته‌بندی مواد لبنی همراه با چاپ	
تلفن کارخانه: ۰۳۵۱-۵۲۵۱۷۱۰ ۰۳۵۱-۵۲۵۶۶۲۴ ۰۳۵۱-۵۲۳۵۳۵۹ ۰۳۵۱-۵۲۳۵۳۵۹ تلفن دفتر تهران: ۰۲۱-۸۸۰۶۹۳۳۶-۷ ۰۲۱-۸۸۰۶۳۵۳۲-۳ ۰۲۱-۸۸۰۶۳۵۳۲-۳	
Info@raminaco.com	



گرافیک طاها

طراح و سازنده ماشین آلات مهر سازی
کلیشه سازی و لیتو گرافی
طراحی و ساخت انواع کلیشه های لاستیکی،
ژلاتینی و نایلون پرینت




تهران، خیابان شهید نامجو (گرگان)، مقابل کوچه زیبا، شماره ۱۰۵ تلفن: ۷۷۵۲۹۷۳۸ تلفکس: ۶۶۴۶۵۴۱۵

تک کارتن سپاهان

اولین طراح و سازنده

دستگاه پرس آخال

مورد نیاز کارتن سازیها و سایر واحدها



اصفهان - خیابان هشت بهشت غربی - حد فاصل ملک و گلزار - ساختمان ۱۳۹
طبقه ۴ - واحد ۹ - تلفن: ۳-۲۶۶۵۹۶۲ فاکس: ۲۶۴۷۹۳۳



نقدی بر استانداردهای کاغذ و مقوا در بسته بندی مواد غذایی و شیرینی

مهندس حسین مطهری، کارشناس ارشد مهندسی شیمی
از شرکت زرپلاست با همکاری شرکت طلایه داران صنعت فرایند

مقدمه

از آن جا که محصولات غذایی و خوراکی هنگام بسته بندی با ظروف و مواد بسته بندی تماس مستقیم پیدا می کنند استانداردهای کیفی حاکم بر محصولات بسته بندی به همان میزان فرآورده های خوراکی و غذایی، سختگیرانه و دقیق تنظیم می شوند، بدین معنی که کوچکترین اغماضی در تعیین پارامترهای کیفی و حدود آنها، نحوه اندازه گیری و آزمون ویژگیها و نیز نظارت بر اجرا و پیاده سازی مورد قبول واقع نمی شود. یکی از مواردی که چندی است به صورت بحث روز محافل علمی و کارشناسی مربوط به رویه های استاندارد و بهداشت و نیز مجامع صنعتی - تولیدی مرتط مطرح شده استانداردهای مربوط به کاغذ و مقوای مورد استفاده در صنایع بسته بندی مواد غذایی و شیرینی جات است. در این خصوص استاندارد ملی ایران به شماره ۳۳۴۱ و نیز حداقل ضوابط تاسیس و بهره برداری کارخانجات تولیدکننده مقوا منتشره در تاریخ آذر ماه ۱۳۸۲ از سوی معاونت غذا و داروی وزارت بهداشت به عنوان فصل الخطاب مطرح هستند. در این جا سعی شده است به نکاتی که در مورد این استانداردها خصوصاً استاندارد ۳۳۴۱ مطرح است به صورت اجمالی اشاره شود.

کیفیت و تضمین کیفیت

در تدوین استانداردهای کیفی و رویه های اجرایی آن معمولاً علاوه بر کیفیت محصول باید به موضوع تضمین کیفیت محصول نیز پرداخته شود. اهمیت تدوین دستورالعمل های تضمین کیفیت در کنار حداقل های کیفی محصول از این جهت است که کیفیت یک محصول همواره با نمونه برداری تعیین می شود و تنها زمانی می توان کیفیت و خصوصیت یک نمونه را به کل محصول تعمیم داد که رویه های تضمین کیفیت در ساخت محصول به دقت تدوین و اجرا شده باشند. از این رو سازمان جهانی بهداشت (WHO) و سازمان غذا و داروی آمریکا (USFDA) رویه هایی را تحت عنوان GMP (Good Manufacturing Practice) تدوین

کرده و آنها را هر ساله مورد بازنگری و به روز شدن قرار می دهند.

خوشبختانه در دستورالعمل معاونت غذا و دارو به مسئله تضمین کیفیت توجه شده (بر خلاف استاندارد ۳۳۴۱) اما این امر به شکل جامع صورت نگرفته است. در دستورالعمل مذکور الزامات قابل قبولی در خصوص نحوه انبارداری، خطوط و مکان های تولید و ... آورده شده است ولی در مورد نوع و کیفیت مواد اولیه مصرفی اشاره کاملی صورت نگرفته است. در صورتی که یکی از مهمترین بخش های رویه های تضمین کیفیت الزامات مربوط به مواد اولیه مصرفی در تولید می باشد.

در ساخت مقواهای مورد مصرف در جعبه های شیرینی طبق روشی که در رویه وزارت بهداشت ذکر شده است عمدتاً ۴ نوع ماده اولیه مصرف می شود.

الف - پوشال و آخال کاغذ و مقوا

ب - پوشش کاغذ

پ - چسب

ت - آب

در موارد الف و ت هیچ اشاره ای در هیچ کدام از استانداردها به نوع، کیفیت و منابع تهیه و نیز روش های اندازه گیری پارامترهای کیفی آنها نشده است. در صورتی که ناگفته پیداست که این موضوع از چه اهمیتی برخوردار است.

در مورد ب یعنی کاغذ مورد استفاده برای پوشش مقوا در استاندارد ۳۳۴۱ در بند ۴-۱-۴ آمده است که کاغذ مصرفی باید سفید و بهداشتی باشد ولی هیچ تعریفی از کلمات سفید و بهداشتی و حدود پارامترها و روش های اندازه گیری آنها ارائه نشده است. همچنین در بند ۴-۱-۵ آورده شده است: "استفاده از پوشش مناسب بسته به نوع مواد خوراکی برای جلوگیری از تماس مواد خوراکی با مقوای جعبه الزامی است اگر از مقوای چندلا (لامینت شده) بهره گیری شود نیازی به پوشش درونی جداگانه نمی باشد و در بندی آن باید با دواخت حرارتی باشد." در این جمله به قدری کلی گویی شده است که هیچ تعبیر دقیقی از آن نمی توان برداشت

کرد. همچنین الفاظ "پوشش مناسب" و "مقوای چندلا" کاملاً مبهم بوده و هیچ تعریفی برای آنها ارائه نشده است. در انتهای جمله نیز آمده است که "در بندی باید با دواخت حرارتی باشد." در این جا به نظر می رسد که تدوین کننده استاندارد فراموش کرده که در خصوص جعبه های بسته بندی شیرینی صحبت می کند!

در رابطه با مورد پ یعنی چسب مورد استفاده، در استاندارد ۳۳۴۱ هیچ نکته روشنی به میان نیامده است و فقط در دستورالعمل وزارت بهداشت به استاندارد تدوین نشده ای ارجاع داده شده است!

بنابراین با توجه به مواردی که در بالا گفته شد مشخص می شود الزامات تضمین کیفیت محصول به حد کافی مورد امعان نظر قرار نگرفته و نیاز به بازنگری و اصلاح دارند.

استانداردهای غذایی

سختگیرانه ترین استانداردها

استانداردهای کیفی مواد غذایی و محصولات مرتبط با آنها بسیار دقیق و سختگیرانه تنظیم می شوند و حتی در بسیاری از موارد (بر خلاف تصور عموم) از استانداردهای محصولات صنایع دارویی نیز سختگیرانه تر و بهداشتی تر تدوین می شوند. علت آن میزان مصرف زیاد مواد غذایی است. برای مثال نمک سدیم کلراید غذایی به طور متوسط روزانه ۱۰ گرم توسط هر فرد مصرف می شود در صورتی که نمک سدیم کلراید در فرآورده های دارویی (مثل سرم های تزریقی) ممکن است حتی سالی ۱۰ گرم نیز مصرف نشود. از این رو مثلاً پارامتری مثل فلزات سنگین در محصول نمک غذایی حد بسیار پائین تری نسبت به نمونه محصول دارویی دارد.

متأسفانه این سختگیری در استاندارد ۳۳۴۱ و رویه وزارت بهداشت احساس نمی شود. استاندارد ۳۳۴۱ بیشترین تاکید خود را روی خواص مکانیکی و فیزیکی محصول متمرکز کرده است و هیچ صحبتی از خواص شیمیایی محصول و میزان مجاز آلاینده های شیمیایی که

ممکن است در محصول نهایی وجود داشته باشند به میان نیاورده است. شاید این توجیه آورده شود که الزام در استاندارد مذکور این است که یک پوشش کاغذ پارشمینه (که تمام خصوصیات شیمیایی آن در استاندارد مربوط به خود تعیین شده است) قبل از گذاشتن شیرینی درون جعبه قرار داده شود. ولی آیا واقعاً این میزان سختگیری کافی است؟ برای مثال اگر جعبه‌ای ساخته شود که مثلاً میزان آرسنیک موجود در آن ۱۰۰ppm باشد آیا هنوز می‌توان درون این جعبه یک لایه کاغذ پارشمینه گذاشت و با خیالی آسوده شیرینی در آن بسته‌بندی کرد؟ اگر صرف گذاشتن یک لایه کاغذ پارشمینه بتواند چنین آسودگی خیالی ایجاد کند پس از هر جعبه‌ای حتی جعبه بسته‌بندی بودر لباس‌شویی و یا جعبه‌های چند بار مصرف شده نیز می‌توان برای بسته‌بندی شیرینی استفاده کرد.

عدم توجه به این موارد ممکن است سلامت مصرف‌کنندگان را به شدت با تهدید مواجه کند لذا انتظار این است که در این خصوص کارشناسان محترم به دقت بررسی‌های لازم را انجام داده و الزامات مشخص و موثری را در استانداردهای مربوطه وارد کنند به صورتی که درجه سختگیری متناسب با نوع محصول در رویه استاندارد رعایت شده باشد.

پایداری محصول تولید شده

یکی از مهمترین موضوعاتی که در رویه‌های تضمین کیفیت خصوصاً رویه‌های GMP به آن پرداخته شده است مسئله پایداری خصوصیات کیفی محصول در طی زمانی مشخص پس از تولید است. استانداردهای تدوین شده باید دقیقاً به این مسئله توجه داشته باشند و با انجام آزمایشات دقیق پایداری روی محصول، شرایط نگهداری و زمان ماندگاری را مشخص کنند. این پارامتر ممکن است در مورد بعضی از محصولات خیلی اهمیت پیدا نکند. مثلاً ظروف بسته‌بندی شیشه‌ای یا حتی فلزی زمان‌های ماندگاری بسیار طولانی دارند ولی آیا در مورد مقوا نیز می‌توان گفت که این زمان به حد کافی طولانی است؟

متأسفانه در هیچ کدام از این استانداردها کوچکترین اشاره‌ای به این موضوع نشده است. این مورد را می‌توان با ذکر یک مثال به خوبی روشن کرد: در استاندارد ۳۳۴۱ و رویه وزارت بهداشت میزان رطوبت محصول و نیز ویژگی‌های میکروبی و مقاومت‌های مکانیکی ورق مقوا به خوبی پوشش داده شده است ولی آیا این میزان رطوبت طی انبارداری، حمل و نقل و تا زمان رسیدن محصول به دست مصرف‌کننده

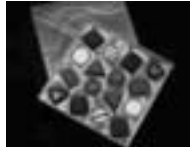
ثابت خواهد ماند؟ آیا با افزایش رطوبت محصول زمینه برای رشد باکتری‌ها و قارچ‌ها (خصوصاً در صورتی که از چسب نشاسته برای اتصال پوشش کاغذی استفاده شود) مهیا نمی‌گردد؟ (لطفاً برای درک بهتر این موضوع، شرایط اقلیمی شهرهای شمالی و جنوبی کشور را مد نظر قرار دهید). افزایش میزان رطوبت حتی مشخصات مکانیکی محصول (که در استاندارد ۳۳۴۱ خیلی به آنها تأکید شده است) را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد. اینجاست که باز احساس می‌شود استانداردهای مذکور به حد کافی سختگیرانه نیستند. نکته‌ای که بسیار اهمیت دارد این است که استانداردها حداقل شرایط و ضوابط کیفی را تعیین می‌کنند. لذا کالای استاندارد (بر خلاف تصور عموم) کالایی است که حداقل کیفیت را داراست. آیا در تدوین حداقل‌ها می‌توان اغماض کرد؟

عدم تعریف و تبیین پایداری در استانداردهای مذکور یکی از مشکلات است. مشکل دیگر این است که اساساً به نظر می‌رسد محصول تولید شده به حد کافی کیفیت پایدار و ثبات نداشته باشد. بزرگترین فاکتوری که پایداری را زیر سؤال می‌برد سهولت جذب رطوبت در محیط‌های مرطوب و خیس است. این مشکل کیفی با افزودن پوشش‌های پلیمری در هر دو روی مقوا برطرف خواهد شد. روشی که کاملاً در دنیا پذیرفته شده است. مقواهای با پوشش پلیمری در هر دو رو مقاومت بسیار خوبی در خصوص جذب رطوبت دارند لذا پارامترهای کیفی آنها از پایداری و ماندگاری قابل قبولی برخوردارند. متأسفانه بنا به دلایل غیرقابل توجیه (که در بخش آخر به آنها پرداخته خواهد شد) استفاده از پوشش‌های پلیمری به عنوان روکش مقوا از الزام و اجبار خارج شده است.

ضرایب خطر و ریسک

مورد دیگری که در تدوین استاندارد همواره باید مد نظر قرار گیرد قابلیت اجرای رویه‌ها و دستورالعمل‌ها و ضرایب ریسک هنگام اجراست. در تدوین مفاد یک رویه استاندارد، همواره بایستی توجه شود که درجه اجراپذیری در چه حدی است. چنان چه ضریب ریسک اجرا بالا باشد می‌توان با اعمال تغییرات و اصلاحات لازم و یا قراردادن پارامترهای کیفی دیگر در کنار آن رویه، ضریب ریسک را به حداقل رساند.

یکی از بخش‌های مهم و کلیدی استاندارد ۳۳۴۱، الزامی است که تحت عنوان یادآوری (۱) آورده شده است. در این قسمت چنین آورده شده است: "در هنگام استفاده قبل از گذاشتن



شیرینی درون جعبه، استفاده از یک پوشش کاغذ مقاوم به چربی به طوری که کاملاً داخل جعبه را بپوشاند الزامی است. "اهمیت این بخش از استاندارد ۳۳۴۱ به حدی است که اگر آن را نادیده بگیریم استاندارد ۳۳۴۱ کلاً زیر سؤال خواهد رفت و سؤال این است که چرا به نکته به این مهمی در این استاندارد این قدر ساده پرداخته شده است اصلاً به اجرائی بودن این الزام و ضریب ریسک اجرا در مورد آن توجهی نشده است؟ باز هم توجه شود که جعبه‌هایی که توسط این استاندارد مورد تأیید قرار می‌گیرند بدون

قراردادن یک پوشش کاغذ (مشابه کاغذ پارشیمنه) قبل از گذاشتن شیرینی، به هیچ عنوان مناسب برای بسته‌بندی محصولات غذایی خصوصاً شیرینی نیستند. لذا به اهمیت "یادآوری (۱)" و ضریب ریسک اجرای آن باید بیشتر توجه شود. استفاده از این کاغذ باید به صورتی باشد که تمام کف و جدار داخلی جعبه را کاملاً بپوشاند بدون این که هیچ درز یا منفذی باقی بگذارد. آیا این کار عملی است؟ آیا می‌توان از یک کارگر قناد انتظار داشت که چنین دقتی در این کار به خرج دهد؟ حتی با صرف دقت بسیار زیاد آیا می‌توان درون جعبه را طوری با کاغذ پوشاند که کاملاً از عدم تماس محتویات جعبه با کف، جدار و درب جعبه اطمینان حاصل شود؟ آیا پس از گذاشتن شیرینی درون جعبه می‌توان مطمئن بود که در حمل و نقل این تماس اتفاق نمی‌افتد؟ و چندین و چند سؤال دیگر که نگرانی‌های جدی در مورد ضریب ریسک اجرایی این بند به همراه خواهد داشت.

نکته دیگری که در مورد این الزام می‌توان مطرح کرد مسئله تضمین کیفیت اجراست. یعنی چگونه می‌توان از اجرا و صحت اجرای آن اطمینان یافت؟ شاید پاسخ این باشد که با نظارت‌های دوره‌ای می‌توان به این تضمین دست یافت ولی آیا واقعاً این توجه کافی است؟ کسی که این توجه را خواهد آورد قطعاً با فضای کسب و کار در ایران آشنا نیست. برای درک بهتر موضوع شرایطی را در نظر بگیرید که مغازه قنادی مملو از جمعیت است (همانند ایام مصادف با اعیاد و یا ماه مبارک رمضان) آیا دور از ذهن است که تصور کنیم که تحت چنین شرایطی دیگر تضمینی برای رعایت این الزام وجود ندارد؟

بنابراین نتیجه می‌گیریم که این قسمت از استاندارد دارای ضریب ریسک اجرایی بسیار بالایی است و لذا لازم است که نسبت به آن تجدید نظر شود. یکی از راه‌های پائین آوردن ضریب ریسک همان طور که گفته شد افزودن الزامات کیفی برای پوشش دادن بخشهایی است که دارای ضریب ریسک بالائی هستند. در این مورد مثلاً استفاده از مقواهای با روکش پلیمری به عنوان یک الزام کیفی میتواند ضریب ریسک اجرا را در عمل تا حد معقولی کاهش دهد. در این صورت چنان چه در قراردادن کاغذ درون جعبه به هر دلیلی سهل‌انگاری صورت گیرد و یا کاغذ در اثر حمل و تکان خوردن جعبه نتواند جلوی تماس محتویات جعبه با جدار داخلی را بگیرد نگرانی زیادی در خصوص آلوده شدن محتویات جعبه وجود نخواهد داشت زیرا دیگر جعبه از پوششی مقاوم به چربی و کاملاً بهداشتی و محافظت‌کننده برخوردار است.



پیشنهادات

با توجه به کلیه موارد ذکر شده پیشنهاد این است که موارد زیر در استانداردهای مذکور مورد توجه واقع شوند.

الف) الزامات مربوط به کیفیت مواد اولیه مصرفی و ویژگی‌ها و روش‌های آزمون و منابع تهیه آنها در استاندارد گنجانده شوند.

ب) خصوصیات و ویژگی‌های شیمیایی مقوای مصرف شده در ساخت جعبه و روش‌های آزمون آنها به تفصیل در استاندارد لحاظ شود.

پ) برای افزایش پایداری محصول و نیز به حداقل رساندن ضرایب ریسک استفاده از پوشش فیلم پلیمری در هر دو روی مقوا جزء الزامات استاندارد قرار گیرد. طبیعی است که در این صورت لازم است مشخصات فیلم پلیمری و نیز مواد اولیه مورد مصرف برای ساخت آن نیز به دقت در استاندارد های مذکور تبیین شود. همچنین تاکید می‌شود که استفاده از پوشش پلیمری باید در هر دو روی مقوا باشد و نیز استفاده از این پوشش نافی اجرای الزام مورد اشاره در "یادآوری (۱)" از استاندارد ۳۳۴۱ یعنی گذاردن یک لایه کاغذ پارشیمنه قبل از گذاشتن شیرینی نیست.

شاید این ایراد وارد شود که با لحاظ کردن این سه پیشنهاد در استانداردها قیمت تمام شده محصول افزایش خواهد یافت. در پاسخ باید گفت که کیفیت و قیمت همواره با هم در تنازع هستند و این امری طبیعی است. امروزه در دنیا هزینه‌های بسته‌بندی مرتباً سیر صعودی نشان می‌دهند و شرکت‌ها در ارتقاء کیفیت بسته‌بندی محصولات خود یک رقابت دائمی دارند. سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی صنایع بسته‌بندی مرتباً افزایش می‌یابد و تکنولوژی‌ها و تجهیزات پیشرفته‌تر جای تکنولوژی‌ها و تجهیزات قدیمی‌تر را می‌گیرند و با همه اینها هیچ کس کیفیت محصولات بسته‌بندی را فدای قیمت نمی‌کند زیرا اهمیت و جایگاه بسته‌بندی و کیفیت آن در صنایع غذایی (و البته در سایر

صنایع) بر همگان روشن شده است. از طرف دیگر قیمت فروش جعبه (که معادل قیمت شیرینی درون آن است) بسیار بیش از قیمت خرید آن است و لذا نگرانی در مورد بالا رفتن قیمت جعبه واهی و غیر واقعی است.

نگرانی دیگری که ممکن است مطرح شود (و احتمالاً در هنگام تدوین استانداردهای مذکور مورد نظر تدوین‌کنندگان قرار داشته است) بحث بازیافت مواد بکار رفته در تولید جعبه‌های شیرینی است و این که با استفاده از پوشش پلیمری این امر میسر نخواهد بود. ولی واقعیت این است که مقوای روکش شده با فیلم پلیمری نیز مثل سایر مقواها قابل بازیافت هستند فقط نباید انتظار داشت که بدون هیچ تغییری در روش‌های تولید و تجهیزات بکار رفته بتوان به این مهم دست یافت. امروزه مقوای با روکش پلی‌اتیلن و پلی‌پروپیلن در تمام دنیا هم برای بسته‌بندی محصولات غذایی و هم برای بسته‌بندی محصولات صنعتی به طور گسترده استفاده می‌شوند و به راحتی نیز در چرخه بازیافت قرار می‌گیرند. این کار با اعمال تغییراتی در فرآیند و تجهیزات ری‌پالپر (Repulper) امکان‌پذیر است و لذا نگرانی در این زمینه نیز بی‌مورد است.

در عوض با استفاده از روکش پلیمری در هر دو طرف مقوا، مقاومت نسبت به رطوبت و چربی تا حد قابل قبولی افزایش یافته و احتمال رشد باکتری‌ها و قارچ‌ها در طی زمان انبارش و حمل و نقل و در هنگام مصرف به کمترین میزان ممکن می‌رسد. همچنین مقاومت‌های مکانیکی جعبه نیز در حد ثابتی باقی می‌ماند. مضافاً بر این که به دلیل بهبود خواص مکانیکی مقوای روکش شده با فیلم پلیمری، می‌توان از مقوای نازک‌تر استفاده کرد که این خود هم در قیمت تمام شده تاثیر مطلوب دارد و هم میزان مصرف مواد سلولزی را کاهش می‌دهد (به تاثیر مستقیم و غیر مستقیم آن در حفاظت از محیط زیست خصوصاً جنگل‌ها و مراتع توجه شود).

چنان چه مقوای با روکش پلیمری در هر دو رو، با دقت و نظارت کیفی کامل تولید شوند حتی هنگام مصرف نیازی به استفاده از کاغذ پارشیمنه نخواهد بود اگر چه به دلیل پایین آوردن ضریب ریسک و نیز کاهش خطرات آلودگی هنگام حمل و نقل و انبارش استفاده از کاغذ پارشیمنه نیز توصیه می‌شود.

در نهایت به نظر می‌رسد با اجرای این سه پیشنهاد، استانداردهای مذکور به حد کافی در تعیین حداقل‌های کیفی برای تولید جعبه و بسته‌بندی شیرینی و سایر مواد خوراکی موثر و کارآمد باشند.

اطلاعیه

بسته بندی آب

نوشیدنیها به واسطه ماهیت متفاوتشان جایگاهی بسیار ویژه در صنایع بسته بندی دارند. از آن جا که آب این هدیه آسمانی از ابعاد گوناگون ویژگی های خاصی در میان سایر نوشیدنی ها دارد و با توجه به نقش مهم آب بسته بندی شده در تامین نیازهای موضوعی کشور به آب آشامیدنی و از طرفی به دلیل مزیت های کمی و کیفی ایران در تهیه و بسته بندی آب، ماهنامه صنعت بسته بندی بر آن شده است موضوع بسته بندی آب در ایران را مورد بررسی قرار دهد. این حرکت با دو هدف کلی صورت می گیرد:

۱- طرح شبکه سراسری تولید و توزیع آب بسته بندی شده در ایران (طرح مطالعاتی)

۲- معرفی برترین های بسته بندی آب در بخش طراحی محصول (مسابقه)

در این بررسی نکات مربوط به کیفیت شیمیایی و بهداشتی آب و نیز مواد پلیمری مورد مصرف در ساخت قطعات بطری و درب مد نظر نمی باشند. همچنین بررسی های کارشناسی بخش مسابقه از دید طراحی صنعتی (Design) انجام خواهد شد. در این راستا با دعوت از متخصصان شرکتهای فعال این صنعت، نکات فراروی ایشان در امر بسته بندی آب معدنی نیز در جلسه ای مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

از این رو از همه دست اندرکاران بسته بندی آب در ایران دعوت می شود در این طرح ملی همکاری نموده و مشخصات واحد تولیدی خود را به همراه نمونه محصولات تولیدی طبق موارد ذیل برای این دفتر ارسال فرمایند.

مسابقه در چهار بخش برگزار می شود که عبارتند از: طراحی، توزیع، حقوق مصرف کننده، ایده ها

داوران بخشهای چهارگانه مسابقه از کارشناسان مجرب حوزه صنعت و دانشگاه انتخاب خواهند شد.

در راستای این طرح، نظرسنجی هایی نیز از مصرف کنندگان در مورد عوامل مطلوب در بسته بندی آب معدنی به عمل خواهد آمد و سعی بر آن است تا حتی الامکان و در چارچوب اصول علمی مقبول نتایج عملی و آماری قابل استفاده از آن در اختیار واحدهای شرکت کننده در این رقابت قرار گیرد. ضمناً هیأت داوران خود را محق می داند به صورت اتفاقی اقدام به نمونه برداری از سطح بازار مصرف کند.

شرکت کنندگان در مسابقه برای حضور در هر یک از بخشها موارد ذیل را به نشانی تهران، خیابان سپاه، پایین تر از میدان سپاه، پلاک ۲۲۲، دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی ارسال فرمایند. برای شرکت در مسابقه ارسال تمامی موارد قید شده در سه بخش نخست لازم است.

بخش طراحی	۱- نمونه بطری خالی لیبل نخورده (در اشکال و ابعاد گوناگون ارائه شده به بازار) از هر کدام سه عدد ۲- نمونه بطری خالی لیبل خورده (در اشکال و ابعاد گوناگون ارائه شده به بازار) از هر کدام سه عدد ۳- نمونه محصول پر شده و تمام شده (در اشکال و ابعاد گوناگون ارائه شده به بازار) از هر کدام سه عدد ۴- نمونه لیبل (در اشکال و ابعاد گوناگون ارائه شده به بازار) از هر کدام سه عدد ۵- نمونه درب کامل (در اشکال و ابعاد گوناگون ارائه شده به بازار) از هر کدام سه عدد
بخش توزیع	۱- نمونه بسته بندی ثانویه شرینگ یا کارتن یا... (شش، هشت یا دوازده تایی) از هر ظرفیت سه بسته ۲- تصویر بسته بندی واحدبار (در صورت استفاده از پالت یا صندوق یا امثال آن)، از جهات مختلف
بخش حقوق مصرف کننده	نمونه محصول پر شده و تمام شده (در اشکال و ابعاد گوناگون ارائه شده به بازار) از هر کدام سه عدد
بخش ایده ها	نمونه طرح ها و ایده های جدید مربوط به بسته بندی آب اعم از بسته بندی اولیه (ظرف) یا ثانویه یا واحدبار
توجه: نمونه های ارسالی برای بخش مسابقه باید در ایران تولید شده و امتیاز طرح آن نیز متعلق به شرکت کننده باشد (کپی نباشد)	

علاقتمندان جهت کسب اطلاعات بیشتر با دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی ۷۷۵۱۳۳۴۱ - ۷۷۶۰۷۹۶۳

و یا با شماره ۰۹۱۲۳۳۶۳۸۹۰ (مهندس شهابی) تماس حاصل فرمایند.

بدین وسیله از شرکتهای، سازمانها و نهادهای مربوط نیز برای مشارکت در برگزاری این مسابقه دعوت می شود.



ضرورت توجه به بسته بندی مواد غذایی

گذر بسته بندی، فرهنگ بسته بندی، صادرات مواد غذایی و سلیقه های مصرف کننده

مهندس مصطفی امام پور
مسئول بخش بسته بندی مرکز مطالعات و پژوهشهای لجستیک

با پیشرفت بیشتر علوم دیگری نظیر روانشناسی فردی، اجتماعی و ارگونی به این مجموعه اضافه شد. توسعه بسته بندی سبب مستقل شدن این صنعت از مجموعه صنایع دیگر شد و رقابت و نیاز سبب گردید که صنایع بسته بندی سهم قابل توجهی از بودجه شرکت های تولیدی را به خود اختصاص دهد، که امروزه صنایع بسته بندی تبدیل به یک تکنولوژی قدرتمند شده است. و اکنون این صنعت در دانشگاه های معروفی نظیر: سن خوزه،... مورد تدریس علاقمندان قرار گرفته است.

واقعیت حاکم بر جهان کنونی آن است که حیطة صنعت مواد غذایی در دنیا از گسترش زیادی برخوردار است.

از نظر فروش، صنایع غذایی بزرگترین صنعت است و فور فرآورده های غذایی، نتیجه راندمان عملیات از طریق به کارگیری علوم مختلف و تکنولوژی نوین می باشد. در این میان صنایع بسته بندی یکی از شاخص های اصلی می باشد که متاسفانه در کشور ما صنعت بسیار جوانی است که در صورت توجه به این صنعت و به روز نگری و به روزداری آن می توان افزایش تقاضا در سطح داخلی و بین المللی محصولات تولیدی کشور را ارتقا قابل ملاحظه بخشید.

جمع بندی متوجه می شویم محصولات عرضه شده ایران در کشورهای دیگر دارای ایرادهای زیادی است. آن هم محصولاتی بی رقیب نظیر پسته رفسنجان، زعفران قائنات، زیره کرمان، کشمش ملایر، گلاب قمصر کاشان، گردوی تویسرکان و لرستان و... که باید در بسته بندی های عالی و منحصر به فرد عرضه شوند. ولی متاسفانه هنوز هم با بسته بندی های ابتدائی صادر می شوند، البته ناگفته نماند تعدادی از صادرکنندگان ضمن آن که بسته بندی کالایشان در حد عالی است محتویات عالی تری نیز عرضه می کنند.



گذر بسته بندی

به طور کلی ظهور انقلاب صنعتی به راستی تحول اساسی در نظام تولید کالایی ایجاد کرد و جهان را با فوران کالاهای گوناگون روبرو کرد. تنوع کالاها و رقابت فشرده میان تولید کنندگان و بازرگانان به تدریج هنر را نیز علاوه بر علوم دیگر وارد مجموعه سیستم بسته بندی کرد.

وقتی محصولات مشابه مصرفی و یا صادراتی هریک از کشورهای پیش رفته و یا در حال توسعه و حتی برخی از کشورهای جهان سوم را مشاهده کنیم، به نکات ذیل برخورد می کنیم:

۱- اولین نکته ای که فوراً جلب توجه کرده و ما را به خرید آن کالا وامی دارد، ظاهر عالی بسته بندی است که رفاه و راحتی مصرف کننده را در نظر گرفته است.

۲- دومین نکته که باعث می شود دوباره آن محصول را خریداری کنیم، کیفیت عالی و تازه و سالم بودن محصول درون بسته بندی است.

۳- نکته بعد مشخص بودن تاریخ تولید و تاریخ انقضاء محصول است که به طور واضح بر روی بسته بندی ها درج می شود.

۴- چهارمین نکته که تولیدکنندگان باید ضمن مراعات، آن را وظیفه برای خود بدانند، رفاه مصرف کننده در زمان استفاده از محصول عرضه شده است.

ولی متاسفانه این چهارنکته از سوی تولیدکنندگان ایرانی به درستی اجرا نمی شود و برخی برای کسب درآمد بیش تر و آسان تر بدون آینده نگری و حفظ منافع ملی، به نوع بسته بندی، کیفیت محصول و رفاه مصرف کننده اهمیت چندانی نمی دهند. با یک بررسی و



اگر بخواهیم در یک نگاه به مشکلات صنعت بسته بندی کشور بپردازیم می توان به موارد زیر به طور اخص اشاره نمود:

- ۱- قدمت و فرسودگی نسبی ماشین آلات موجود در صنعت بسته بندی
 - ۲- پایین بودن سرعت تولید ماشین آلات در مقایسه با مشابه خارجی
 - ۳- ظرفیت های پایین صنعت بسته بندی
 - ۴- بالا بودن هزینه های بسته بندی در کشور نسبت به متوسط جهانی
- با توجه به عوامل فوق، وارداتی بودن اکثر مواد اولیه مورد نیاز این صنعت (و در نتیجه گران بودن آنها، عدم آشنایی نسبی دست اندرکاران این صنعت با استانداردهای بین المللی، وجود ضایعات زیاد در این صنعت، ضعف تکنولوژی بسته بندی که در جای خود کیفیت کالا را نیز تحت الشعاع قرار می دهد، عدم تطابق نوع چاپ با نوع بسته بندی به دلیل عدم وجود چاپ های مناسب) توجیه پذیر است.

برای جبران این خلاها در کشور چه شیوه ای را باید به کار برد؟

● پس از انجام مطالعات گسترده اقدام به تجهیز خطوط تولید خود به آخرین دستیافته های این صنعت در جهان نموده و با صرف هزینه های ارزی و ریالی فراوان و به کارگیری متخصصین علوم مربوط، ادبیات بسته بندی در کشور را به منظور تحقق همزمان و کامل خواسته های متنوع تولید کنندگان خصوصاً گروه مواد غذایی و از طرفی مصرف کنندگان متعدد داخلی و خارجی با رویکردی جدید بازرخان کرد. بنابراین بهره مندی از تکنولوژی برتر بسته بندی صنعتی ترین کشورهای دنیا نظیر آلمان که بی تردید یکی از کشورهای ممتاز ساخت ماشین آلات پیشرفته صنعت بسته بندی در جهان محسوب می گردد، و از سویی استفاده همزمان از صاحب نام ترین شرکت های چاپ فوق مدرن در دنیا، این توانایی را به ما خواهد بخشیده است تا به ضعف صنعت بسته بندی در کشور پایان داده و بتوانیم در کنار محصولات ارزشمند و با کیفیت داخلی حضوری مکمل و قوی با برند ایرانی داشته باشیم.

اگر بخواهید به بخش کوچکی از خواسته ها و انتظارات مصرف کنندگان و تولید کنندگان با تمرکز بر بسته بندی مواد غذایی بپردازیم باید دید که به چه مواردی توجه کرد؟

- ۱- تطابق تکنیکی و کمک به سیاست های استراتژیک (راهبردی) تولید در پیشبرد فروش
- ۲- اثرگذاری بی نظیر بر نحوه توزیع و فروش داخلی و خارجی با حفظ عوامل اساسی مورد نظر تولید کننده و مصرف کننده

۳- چیدمان و تبعیت مناسب هندسی در مکانهای تولید انبارش و توزیع

۴- سهولت در مصرف

۵- منطقی تر شدن بهاء تمام شده در سیکل اقتصادی

۶- مقاومت شیمیایی بسته در مقابل محصول و تاثیرات متقابل آنها

۷- مقاومت در برابر عوامل محیطی

۸- توانایی تولید انبوه و توزیع مستمر و بی وقفه در راستای برنامه ریزی تولید کارخانجات

۹- جلوگیری از ایجاد فضای مرده در بسته بندی اولیه و ثانویه

۱۰- رعایت قوانین و استانداردهای بین المللی و داخلی

۱۱- طول عمر مفید بسته

۱۲- امکان استفاده مجدد از بسته برای سایر کالاها و اهداف

۱۳- قابلیت چاپ زنی شکل، متنوع و فوق مدرن در حین فرآیند تولید بسته در حداقل زمان ممکن تولید

۱۴- قابلیت بازیابی و شستشوی

۱۵- اثر زیبایی در فروش و تقویت رضایتمندی مصرف کنندگان

۱۶- قابلیت درج مناسب و تاثیرگذار اطلاعات و علائم روی بسته

۱۷- بهداشت و ایمنی و پایداری بسته

۱۸- قابلیت طراحی و جاسازی کارت اطلاعات در بسته

۱۹- قابلیت کنترل نور گرمایش سرمایش میکروارگانیم ها و گازهای موجود در هوا

۲۰- قابلیت تنوع در طراحی و سایر موارد

از جمله شفافیت قابلیت خمش و خمیدگی جهت جلوگیری از آسیب مقاومت در ضربات و اصطکاک لرزش و لغزش شکنندگی



فرهنگ بسته بندی

در دنیای امروز که رشد فناوری لحظه به لحظه بوده و فضای رقابتی بسیار فشرده و تنگاتنگ است از فرهنگ بسته بندی می توان به عنوان فرهنگ مصرف تعبیر کرد.

بسته بندی مناسب و اصولی یک کالا می تواند مزایای زیادی از نظر اجتماعی و بهداشتی داشته باشد و مصرف کننده را به سوی مصرف بهینه کالا راهنمایی کند.

اگر فرهنگ بسته بندی در میان تولید

کنندگان به گونه ای همه گیر شود که تمامی آنها خود را ملزم به ارائه کالاهای بسته بندی شده بدانند و از طرفی مصرف کنندگان نیز اولویت را بر مصرف کالاهایی با بسته بندی برتر بگذارند، مطمئناً در درازمدت کل جامعه از حاکمیت این فرهنگ منتفع خواهند شد. عمومی شدن فرهنگ بسته بندی باعث می شود تا تمامی هر کالا در بسته مشخص، با نام و نشان کارخانه تولید کنند، قیمت برای مصرف کننده و تاریخ تولید و انقضاء قرار بگیرد که یکی از بزرگترین فواید آن جذب واسطه ها و دلالها و در نهایت کاهش قیمتها است.

همچنین استفاده از کالاهای بسته بندی شده موجب رشد فروشگاههای جدید و حذف فروشگاههای سنتی می شود که نتیجه آن جلوگیری از توسعه واحدهای تجاری در فضاهای غیرتجاری است. از دیگر مزایای استفاده از بسته بندی تثبیت قیمتها و یکنواختی آن در تمامی جامعه است. همچنین عرضه کلیه موجب رشد تجارت الکترونیکی در سطح جامعه و خرده فروشی شود و بسیاری از خریداران کالای مورد نیاز خود را از طریق سفارش اینترنتی یا تلفنی انجام دهند و این مساله موجب حذف بسیاری از مسافرتها درون شهری شده و بسیاری از مشکلات جامعه مانند ترافیک و روند صعودی مصرف بنزین را حل نماید.

استفاده از بسته بندی برای توزیع کالاها موجب می شود تا فاصله زمانی میان تولید تا توزیع تا مصرف کاهش پیدا کند و امکانات نظارت دقیق و همیشگی بر روی تولید مهیا شود. استفاده از بسته بندی های استاندارد و صحیح کالا موجب جلوگیری از ورود کالاهای غیراستاندارد و غیربهداشتی و مضر می شود و علاوه بر آن می توان با نظارت بر مراکز توزیع، میزان عرضه را نیز کنترل کرد. همانگونه که در بالا ذکر شد، فرهنگ شدن بسته بندی چشم گیر و استاندارد در نهایت باعث نفع هم تولید کننده و هم مصرف کننده می شود، استفاده از قالبی بنام بسته بندی شاید در کوتاه مدت باعث سختی کار تولید کننده شود اما قطعاً در درازمدت خود واقف به مزایای آن شده و به دنبال راهها و شیوه های جدید رقم و اقلام به نوع آوری در این زمینه خواهد کرد

در واقع می توان گفت بسته بندی جذاب که از نظر بهداشت، حفظ کیفیت محصول و تامین سلیقه مصرف کننده دارای استانداردهای لازم باشد، موجبات حفظ برتری و بقای محصول در بازار مقصد را ایجاد می کند.

همچنین در تقسیم بندی خصوصیات یک

همانطور که ذکر شد بسته بندی به عنوان یک مزیت برای حفظ برتری و ادامه بقا کالا در بازار از آن استفاده می شود، اما بسته بندی به عنوان یک امتیاز در تجارت خود متاثر از مواردی ذیل می باشد:

۱- عوامل اقتصادی

۲- عوامل فنی

هر کدام از آنها به طور مجزا و یا در ارتباط با موارد دیگر بر نوع و کیفیت و کمیت بسته بندی تاثیرگذار هستند.

عوامل اقتصادی که بر روی بسته بندی یک کالا تاثیرگذار هستند عبارتند از تولید در حجم انبوه، وجود شرایط رقابتی در بازار، افزایش تعداد واحدهای تولیدی و خدماتی، رشد درآمد سرانه و تنوع طلبی مصرف کنندگان.

باید توجه کرد که در صورت تولید در حجم بالا ایجاد امکانات بسته بندی می تواند مقرون به صرفه باشد و همچنین تولید کننده در صورتی بسته مناسب و جذاب را به کالا می افزاید و هزینه

پیشرفته نظیر ژاپن وارد می شود، ضمن آن که ضررهای جبران ناپذیری را به منافع مادی و معنوی اقتصاد مملکت وارد می کنند راه صدور قانونی محصولات برتر را ناهموار و شاید هم مسدود می سازند.

به همین خاطر وابسته های بازرگانی سفارت خانه های ما باید به این نکته با دیدی بازتر نگریده و توجه بیش تری را مبذول نمایند و با گزارش های هفتگی و ماهیانه خود مجال بررسی و پی گیری این امور به دستگاه های ذیربط بدهند تا با اقداماتی صحیح از اینگونه سوء استفاده های نامشروع تجاری جلوگیری شود. فراموش نکرده ایم که با چه سیاست و ترفندی پسته بدون رقیب ایران را به بهانه واهی بیماری قارچی افلاتوکسین از گردونه تجارت بین المللی خارج و پسته درجه دو کالیفرنیا را جایگزین آن کردند. پسته کاران ما تا کی باید ضرر قصور و کوتاهی و بی توجهی دیگران را بدهند.

عوامل موثر بر بسته بندی مواد غذایی:

کالا بسته بندی در گروه مواردی چون تبلیغات، راحتی مصرف کالا و نگهداری بهتر قرار گیرد که جز امتیازات یک کالا برای جلب مشتری است. البته باید توجه داشت که بسته بندی یک کالا، ارزش افزوده ایجاد نمی کند و تولید کننده نباید بابت بسته بندی خریدار را مجبور به پرداخت هزینه ای بیشتر برای خرید کالا نماید. در واقع بسته بندی مناسب برای کالا می تواند امتیازی باشد تا در میان دیگر کالاها سلیقه مشتری را متوجه خود نماید هزینه آن را نیز باید در رده هزینه های تبلیغاتی قرار داد.

در مورد وزن کالا بسته بندی شده نیز باید توجه داشت که وزن موادی که مورد استفاده در بسته بندی به عنوان وزن کالا محسوب نمی شود و وزن محصول را به طور خالص باید در نظر گرفت. (نکته مهم برای مصرف کنندگان در هنگام خرید شیرینی)

صادرات مواد غذایی

آیا کیفیت بسته بندی محصولات غذایی صادراتی ما در حد مطلوبی است؟



قوطی های پسته صادراتی ایران با علامت... در فروشگاههای در منطقه «....» در خارج کشور با وجود آن که دستگیره ای برای باز کردن در قوطی دارد،

اما به آسانی نمی شود حلقه را در دست گرفت و بعد از حداقل دو تا سه مرتبه تلاش اگر بتوانیم دستگیره را با فشار کمی بالا بیاوریم، باید فشار بسیار زیادی برای باز کردن به حلقه وارد کرد و اگر در این کار موفق شدیم به یک باره صدای انفجار ماندنی شنیده و در قوطی باز می شود که بدون اغراق تمام خریداران پس از یک مرتبه خرید، به خاطر این صدا و وضع نامطلوب بسته بندی از خرید بعدی منصرف شده و نیاز خود را از پسته ای با بسته بندی کشور دیگری از بازار تامین می کنند. البته عیب بسته بندی به همین جا ختم نمی شود، حال درب قوطی باز شده و می خواهیم پسته را برداریم باید مواظب باشیم که لبه بسیار تیز و برنده قوطی به انگشتانمان آسیب نرساند که در صورت بی احتیاطی منجر به بریدگی می شود. قوطی های یک کیلوئی رب گوجه فرنگی با علامت... ضمن آن که رفاه مصرف کننده را در نظر نگرفته و باید با قلم و چکش درب قوطی را باز کرد بسته بندی معمولی پنجاه سال قبل را دارد.

کالاهایی که غیر از مبادی خروجی قانونی و بدون نظارت ارگان مربوطه و گواهی استانداردهای اجباری خارج و به کشورهای



های آن را متقبل می‌شود که در شرایط رقابت قرار بگیرد.

شرایط اقتصادی ذکر شده به طور عموم متوجه تولیدکننده است اما دو مورد دیگر یعنی افزایش درآمد سرانه و تنوع طلبی مستقیماً با مصرف‌کنندگان مرتبط است.

افزایش درآمد سرانه موجب رشد زندگی تجملی مردم شده و سلیقه آنها را به سمت مصرف محصولات بسته بندی شده و فانتزی سوق می‌دهد، از طرفی دیگر حسن تنوع طلبی که یکی از خصوصیات بازار انسانها است، مساله‌ای است که تولیدکنندگان باید همواره به آن توجه داشته باشند تا بتوانند با تطبیق تولیدات و تغییر نوع بسته بندی، تولیداتشان همواره مورد نظر مصرف‌کنندگان باشد.

علاوه بر عوامل اقتصادی عامل جمعیت نیز تاثیر زیادی بر روی بسته بندی و ایجاد تغییر و تنوع در آن دارد، چرا که معمولاً تولیدکنندگان و تجاری شهرهای پرجمعیت را مورد توجه قرار داده و بر روی نیاز و سلیقه مصرف آنها سرمایه گذاری می‌کنند و هر چه جمعیت یک منطقه بیشتر باشد، بازار آن نیز رقابتی تر و حفظ بقاء در آن برای تولیدکنندگان پراهمیت تر می‌شود از این رو می‌توان جمعیت را نیز یکی از عوامل تاثیرگذار بر روی بسته بندی دانست.

کدام به تنهایی و یا در ارتباط با موارد دیگر سعی بر کسب موفقیت بیشتر برای کالا در بازار دارند. بسته بندی را باید به نوعی به عنوان یکی از روشهای تبلیغاتی در نظر گرفت که علاوه بر خصوصیات که دارد می‌تواند به عنوان یک تبلیغ برتر مطرح باشد.

بسته بندی مناسب کالا می‌تواند حمل و نقل آنرا تسهیل نماید و موجب شود تا نگهداری آن راحت تر گردد.

از طرفی در مورد کالاهای فسادپذیر که عموماً جزو مواد خوراکی هستند، بسته بندی مناسب و بهداشتی می‌تواند طول عمر کالا را افزایش دهد و در مورد برخی از کالاها نیز بسته بندی آنها می‌تواند موجب تسهیل در مصرف آنها شود.

باید توجه کرد که نقش اصلی بسته بندی گذشته از کالاهایی که برای عرضه نیازمند بسته بندی هستند، گزینه ای است که مستقیماً سلیقه مصرف‌کننده را هدف قرار داده و سعی در جلب آن به سوی خود دارد. در این خصوص می‌توان مشخصاتی را برای بسته بندی تعریف کرد که هر کدام به تنهایی و یا در ارتباط با موارد دیگر سعی بر کسب موفقیت بیشتر برای کالا در بازار دارند.

منبع:
- روزنامه همشهری شماره ۸۳۱۶۵

عوامل فنی نیز یکی دیگر از موارد موثر بر بسته بندی کالاها است به طور مثال تنوع بسته بندی را می‌توان متأثر از این گزینه دانست، همچنین تکنولوژی که یکی از عواملی است که تاثیر زیادی بر روی بسته بندی، تنوع و روند تکاملی آن دارد. از طرفی در مرحله عرضه نیز عامل فنی دیگری تاثیر دارد که خصوصاً در فروشگاه های بزرگ نمود بیشتری دارد و آن خود انتخابی یا خریدار شخصاً می‌تواند کالاها را از نزدیک مشاهده و بدون تاثیرپذیری از تعریف یا انتقادهای فروشنده کالاها می‌تواند مورد نظر خود را انتخاب نماید در این گونه فروشگاههای چگونگی بسته بندی کالا و جذابیت آن از جنبه های مختلف برای خریدار در میان خیل کالاهای دیگر نقش خود را بیشتر نشان داده و از خوشنامی، قیمت، تجربه مصرف و تاثیرپذیری از تبلیغات شاید بتوان گفت بسته بندی تاثیر زیادی بر روی انتخاب خریدار می‌گذارد.

بسته بندی و سلیقه مصرف‌کننده: باید توجه کرد که نقش اصلی بسته بندی گذشته از کالاهایی که برای عرضه نیازمند بسته بندی هستند، گزینه ای است که مستقیماً سلیقه مصرف‌کننده را هدف قرار داده و سعی در جلب آن به سوی خود دارد. در این خصوص می‌توان مشخصاتی را برای بسته بندی تعریف کرد که هر

ماشین های چسب گرم Robatech

Made in Switzerland



www.Robatech.com
E-mail: info@Tajrish.com

آدرس: تهران، میدان آرژانتین، خ الوتد، خ ۳۹، پلاک ۲۴، پ ۶، واحد ۴۰
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۷۰۸۵۴، فکس: ۰۲۱-۸۸۸۷۰۸۵۳

قابلیت‌ها و مزیت‌های نرم افزار

- ۱) امکان تعریف ابعاد دوخت مورد نیاز برای اندازه‌گیری (ایجاد فرمت جدید).
- ۲) تسریع در آزمون و انجام محاسبات بصورت خودکار و ذخیره نتایج.
- ۳) هشدار در صورتی که نتایج محاسبات خارج از محدوده قابل قبول باشد.
- ۴) کاهش استهلاک دستگاه پروژکتور دوخت و افزایش عمر آن.

مراحل نصب نرم افزار

- ۱) CD برنامه را در درایو CD-ROM قرار دهید.
- ۲) فایل MIS.EXE را با دابل کلیک کردن روی آن اجرا کنید.
- ۳) مراحل نصب را دنبال کنید تا برنامه بطور کامل نصب شود. مسیر پیش فرض C:\MIS است و در صورت نیاز مسیر دیگری را انتخاب کنید.

مراحل نصب راه‌انداز قفل سخت افزاری برنامه

- ۱) قفل سخت افزاری برنامه را به پورت پرینتر در کامپیوتر وصل کرده و سپس به آن کابل پرینتر را وصل کنید.
- ۲) از مسیر c:\mis\dongle فایل hdd16.exe را برای ویندوز 3.x یا فایل hdd32.exe را برای ویندوزهای 95/98/NT با دابل کلیک کردن روی آن، اجرا کنید.
- ۳) مراحل نصب را دنبال کنید تا راه‌انداز قفل سخت افزاری برنامه بطور کامل نصب شود.

اجرای برنامه:

آیکن برنامه را از مسیر start\programs\microseam\microseam انتخاب و روی آن کلیک کنید تا اجرا شود. برنامه فقط در صورت قرار گرفتن قفل سخت افزاری در پورت پرینتر کامپیوتر و نصب راه‌انداز آن اجرا خواهد شد.

ایجاد فرمت جدید

این نرم افزار بر اساس فرمت‌های موجود در آن، مقادیر نقاط اندازه‌گیری را از پروژکتور دوخت از طریق کابل ارتباطی اخذ کرده و ابعاد و کیفیت دوخت مضاعف را محاسبه می‌کند. نظر به اینکه ابعاد و کیفیت دوخت مضاعف محاسبه شده بر اساس فرمت‌های موجود با استاندارد ملی ایران به شماره ۱۸۸۱ مطابقت ندارد، لذا ضرورت دارد فرمت جدید مطابق با استاندارد مذکور به روش ذیل ایجاد شود.

- ۱) از منوی format فرمان create new format را اجرا کنید.
- ۲) در کادر Mis Windows Application روی دکمه yes برای در نظر گرفتن تصویر دورانی، علاوه بر تصویر نرمال کلیک کنید.
- ۳) از کادرهای Normal (Rotated) Image to be used in Format و دوران (Standard Can Rotated) تصویرهای نرمال (Standard Can) را انتخاب کنید.
- ۴) در کادر Enter the Format Parameters پارامترهای فرمت شامل نام فرمت (ISIRI 1881)، تعداد دربندی در ماشین دوخت (۱)، تعداد برش‌ها در قوطی (۳)، تعداد نقاط اندازه‌گیری و ابعاد تصویر نرمال (به ترتیب ۶/۸ و ۶) و تعداد نقاط اندازه‌گیری و ابعاد تصویر دورانی (به ترتیب ۴ و ۵) را وارد کنید.

- ۵) در این مرحله تصویر نرمال با ۸ خط اندازه‌گیری و کادر Dimensions Edit the Format ظاهر می‌شود. خطوط اندازه‌گیری را به کمک دکمه‌های موجود در کادر ویرایش به ۸ نقطه اندازه‌گیری مورد نظر منتقل کنید. در هر لحظه یک خط فعال (به رنگ قرمز) می‌باشد و برای فعال کردن خط بعدی یا قبلی از next یا prev و برای انتقال خط به سمت راست یا چپ از Right یا Left استفاده کنید. (شکل ۱)

تعیین ابعاد و کیفیت دوخت مضاعف به روش پروژکتور دوخت به کمک نرم افزار بررسی دوخت



فاطمه جلالی

فارغ التحصیل کارشناسی شیمی گرایش شیمی کاربردی از دانشگاه آزاد اسلامی. کارشناس اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی گلستان از سال ۷۷.



محمد امان بانئ

فارغ التحصیل کارشناسی ارشد شیمی گرایش شیمی فیزیک از دانشگاه آزاد اسلامی. کارشناس مسئول آزمایشگاه‌های شیمیایی و بسته بندی و سلولزی در اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی گلستان از سال ۱۳۸۲.

مقدمه

برای تعیین ابعاد و کیفیت دوخت مضاعف مطابق با استاندارد ملی شماره ۱۸۸۱ ظروف فلزی غیر قابل نفوذ جهت نگهداری مواد غذایی - ویژگیها می‌توان از دو روش اندازه‌گیری روی تصویر (پروژکتور دوخت) و اندازه‌گیری مستقیم (میکرومتر دوخت) استفاده نمود. در هر دو روش، ابعاد بحرانی دوخت تعیین کننده کیفیت دوخت مضاعف می‌باشد و رعایت آنها الزامی است. در روش اندازه‌گیری روی تصویر از دستگاه پروژکتور دوخت^۱ و نرم افزار بررسی دوخت^۲ استفاده می‌شود و در این مقاله قابلیت‌ها، مراحل نصب و روش استفاده از نرم افزار مذکور شرح داده می‌شود.

واژه‌های کلیدی:

دوخت مضاعف: اتصال سر یا کف قوطی فلزی به بدنه را از طریق جفت کردن و فشردن لبه برگشته سر یا کف و لبه خمیده بدنه که در دو مرحله انجام می‌گیرد، دوخت مضاعف گفته می‌شود.

پروژکتور دوخت: نوعی وسیله نوری است که تصویر برش عرضی دوخت مضاعف را به صورت بزرگ شده بر روی صفحه نمایش نشان می‌دهد و از آن برای بررسی دوخت مضاعف و اندازه‌گیری ابعاد استفاده می‌شود.

شکل ۳: دستگاه پروژکتور دوخت آرندل



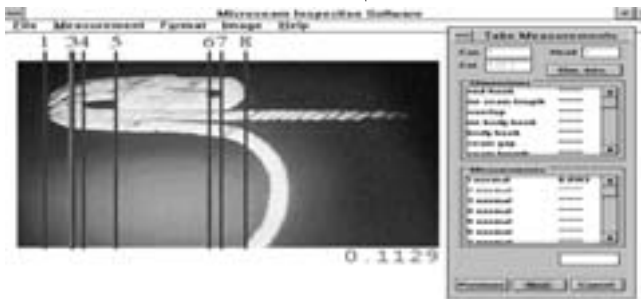
(۱) پس از اجرای برنامه از منوی Measurement فرمان Take/Display را اجرا کنید و در کادر ظاهر شده New Datafile و در کادر بعدی New را کلیک کنید.

(۲) اطلاعات خواسته شده را وارد کرده و سیستم متریک را در قسمت Units انتخاب و در کادر Select a Format فرمت ISIRI را برگزینید.

(۳) روی دکمه Take a Measurement کلیک کرده و در کادر بعدی Ok را انتخاب کنید. در این مرحله عدد ظاهر شده در پروژکتور دوخت، در کامپیوتر نیز نشان داده می‌شود.

(۴) در شکل ظاهر شده که مشابه شکل زیر می‌باشد، خطوط اندازه گیری نشان داده شده است و

شکل ۴: نرم افزار بررسی دوخت



اولین خط اندازه گیری فعال (به رنگ قرمز) می‌باشد. توسط چرخاندن پیچ دستگاه پروژکتور، خط کش آن را به محل اولین نقطه اندازه گیری برده و دکمه Reset دستگاه را فشار دهید تا عدد صفر را نشان دهد.

(۵) با کلیک کردن روی Next مقدار اولین نقطه اندازه گیری به کامپیوتر منتقل می‌شود و بطور خودکار دومین خط اندازه گیری فعال می‌گردد. سپس با چرخاندن پیچ دستگاه پروژکتور، خط کش را به محل دومین نقطه اندازه گیری برده و Next را فشار دهید تا مقدار دومین نقطه اندازه گیری به کامپیوتر منتقل گردد.

(۶) تا پایان نقاط اندازه گیری تصاویر نرمال و دورانی مراحل قبلی را انجام دهید. دقت کنید فقط قبل از وارد کردن مقدار اولین نقطه اندازه گیری در تصاویر نرمال و دورانی دکمه Reset دستگاه را فشار دهید تا صفر به عنوان مقدار آن وارد شود.

(۷) پس از طی مراحل بالا نرم افزار بررسی دوخت، ابعاد و کیفیت دوخت را محاسبه کرده و نمایش می‌دهد. مراحل ۴، ۵، ۶ را برای برشهای ۲ و ۳ نیز تکرار کنید.

- 1- Arundle Optical Instruments, Microseam Visual Seam Gauge
- 2 - Microseam Inspection Software

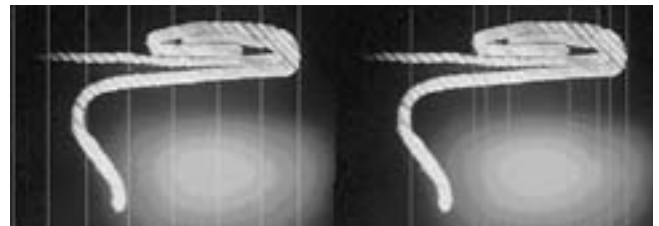
منابع:

- (۱) استاندارد ملی شماره ۱۸۸۱ ظروف فلزی غیر قابل نفوذ جهت نگهداری مواد غذایی - ویژگیها
- (۲) استاندارد ملی شماره ۲۳۲۷ قوطی فلزی - بسته بندی مواد غذایی و غیر غذایی - روشهای آزمون
- (۳) نرم افزار بررسی دوخت مربوط به دستگاه پروژکتور دوخت آرندل

(۶) برای تعریف یک پارامتر دوخت در کادر قبلی Dimension 1 را انتخاب و روی دکمه Edit کلیک کنید و یک نام را وارد و نوع اندازه گیری (درصد، سایر، کیبرد، گنج دیجیتال، اختلاف) را مشخص کنید و سپس با توجه به نوع اندازه گیری قسمت Reading را تکمیل و حدود بالا و پایین پارامتر را وارد کنید.

(۷) مثال: برای تعریف طول قلاب بدنه نام Bh و نوع اندازه گیری را Difference انتخاب کنید و در قسمت Reading شماره های دو نقطه اندازه گیری را که Bh از اختلاف آنها بدست می‌آید، وارد کنید. این مراحل را برای سایر پارامترهای تصاویر نرمال و دورانی با استفاده از جدول ۱ انجام دهید.

شکل ۱: خطوط اندازه گیری تصویر نرمال قبل و بعد از انتقال

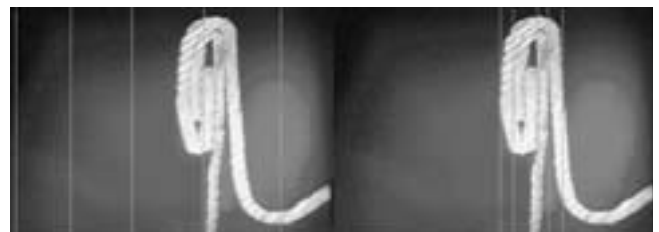


جدول ۱: راهنمای تعریف پارامترهای تصویر نرمال

نام پارامتر	اختصار	نوع اندازه گیری	Reading				حد پایین	حد بالا
			D	C	B	A		
عرض دوخت	w	Difference			1	5	*	*
ارتفاع خارجی دوخت	h	Difference			2	6	*	*
طول قلاب سر	Sh	Difference			2	5	*	*
طول قلاب بدنه	Bh	Difference			4	7	*	*
مختلف بر گزنی قلابها	ti	Difference			4	7	0.00	*
مسدود طول قلاب بدنه یا طول بدنه دوخت	Bh	Percentage	7	6	4	4	0.00	0.00

۱- بر اساس استاندارد ملی مقادیر این ابعاد پیشنهادی است.

شکل ۲: خطوط اندازه گیری تصویر دورانی قبل و بعد از انتقال



جدول ۲: راهنمای تعریف پارامترهای تصویر دورانی

نام پارامتر	اختصار	نوع اندازه گیری	Reading				حد پایین	حد بالا
			D	C	B	A		
ضخامت خارجی دوخت	St	Difference			1	5	*	*
ضخامت ورق سر	Ts	Difference			1	2	*	*
ضخامت ورق بدنه	Tb	Difference			3	4	*	*
فضای آزاد	Fa	Other	0.00	0.00				

پس از انجام مراحل بالا فرمت جدید مطابق با استاندارد ملی ایران به شماره ۱۸۸۱ ایجاد می‌شود.

روش اندازه گیری:

قوطی را در محل های تعیین شده برش مقطعی دهید، به طوری که برش های سمت چپ بر روی قطر قوطی انجام گیرد. قسمت های برش خورده را به سمت داخل خم کرده و در مقابل دوربین پروژکتور قرار دهید. قوطی را جابجا کنید تا تصویر واضحی از مقطع دوخت بر روی صفحه نمایش ظاهر شود و سپس از مراحل زیر پیروی کنید.

بسته بندی برای صادرات

اهمیت نقش نیازها،

تبلیغات، طراحی،

در صادرات محصولات

سوسن خاکبیز



معمولاً می‌توان این مکانیزمها را فقط در نظر داشت ولی با توجه به الگوی مطلوب مصرف و فرهنگ و سلیقه و ذائقه و قدرت خرید مردم نوعاً شیوه مقتضی را بکار بست.

بسته‌بندی از ابزارهای مهم بازاریابی در بعد ملی و بین‌المللی است که نقش کلیدی خود را در افزایش فروش، کاهش موجودی انبار و به حداکثر رساندن سود بنگاههای تولیدی نشان داده است.

بنگاههای اقتصادی برای تقویت قدرت رقابت خود در بازارهای داخلی و خارجی سالهاست که به موضوع بسته بندی توجه دارند و از طراحی، گرافیک، رنگها و بکار بردن مواد بسته بندی مناسب برای افزایش سهم خود در بازارهای رقابتی بهره می‌گیرند.

مدیران بازاریابی به طور معمول درباره موضوعاتی مانند تحقیقات بازاریابی، خرید مواد اولیه، توزیع، قیمت گذاری ها، راههای افزایش فروش و... تصمیم می‌گیرند. وظیفه بسته بندی از نظر ایجاد رابطه با مشتری، القاء نیاز و ترغیب مشتری به خرید در زمره وظایف مدیران بازاریابی است و تصمیم مشترک آنها با مدیران تولید می‌تواند در اتخاذ روش مناسب و جذاب بسته بندی و بازاریابی مؤثر واقع شود.

تحقیقات ویژه و نقشهای شرکتهای بزرگ در زمینه بازاریابی و راههای پیشبرد فروش نشان می‌دهد که بسته بندی بیشترین اثر را در افزایش فروش (در بازارهای درون و برون مرزی) دارد. بسته بندی مقوله ایست از تولد تا مرگ



کننده بر خرید را انجام می‌دهد. به کمک بسته بندی می‌توان کالا را معرفی کرد، ویژگیها یا صفات و کیفیات مورد نظر مصرف‌کننده را به آگاهی اورساند، مزیتهای کالا را نسبت به دیگر تولیدات نشان داد، در مشتری ایجاد انگیزه کرد، وفاداری مشتریان گذشته را جلب کرد. روی مشتریان آینده اثر گذار بوده و بالاخره با هزینه ای به مراتب کمتر از هزینه های تبلیغات در رسانه های جمعی، پیامهای لازم را در محل فروش به مشتری برساند.

تبلیغات در حمل، فروش یا به کمک بسته بندی و یا به کمک پوستر و دیگر وسایل تبلیغاتی مانند پرچم، تقویم، تابلو و... انجام می‌شود. بدین لحاظ است که بسته بندی های مصرف کننده در اطلاع رسانی و ترغیب مصرف کننده احتمالی به خرید از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

و بالاخره نکته مهم اینکه با عنایت به تولیدات میلیونی در شرکتهای بزرگ چند ملیتی و لزوم صادرات مازاد محصول به خارج معمولاً از مکانیزم های القای نیاز با ایجاد نیاز کاذب استفاده می‌شود ولی در وادی بازاریابی داخلی

بسته بندی، لباس یک کالا است و بسته بندی آبروی یک کالا است و بسته بندی زیبا و شکیل موجب علاقه و محرک نیاز و بسته بندی زشت و نامناسب سرکوب کننده تقاضاست. بسته بندی در ارتباط مستقیم با اخلاق و روحیات یک ملت است. بسته بندی کالاهای صادراتی باید به گونه ای طراحی شوند که:

” در کشور مقصد، با آداب و فرهنگ رایج مردم آن کشور هماهنگی داشته باشند“

یکی از بزرگترین مشکلات در صادرات کالاهای مصرفی، میوه ها، تنقلات، کالاهای بهداشتی و روزمره، مشکل بسته بندی مناسب و همخوان با سلیقه و نیاز مصرف کنندگان در بازار هدف است.

بازاریابی دیگر یک دایره یا یک شعبه حقیر در ساختار سازمانی شرکتهای نیست بلکه در سطح معاونت مدیر عامل و از حوزه های استراتژیک واحدهای بازرگانی و تولیدی به شمار می‌رود. بسته بندی یکی از ویژگیهای حساس، مهم و دارای نفوذ بر مصرف کننده است که ضمن ایفای وظیفه حفاظت از کالا، وظیفه اطلاع رسانی، معرفی کالا، ارسال پیام و بالاخره ترغیب مصرف

جوامع انسانی را همراهی می‌کند. متأسفانه در کشور ایران اغلب صنعت بسته بندی در همان حد روش سنتی گردآوری محصول و انتقال آن به بازار باقی مانده است. در شرایطی که دیگر کشورها کالاهای مصرفی نه چندان مرغوب شان را در ظروف و بسته بندی هایی فوق العاده شکیل و مشتری پسند روانه بازارهای جهانی می‌کنند، کالاهای در کشور ما به رغم مرغوبیت بسیار بالا، روی دست تولید کننده می‌ماند. بسیاری از کالاهای ایران به صورت فله به کشورهای دیگر (نظیر ترکیه،...) می‌رود و پس از بسته بندی مناسب به نام محصول همان کشور به فروش می‌رسد.

سالانه از ۱۷ هکتار نخیلات آبادان حدود ۵۵ هزار تن رطب و خرما،... برداشت می‌شود. حال باید پرسید سهم ایران از صادرات این محصولات چقدر است؟ متأسفانه فقدان بسته بندی مناسب باعث شده است تا خرما تولیدی داخل با قیمت نازل به خارج از کشور صادر شده و در کشورهایی چون انگلیس و کشورهای آسیای میانه با بسته بندی مدرن مجدداً با قیمت به مراتب بالاتر صادر شود.

این در حالیست که شرکت های کوچک صنایع غذایی در ایران طی سال های اخیر با تلاش فعالان بخش خصوصی در راستای کسب سود بیشتر و بازگشت سریع سرمایه توانسته گام های بسیار کوچکی بردارند.

از سوی دیگر فقدان تکنولوژی ساخت تولید ماشین آلات صنایع غذایی و تبدیلی در کشور فعالان این صنعت را با هزینه های بالای خرید و نگهداری این دستگاهها مواجه کرده است. عدم توجه به صنایع غذایی و تبدیلی در کشور طی سال های گذشته علی رغم تمام سوده های کلانی که در آن نهفته در تعامل با موضوع الحاق به سازمان تجارت جهانی، سبب بیداری صاحبان این صنعت از خواب زمستانی شده و آنان را در تب و تاب جهانی شدن قرار داده است.

امروزه آن دسته از کشورهای فقیر دنیا که

اقتصادی وابستگی

به کشاورزی دارند

به دلیل نداشتن

صنایع مدرن و

نگهداری اصولی،

مقادیر کلانی از

محصولات

کشاورزی آنها یا

نابود می‌شود و یا



در بازارهای غیر قابل اطمینان به قیمت نازل به فروش می‌رسد.

آمار و ارقام، گویای این مطلب است که در کشورهای پیشرفته و صنعتی، چندین برابر درآمد کشور ما در خصوص بسته بندی کالاهای مختلف صرف می‌شود و از تکنولوژی مدرنی در بسته بندی استفاده می‌شود. نبودن تکنولوژی، علم بسته بندی، مواد اولیه مناسب و ماشین آلات جدید در ایران سبب شده که وضعیت بسته بندی در سطح بینابین واقع شود.

در حالی که کشورهای پیشرفته رشته های بی شماری در رابطه با بسته بندی دارند اما در ایران از چند عدد تجاوز نمی‌کند و آن هم بیشتر مربوط به بسته بندی مواد غذایی بوده و فاقد یک دید کلی و اطلاعات لازم در علم بسته بندی است.

طراحی بسته بندی

و توجه به خصوصیات مصرف کننده

باید توجه داشت افرادی که برای خرید به فروشگاهها می‌روند سه گروه هستند.

گروه اول:

آنان که جنبه اقتصادی را در خریدهایشان همواره مدنظر دارند و برای جلب توجه آنها ارایه نمونه های مجانی کارساز است.

گروه دوم:

موقعیت اقتصادی بهتری دارند و تفاوت قیمت چندان برایشان مهم نیست و اغلب از اقشار تحصیل کرده جامعه هستند. مسایل حفظ محیط زیست و سلامت و بهداشت کالا را مدنظر دارند و هنگام خرید به بسته بندی کالا اهمیت می‌دهند، لذا طراحی بسته بندی مناسب بهداشتی و جذاب برای جلب توجه آنها ضرورت دارد.

گروه سوم:

افرادی هستند که به صورت موردی خرید می‌کنند و از پیش تصمیم خاصی برای خرید ندارند. برای جلب توجه این گروه نیز طراحی بسته بندی اهمیت پیدا می‌کند.

در کشورهای توسعه یافته که بازار بالقوه برای

بسیاری از

محصولات

تولیدی در جهان

می‌باشند. ارایه

بسته بندی های

مناسب خانواده

(خانواده های تا

بعد ۴ نفر)



اهمیت زیادی دارد. این افراد قدرت خرید زیادی دارند و برای نفوذ در آنها و ترغیب شان به خرید موضوع طراحی بسته بندی از ابزار کار بازاریابی موفق می‌باشد.

طراحی بسته بندی از شاخه های طراحی صنعتی است. طراح بسته بندی علاوه بر درک حجم و فرم بسته بندی باید گرافیک قابل باشد تا بتواند طرحهای عملی، اقتصادی و ابتکاری ارایه دهد و درباره فن آوری تولید و مواد مورد استفاده در صنعت بسته بندی آگاهی کافی داشته باشد.

برچسب

از نظر تأثیر فرم در بسته بندی، شکل برچسب بسیار مهم است و معمولاً بسته ها با اشکال مکعب و چهارگوش به خاطر قابلیت شان دارای خصوصیت اطلاع رسانی با بهترین نحو مناسب می‌باشند. از سوی دیگر برچسب های چهارگوش و مکعب شکل، فضای قفسه های فروشگاهها را تلف نمی‌کند. البته شکل و رنگ بسته ها در کنار هم به گونه ای که باعث اغتشاش بصری نشود، نیز اهمیت زیادی دارد.

طراحی خط برای درج پیامهای تولید کننده بر مشتری اهمیت زیادی دارد. برخی طراحان استفاده از خطوط خاصی را مطرح می‌کنند و برخی دیگر پیوسته در حال ابداع خطوط جدید هستند.

به طور کلی یک طراح بسته بندی باید بتواند از توانایی و تجربه خود در انتخاب خط برای پوسترها، نشریات و علائم بازرگانی در معابر و... استفاده کند.

نقش بسته بندی در صادرات

تبلیغات از ابزار اصلی بازاریابی است و بسته بندی حلقه تکمیل کننده زنجیره تبلیغات است. بسته بندی اهمیت فزاینده ای از نفوذ به بازارهای پررقابت امروزی است. پژوهش موسسه انگلیسی «یونایتد بیسکوتیس» نشان می‌دهد که از مطالعات خرده فروشی مشاهده کالا در قفسه فروشگاه و خرید در یک نگاه ۴۲ درصد، توجهیه دیگران ۲۵ درصد مشاهده تبلیغات ۱۸ درصد، دریافت نمونه های جهانی ۹ درصد و دیگر روش ها ۶ درصد فروش را باعث می‌شود.

با این وصف بسته بندی مناسب سهم بسزایی در فروش کالا دارد زیرا که معمولاً نیمی از مشتریان با مشاهده محصول در بسته بندی مناسب و جذاب به خرید می‌پردازند. در طراحی بسته بندی کالاهای صادراتی،

توجه به بازارهای مصرف، قدرت خرید مردم در این بازارها و فرهنگ و سلیقه آنها ضروری است. برای نفوذ در بازارهای رقابتی پرتقاضا، تمام عرضه‌کنندگان کالاها را مشابه به ویژگیهای بسته بندی مناسب و شکیل توجه دارند و آنان که نسبت به این امر دقت نداشته باشند از بازار خارج خواهند شد.



در سالهای اخیر با وجود پیشرفتهایی که در صنعت بسته بندی، طراحی و بسته بندی و مواد مورد استفاده در آن به وجود آمده است

اما همانطور که در بالا گفته شد هنوز بخش زیادی از کالاها صادراتی غیر نفتی کشور ما به صورت فله یا با بسته بندی نامناسب عرضه می‌شود. این گونه کالاها در کشورهای واسطه تجدید بسته بندی شده و با قیمت های بسیار بالاتر به بازارهای مصرف عرضه می‌شوند.

تولید کنندگان بخش خصوصی که نیاز به گسترش بازارهای فروش در داخل از مرزها دارند می‌بایست به طراحی بسته بندی و ارایه مناسب کالاها توجه بیشتری مبذول نمایند چرا که حتی رعایت تمام اصول بهداشتی و استانداردهای قابل قبول جهانی، بدون عرضه مناسب و شکیل کالاها، هزینه‌هایی است که برگشت آنها تضمین شده نیست. با عنایت به این مطلب که هزینه های بسته بندی کمتر از ۱۰ درصد هزینه تمام شده کالا را تشکیل می‌دهد؛ اما اهمیت فزاینده ای در فروش دارد.

مدیران تولید و بازاریابی با هماهنگی و تلاش مشترک خود و درک اصول فرهنگی بازارهای فروش می‌توانند بسته بندی‌هایی مبتکر ارایه دهند که در افزایش فروش کالا و به حداکثر رساندن سود واحد تولیدی مؤثر باشد. از آنجایی که توسعه صادرات غیر نفتی گامی در جهت

فقرزدایی و دستیابی به اقتصاد بدون نفت است و ادامه حیات اقتصادی کشور در بلند مدت را تضمین می‌کند، نقش بسته بندی در افزایش صادرات بیش از پیش اهمیت یافته و سرمایه گذاری در این زمینه ضرورت دارد.

” بسته بندی صادراتی ” یعنی زرق و برق آن بیشتر باشد. در حالی که بسته بندی صادراتی به دلایلی باید متفاوت باشد. این تفاوت دلایلی کاملاً تکنیکی و تاکتیکی دارد. زمانی که صحبت از صادرات می‌کنیم به بعد مسافتی که کالاها را صادراتی می‌بایست طی کند توجه کنیم. بنابراین دور بودن مقصد خود باعث می‌شود تغییراتی روی نوع مواد، نوع سیستم تکنولوژی و یا سیستم حمل و نقل انجام شود. یک کالا ممکن است به گونه ای طراحی شود که در صد کیلومتر اول به طرف ضعف خود را نشان دهد اما در صد کیلومتر بعدی ضعف ناشی از بسته بندی کاملاً آشکار شود. در بحث استانداردها ممکن است مقیاس وزنی فرق داشته باشد.

معرفی رعایت الزامات مهم در صادرات بسته بندی:

- ۱ - بازار
- ۱ - ۱ - اندازه، حجم، ارزش فعلی و روندهای آتی
- ۱ - ۲ - نام های تجاری و سهم آنها از بازار
- ۱ - ۳ - فصلی بودن
- ۱ - ۴ - عوامل بین المللی، ملی و منطقه‌ای
- ۱ - ۵ - توزیع: عمده فروشی و خرده‌فروشی
- ۱ - ۶ - شرح حال خریدار، مصرف کننده، کاربر نهایی و تصمیم گیرنده های خرید:
- ۱ - ۶ - ۱ - سن
- ۱ - ۶ - ۲ - جنس
- ۱ - ۶ - ۳ - گروههای اجتماعی - اقتصادی
- ۱ - ۶ - ۴ - مشخصات ویژه
- ۲ - محصول:
- ۲ - ۱ - ماهیت محصول
- ۲ - ۲ - تاریخچه
- ۲ - ۳ - سهم نام تجاری
- ۲ - ۴ - محصولات رقیب



- ۲ - ۵ - نام تجاری مورد اعتماد
- ۲ - ۶ - انگیزه خرید
- ۲ - ۷ - جایگاه فروش و جایگیری در قفسه
- ۲ - ۸ - استراتژی نگارش متن بسته
- ۲ - ۹ - ترویج و تبلیغات برنامه ریزی شده
- ۲ - ۱۰ - انتقادپذیری
- ۳ - اهداف طراحی:

- ۳ - ۱ - محصول جدید
- ۳ - ۲ - طراحی دوباره یا به روز کردن
- ۳ - ۳ - تکامل یا تحول
- ۳ - ۴ - دامنه گسترش یا یکپارچگی

ویژگیهای بسته بندی صادراتی کالا:

– مناسب بودن بسته بندی با شرایط اقلیمی کشورهای در مسیر حرکت تا بازار هدف

– بسته بندی صادراتی باید از لحاظ اندازه، شکل، رنگ، نوع، جنس، استانداردهای بازار هدف را مورد توجه قرار دهد و نیز قوانین و مقررات و موانع گوناگون را رعایت کند.

– در بسته بندی صادراتی اهمیت ارتباط آن با فرهنگ مصرف و مصرف کننده بسیار حایز اهمیت است زیرا مردم پیش از آن که کالایی را مصرف کنند یا به کیفیت توجه نمایند، با ظاهر آن کالا آشنا می‌شوند. بنابراین ارتباط ویژگیهای ظاهری با انتظارات خریداران می‌تواند در جلب مشتری بسیار مؤثر باشد.

امروزه در اروپا با وجودی که یکی از شاخص های قدرت خرید، درآمد سرانه است و قدرت خرید آنها بالاتر از کشور ما است کالاها در ابعاد و بسته بندی‌هایی کوچکتر نیز وجود دارد. آیا این به خاطر فقر یا نخریدن است؟ جواب منفی است و عواملی از جمله:

- ۱ - امنیت اقتصادی در جامعه و حضور مستمر کالا در بازارها است. بنابراین خریدار به اندازه ظرفیت و مصرف مورد نیاز خود خرید می‌کند و نیازی به انبار کردن برای مصرف آنجا وجود ندارد.
- ۲ - دلیل دیگر این است که در روند زندگی آنها مکانیزم تعارف وجود ندارد و کالاها حالت استفاده شخصی دارد.

۳ - سومین دلیل احترام نهادن به سلیقه های مختلف است و بنابراین کالاها در ابعاد گوناگون عرضه می‌شود. مثلاً در هیچ کشوری خرما را در بسته بندی های یک کیلویی نمی‌خرید بلکه در بسته بندی های ۱۰ عددی مشاهده می‌کنید.

منابع

– روزنامه کیهان - شماره ۱۸۳۳۸

– روزنامه اقتصادی ایران - شماره ۳۳۸۲

متخصصان و خبرگان بسته‌بندی بگویند

این چیست؟ و به چه دردی می‌خورد؟

لطفا درباره آن برای ما بنویسید و نوشته خود را به دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی فکس یا پست فرمایید
ممکن است جایزه هم داشته باشد!



فرایند توسعه بسته‌بندی

DEVELOPMENT PROCESS

بخش دوم

نوشته‌والتر سورکا ترجمه مهندس هاشم حبیبی

نگاهی به فرآیند توسعه بسته‌بندی

تصاویر متعددی در این بخش به کار گرفته شده‌اند تا یک مدل عمومی از فرآیند توسعه بسته‌بندی ارائه شود. دقت کنید که در این مدل اطلاعات جریان چندان منظمی از چپ به راست یا از بالا به پایین ندارد، بلکه، همواره بین بخشهای مختلف در حال جریان است و در خلال فرآیند نیز چندین بار از بخش "عملیات طراحی بسته‌بندی" عبور می‌کند و یا به سمت آن هدایت می‌شود. (در این مبحث، "عملیات طراحی بسته‌بندی" به معنی فعالیتهای عمده فنی و گرافیکی که توسط یک بخش خاص انجام می‌شود نیست بلکه در برگیرنده تمامی مراحل مشخص مهمی است که در آنها شخص یا گروهی باید توجه خود را کاملاً به وجه خاصی از بسته‌بندی نهایی معطوف نماید.)

واضح است که عملیات طراحی بسته‌بندی، به هر شکلی که باشد، به عنوان یک نقطه مرکزی شفاف‌ساز و تعیین‌کننده عمل می‌کند و یک کانال ارتباطی است که از طریق آن ایده‌ها و نظریات گردهم می‌آیند، ارزیابی می‌شوند و یک اجماع حاصل می‌شود.

تولید ایده

ایده‌های نواز منابع زیادی در داخل یا خارج از شرکت ممکن است گرفته شوند (شکل ۲۰-۱). برخی از شرکتها، واحدهای مشخصی برای توسعه محصول دارند. این واحدها به طور پیوسته فعالیت شرکت را از نظر ایده‌های نو برای محصول مرور و بر روی مفاهیم جدید محصول کار می‌کنند. پاره‌ای از پروژه‌ها ممکن است در داخل خود شرکت ایجاد شوند. برای مثال، ممکن است رشد شرکت متوقف شده باشد و مدیریت شدیداً تحت فشار باشد که یک

محصول جدید وارد بازار کند. در زیر برخی روشهایی که شرکتها از طریق آنها ایده‌های جدیدی برای محصول تولید می‌کنند آمده است:

- بسیاری از ایده‌ها، به ویژه در صنعت مد، در بخش بازاریابی یا بخش تحقیقات مربوط به مصرف‌کننده پروراند می‌شوند. مثلاً شاید بتوان یک گرایش رنگی را در محصولات آرایشی وارد کرد. موفقیت یکی از رقبا یا واکنش مصرف‌کننده در برابر یک مورد خاص می‌تواند انگیزه ایده‌های جدید را ایجاد نماید.

- آزمایشگاه‌های R & D (تحقیق و توسعه) فن‌آوریهای جدیدی را تولید می‌کنند که می‌توان از آنها برای ایجاد محصولاتی که بازار ظرفیت پذیرش آن را دارد استفاده کرد. این منبع مهمی برای ایده‌پردازی در حوزه‌های فن‌آوری است. یا به روش دیگر، می‌توان فن‌آوری و ایده‌ها را از منابع خارج از شرکت خریداری کرد.

- تامین‌کنندگان اغلب منابع خوبی برای ایده‌پردازی هستند. بیشتر تامین‌کنندگان فعالانه در تلاشند تا سهم هر چند کوچک خود را در بازار رقابتی حفظ کنند. این تلاشها گاهی به نوآوریها و امکانات جدیدی منجر می‌شود که باعث کاهش هزینه‌ها می‌گردد.

- ایده‌ها را می‌توان اغلب با مشاهده روشهایی که در صنایع دیگر یا کشورهای دیگر به کار می‌روند تولید کرد. برای مثال، آیا می‌توان از روشی که در صنعت لوازم آرایشی استفاده می‌شود برای ارتقا یک محصول خوراکی استفاده کرد؟ آیا محصول یک حوزه خاص استفاده خانگی بیشتری یافته است؟

خاستگاه ایده‌ها هر جا که باشد، مدیریت باید آنها را از نقطه‌نظر مشخصات و محدودیتهای تولید، تناسب آنها با اهداف شرکت و ظرفیتهای مالی آن مورد داوری قرار دهد. در یک حوزه پویا مثل بسته‌بندی، در هر لحظه برای هر مرحله‌ای هزاران گزینه انتخاب وجود دارد.

هر تغییر یا توسعه در بسته‌بندی باید اهداف کاملاً شفافی را دنبال کند. تغییر صرفاً برای تنوع دلیل معتبری برای تغییر یک بسته‌بندی نیست. در زیر مثالهایی از اهداف مشخص که به صورت کمی نیز بررسی شده‌اند برای یک بسته‌بندی جدید یا تغییر در یک بسته‌بندی آمده است:

- برای استقرار موفقیت‌آمیز یک محصول جدید، که موفقیت آن با اهداف فروش مشخص شناسایی شده است.

- برای احیاء دوباره یک نام تجاری (brand) فراموش شده و افزایش فروش به یک سطح مشخص

- برای ایجاد نوعی راحتی در استفاده برای مصرف‌کننده (و از آن طریق افزایش فروش)

- برای پاسخ به نگرانیهای زیست‌محیطی (داوطلبانه و یا اجباری)

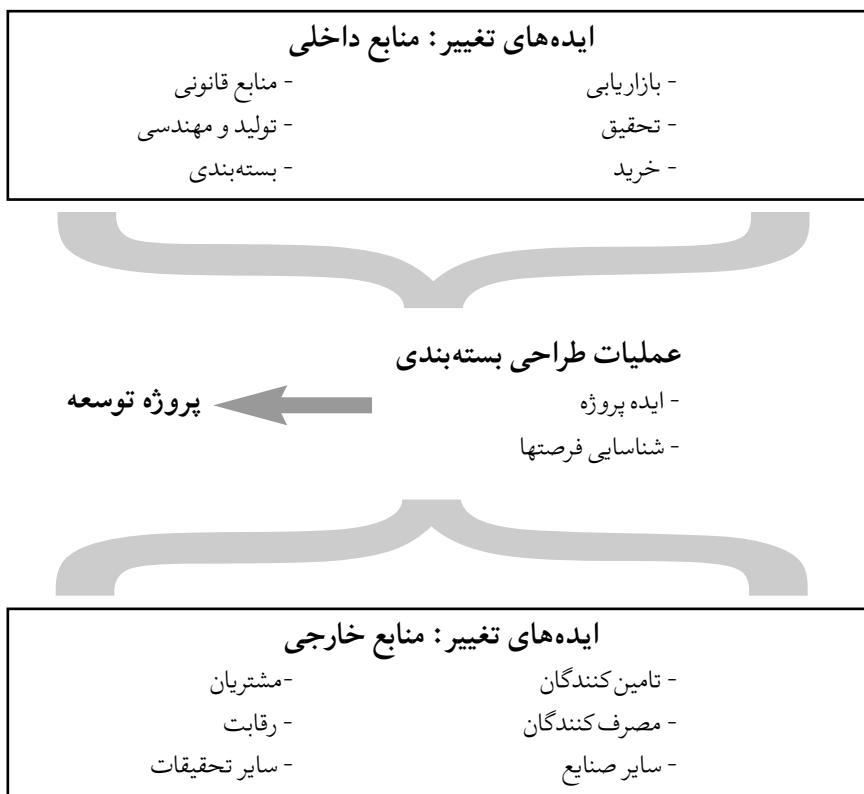
- برای استقرار مجدد یک محصول موجود در واکنش به تغییر در شرایط بازار

- برای کاهش هزینه‌ها با تغییر به بسته‌بندی و یا فرآیندهای کارآمدتر

- برای حفظ سهم بازار در واکنش به عملکرد یکی از رقبا.

البته هدف صنعت ایجاد فروش سودآور است.

هر گزینه پیشنهادی باید با توجه به اهداف اولیه مورد آزمون و بررسی قرار گیرد. تغییر و توسعه محصول به یک روش جدید مسئولیتی بسیاری مخاطره‌انگیز (ریسکی) و هزینه‌بر است. گفته می‌شود که از هر صد ایده‌که به مرحله عملیاتی می‌رسند، تنها ده ایده واقعاً به بازار عرضه می‌شوند و به دست مشتری می‌رسند. از این ده ایده نیز تنها یک یا دو ایده را می‌توان تا دو سال بعد در بازار یافت. موثرترین راه برای کاهش ریسک این است که قبلاً مشق خود را انجام داده باشیم. تحلیل بازار، مطالعات مربوط به جایگاه کالا در بازار، جلسات جمعی و تلاشهای



**تحلیل بازار،
مطالعات مربوط به جایگاه کالا
در بازار، جلسات جمعی و
تلاشهای خسته‌کننده فنی و
آزمون محصول در بازار همگی
هزینه‌بر هستند، ولی همه این
هزینه‌ها در مقایسه با هزینه عدم
موفقیت یک کالای نهایی شده
در بازار، ناچیز است.**

تدوین اطلاعات مورد نیاز برای توصیف طراحی، نمونه بارزی از نقشهای بین بخشی و بین سازمانی است که انتظار می‌رود متخصص بسته‌بندی آن را انجام دهد.

توصیف طراحی بسته‌بندی یک سند جامع است که در برگزیده پاسخهایی به مواردی از قبیل موارد زیر می‌باشد:

- بسته‌بندی اهداف خود را در چه بازاری دنبال می‌کند؟
- بسته‌بندی با چه محصولی عرضه خواهد شد؟
- بسته‌بندی به چه روشهایی تولید و ارائه می‌شود؟
- شرایط رقابتی آن چیست؟
- گروههای هدف آن کدامند؟
- چه فعالیتهای دیگری باید به طور مرتبط انجام پذیرد؟

هدف این است که تا حد ممکن حقایقی در خصوص طرح پیشنهادی بررسی و درک گردد (یک چک‌لیست برای تدوین این موارد در انتهای این مبحث آمده است).

تمامی این اطلاعات وارد سندی می‌شود که معمولاً به آن "خلاصه طراحی بسته‌بندی" می‌گویند. (به مثال انتهای این مبحث توجه

یک نمونه ساده شده است که تنها کلی‌ترین جزئیات را نشان می‌دهد. به منظور دریافت مجوزهای حقوقی، هماهنگی با منابع اجرایی مورد نیاز، فعالیتهای تبلیغاتی یا ارتقاءدهنده و غیره باید تخصیص زمان به درستی انجام گیرد. توسعه بسته‌بندی مراحل را مشابه آن چه که در شکل ۲۰-۳ نشان داده شده است دنبال خواهد کرد.

توصیف طراحی بسته‌بندی

ایده‌هایی که در مرحله اولیه پروژه تولید می‌شوند برای ایجاد یک برنامه کامل توسعه کافی نیستند. شاید اولین وظیفه مهم گستردن و کمی کردن اهداف پروژه است. وظیفه دوم ایجاد یک کاتالوگ از تمامی اطلاعات ممکن مربوط به تولید محصول جدید است.

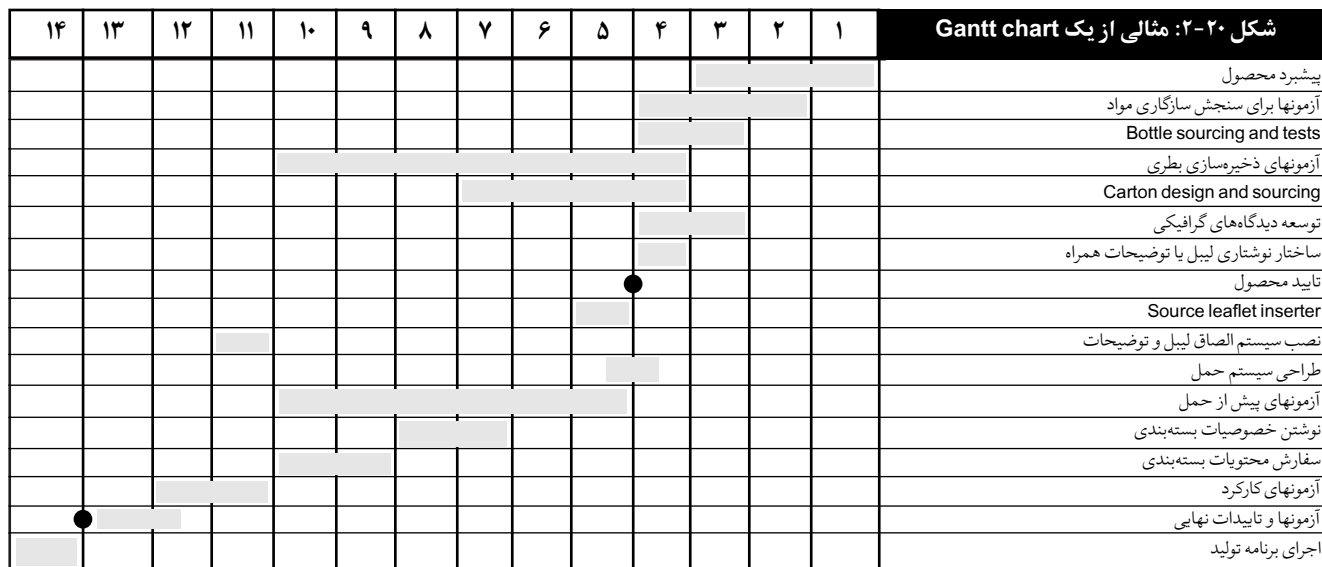
از میان تمامی بخشهای درگیر پروژه، واحدها و گروههای متعددی که تحت عنوان "توسعه اطلاعات" در شکل ۲۰-۳ و سپس به طور مفصل‌تر در شکل‌های ۲۰-۴ تا ۲۰-۷ فهرست شده‌اند، بر اساس و متناسب با تخصص و عملکرد خود اطلاعاتی را فراهم کرده و در اختیار پروژه می‌گذارند.

خسته‌کننده فنی و آزمون محصول در بازار همگی هزینه‌بر هستند، ولی همه این هزینه‌ها در مقایسه با هزینه عدم موفقیت یک کالای نهایی شده در بازار، ناچیز است.

یک پروژه جدید متشکل از "محصول و بسته‌بندی"، یک کار تیمی است که هر یک از اعضای تیم خواسته متفاوتی از بسته‌بندی آن دارد. انتظاری که مدیریت، بخش خرید، بازاریابی، فروش، تولید، توزیع، خرده‌فروشی و مشتری از بسته‌بندی دارند، بسیار با هم متفاوت است. همه این انتظارات باید مورد بحث قرار گرفته و به گونه‌ای غربال شوند که تعداد زیاد موارد جزئی و غیر مهم آنها از تعداد اندک موارد مهم جدا شوند. این تعداد اندک موارد مهم است که فرصتهای واقعی کاری هستند.

فرآیند توسعه

پس از اخذ پاسخ موافق در خصوص ایده یک پروژه، فعالیتهای برنامه توسعه، اهداف مرحله‌ای و جداول زمانی تهیه می‌شوند. نمودارهای گانت (Gantt chart) یا نمودارهای مسیر بحرانی، روشهای متداول برنامه‌ریزی و پیگیری پروژه هستند. نمودار گانت شکل ۲۰-۲



شکل ۲۰-۳: فرآیند عمومی طراحی بسته بندی

توسعه اطلاعات

بازاریابی، حقوقی، تحقیق، ساخت و مهندسی، خرید، تامین کننده، مشتری، مصرف کننده

عملیات طراحی بسته بندی

ایجاد بودجه پروژه، تهیه توصیف طراحی، تهیه طرح ریزی پروژه، مرتب سازی و تحلیل اطلاعات

توسعه و آزمون طرحهای جایگزین

جایگزین A، جایگزین B، جایگزین C، جایگزین D، مطالعه مصرف کننده، مطالعات عملکرد آزمایشگاهی، بازارهای آزمون

عملیات طراحی بسته بندی

ارزیابی جایگزینها

توصیه ها، تصمیم گیری

عملیات طراحی بسته بندی

استخراج مشخصات بسته بندی

اجرا

کنید). دستورالعمل طراحی بسته بندی اطلاعات را فهرست می کند تا اطمینان حاصل شود که تمام نیازمندیها دیده شده و تمام گستره های مجاز انتخاب شده پذیرفتنی هستند. دستورالعمل طراحی یک توصیف کامل همراه با جزئیات از اهدافی است که برای پروژه ای خاص تدوین شده و توسعه یافته اند.

خلاصه طراحی را می توان به یک برگ نوت موسیقی تشبیه کرد که در آن همخوانی و هماهنگی همه نوازندگان قابل مشاهده بوده و تضمین شده است. خلاصه طراحی سند ایستائی نیست. با تکامل پروژه، اطلاعات مربوط به خلاصه طراحی اولیه تغییر می کند و اطلاعات جدیدی ممکن است افزوده شود. نکته مهم این است که تمامی نفرات درگیر پروژه باید به روشنی اهداف پروژه و روشهای رسیدن به آنها را درک کرده باشند.

مهم است که داده هایی از تمامی افراد درگیر در پروژه گردآوری شود. این که پس از چند ماه کار فشرده طراحی دریابیم که مثلاً ماده جدید بسته بندی از نظر FDA (سازمان نظارت بر خوراک و داروی آمریکا) مورد تایید نمی باشد، بسیار هزینه بر است. داده های مربوط به تامین کنندگان در هر پروژه ای باید در اسرع وقت گردآوری شود. باید بدانیم که آیا آنها از فن آوریهای جدید آگاهند و همچنین از روشها و مهارتهایی که می تواند هزینه ها را مطابق پیش بینی و کیفیت را در بالاترین سطح ممکن حفظ کند، اطلاع دارند.

تمامی این اطلاعات در مرحله اول در دسترس نیستند. بسته به ماهیت پروژه، برای این که پتانسیل بازار و پارامترهای محصول را بهتر

شکل ۲۰-۴: طراحی بسته بندی: مسئولیتهای تحقیق فنی

مشخصات محصول	مشخصات بسته بندی	اطلاعات	عملکرد
حفاظتهای مورد نیاز	نیازمندیهای مربوط به مواد	فهرست اجرا	سعی و آزمون
مخاطرات	نیازمندیهای مربوط به آزمون	دستورالعملها	ارزیابیهای میدانی
شکلهای مورد نیاز	ذخیره سازی داده ها	ملاحظات قانونی	مخاطرات
ویژگیهای جابجایی	شرایط محیط مصرف	دولت	

شکل ۲۰-۵: طراحی بسته بندی: مسئولیتهای ساخت و مهندسی

تجهیزات	بسته بندی	نیروی انسانی	برنامه ریزی
جانمایی و چیدمان	نمونه های تولیدی	کنترل کیفیت	تامین کننده
ماشینهای جدید	مشخصات ابعادی	اپراتورهای دستگاهها	کارخانه
ظرفیت موجود	مشخصات نگهداری	نیروی جابجا کننده	فصلی
عملکرد محصول	مشخصات تحویلگیری	سواح شغلی	
روشهای تولید	بازرسیها		
اصلاحات مورد نیاز	مخاطرات کارخانه ای		
هزینه های تولید	شکل پالت بندی		
	معیارهای عدم پذیرش		

شکل ۲۰-۶: طراحی بسته بندی: مسئولیتهای بازاریابی

ایده	عوامل بازار	اطلاعات	ملاحظات قانونی	آزمون بازار
محصول:	شناسایی	دستورالعملهای استفاده	نامهای تجاری	مشتری
شکل	عادات خرید	ایمنی	نشانه های تجاری	مصرف کننده
ساختار	عرضه محصول	دریافت	پتننها	
مشخصات بسته بندی:	تجربه بازار	قیمت گذاری	وزن خالص	
نوع	رقابت	دستورالعملهای انبارش	اجزا	
اندازه واحد	عوامل فصلی		دستکاری نمایی	
مشخصات هنری	توزیع		مقاومت در برابر کودکان	
کیفی	اسقرار		عدد DIN	
مشخصات استانداردها	مشتری هدف		دولت	

شکل ۲۰-۷: طراحی بسته بندی: مسئولیتهای خرید و جابجایی

خرید	جابجایی
رابطه بین شرکت و تامین کنندگان	طبقه بندی حمل
دسترسی به مواد	نرخ حمل
جایگزینیهای بسته بندی	وزن کل (ناخالص)
جایگزینیهای گرافیکی	هزینه توزیع
برآوردهای هزینه ای	تجربه مشتری
نمونه های اولیه	مخاطرات حمل
شناسایی تامین کنندگان	کدگذاری
موافقت در خصوص ویژگیها	جابجایی دستی و انبارداری
استانداردهای کنترل کیفی	
تائیدات دولتی	
برنامه ریزی تحویل	

اندازه گیری کنیم ممکن است لازم باشد مطالعاتی بر اساس گروههای جمعیتی مصرف کننده انجام شود. گروهی که مسئول "عملکردهای طراحی بسته بندی" است این اطلاعات را برای ارائه به مدیریت گردآوری کرده و هماهنگی می نماید.

توسعه و آزمون جایگزینها

بر اساس اطلاعاتی که در توصیف طراحی بسته بندی آمده است، گروه طراحی بسته بندی ایده هایی را برای چگونگی بسته بندی محصول ایجاد می کنند. برخی از سازمانها جلسات باز اظهار ایده برگزار می کنند، که در آنها همه ایده ها، صرف نظر از امکان پذیری محلی آنها، مورد بررسی قرار می گیرد. از این ایده ها، گزینه هایی که از همه بیشتر امکان موفقیت دارند انتخاب می شوند. برخی سازمانها نیز از رهیافتهای علمی قدم به قدم منطقی و علمی استفاده می کنند. هر دو این رهیافتهای مزایای خود را دارند.

در آخر، چندین ایده امکان پذیر به دست می آید که همگی ظاهراً مناسب به نظر می رسند. برای شناسایی ایرادات و مشکلات نه چندان واضح این ایده ها، ارزیابیهای آزمایشگاهی انجام می شود. آزمونهای سازگاری محصول، مطالعات طول عمر فروشگاهی و آزمونهای شبیه سازی حمل سه نوع از مهمترین ارزیابیهای آزمایشگاهی است. در این بخش از برنامه ممکن است از عرضه محصول پیلوت (pilot؛ نمونه راهنما) و بررسیهای آزمون بازار و مصرف کننده استفاده شود. داده های مربوط به ارزیابی آزمایشگاهی اغلب در تهیه مشخصات بسته بندی بسیار سودمندند. اگر این داده ها مثبت باشند، پروژه تا مراحل نهایی پیش می رود؛ انجام توصیه ها، اخذ تصمیمات نهایی، تعیین مشخصات و اجرای طراحی. با وجود این، این احتمال نیز وجود دارد که اطلاعات حاصل از ارزیابی آزمایشگاهی پروژه را به مرحله ای عقب تر بازگرداند. در این صورت یک مجموعه کامل از جایگزینیهای بسته بندی باید شناسایی شده، توسعه یافته و مورد آزمون قرار گیرند.

بسته‌بندی کاربردی

APPLIED PACKAGING

نوشته‌والتر سورکا ترجمه مهندس هاشم حبیبی

بخش سوم

انواع تیوبهای انعطاف‌پذیر

تیوبهای انعطاف‌پذیر را می‌توان از فلز به روش ضربه-اکستروژن، از پلاستیک به روش اکستروژن و کوآکستروژن (co-extrude)، و از مواد لایه‌بندی شده ساخت. هر یک از این روشها تیوبی با خواص کاربردی متفاوت ایجاد می‌کند. این خواص در جدول ۱-۱۹ خلاصه شده است. عدم برگشت‌پذیری، یعنی قابلیت تخت ماندن تیوب پس از این که محتویات آن خارج شد. برای بسیاری از کاربردهای دارویی از خواص مهم است، در این گونه موارد مکش هوا به درون تیوبی که قسمتی از محتویات آن خارج شده ممکن است به آلودگی محصول منجر شود. خاصیت عدم برگشت‌پذیری عالی همراه با خاصیت بازدارندگی مطلق، فلزات را مناسبترین ماده برای بسیاری از کاربردهای دارویی ساخته است. تیوبهای لایه‌بندی شده (لمینیتی) که با یک لایه فویل آلومینیوم ساخته شده‌اند نیز تقریباً به خوبی فلزات چنین خواصی را از خود نشان می‌دهند. تیوبهای کوآکستروژن شده دارای لایه‌های بازدارنده برای بسیاری از کاربردهای کمتر حساس، خاصیت بازدارندگی کافی را دارند، ولی خاصیت عدم برگشت‌پذیری مناسبی ندارند. با وجود این، در مورد بسیاری از لوازم آرایشی و سایر کاربردهای عمومی، فقدان خاصیت عدم برگشت‌پذیری به عنوان یک ویژگی مثبت قلمداد می‌شود، زیرا این امر امکان

نمایش کامل مشخصات گرافیکی بسته‌بندی در طول عمر محصول را فراهم می‌آورد. بدنه تیوبهای فلزی و پلاستیکی شکل داده شده به روش افست خشک چاپ می‌شوند. یکی از محدودیتهای این روش این است که چاپ تمام رنگی (ترکیبی) در آن مشکل است (هر چند غیر ممکن نیست)؛ از این رو بیشتر تزئینات این نوع از تیوبها به چاپ خطی و رنگهای تفکیکی محدود می‌شود. تیوبهای لمینیتی در حالت تخت تحت چاپ قرار می‌گیرند، به همین دلیل، حداقل از نظر اصول کار، هر روش چاپی را می‌توان برای آنها به کار برد، مشخصاً چاپ تمام رنگی برای آنها امکان‌پذیر است. در مورد این تیوبها اغلب از روش چاپ گراور (gravure) استفاده می‌شود. (در حال حاضر چاپ فلکسوگرافی نیز در این عرصه بخوبی فعالیت می‌کند. سرویراستار)

شکل بطری

میحتی که در این بخش در خصوص شکل‌های مختلف بطری می‌آید عمدتاً با توجه به دبه‌ها و بطریهای پلاستیکی تنظیم شده است، هر چند توضیحات کلی در خصوص شکل بطری به طور یکسانی در مورد بطریهای شیشه‌ای نیز مصداق دارد.

هنگام طراحی یک بطری یا دبه، اولین ملاحظات آنکه باید در نظر گرفته شود ماهیت کالا

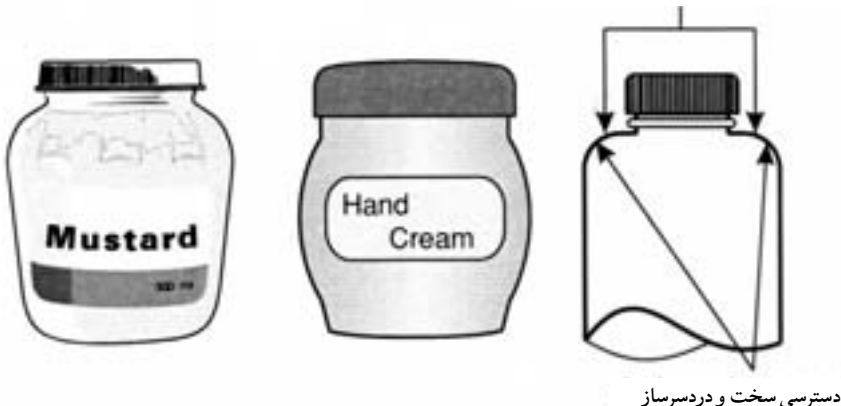
و چگونگی استفاده یا دسترس مصرف‌کننده به کالاست. در مواردی که محصول نیمه جامد است (مثل کرم آرایشی، کره بادام زمینی یا مربا) باید آن را با ابزاری از ظرف خارج ساخت. این ابزار ممکن است قاشق، کارد کره، یا در مورد کرمهای آرایشی، انگشت باشد. دسترسی راحت به محصول و برداشتن آن نیازمند این است که ظرف آن دهانه‌گشاد (جار) بوده و عمقش بیشتر از طول ابزار مورد استفاده نباشد. این ظرف باید فاقد شانه و هر گونه مشخصه شکلی باشد که فضای مرده ایجاد کرده و دسترسی به آن با ابزار سخت باشد. (شکل ۱۹-۷). ایده‌آل این است که این ظرفها دارای دیواره‌های داخلی صاف و مستقیم و بدون برش باشند. این امر تنها در صورتی قابل پیاده‌سازی است که دنده حیدیه‌های دربندی، پیرامون بخش خارجی یک سیلندر با دیواره‌های مستقیم قرار داشته باشد، که نتیجه آن دربندی است که قطر آن از ظرف بیشتر خواهد بود. به دلایل زیبایی‌شناسی، در برخی طراحیها باید سطح خارجی دربندی و دیواره ظرف کاملاً هم سطح یکدیگر باشند. یکی از راههای رسیدن به این هدف در شکل ۱۹-۸ نشان داده شده است. ظرفی که به روش تزریقی قالب‌ریزی شده است در واقع کاسه‌ای با دیواره‌های هموار برای نگهداری محصول در خود دارد. دنده‌های دربندی بر روی ظرف قرار دارند. ظرف محصول یک پوسته خارجی است

جدول ۱-۱۹: مقایسه تیوبهای انعطاف‌پذیر ساخته شده به روشهای مختلف

خاصیت	تیوبهای فلزی	پلاستیکی اکستروژن‌شده	پلاستیکی کوآکستروژن‌شده	لمینیتی
بازدارندگی	بهترین	کمترین	خوب	خیلی خوب
عدم برگشت‌پذیری	بهترین	ضعیف	ضعیف	نسبتاً خوب
روش اصلی چاپ	لت‌پرس	لت‌پرس	لت‌پرس	هر روشی
امکانات تزئینی اضافی	جلوه فلزی	بدنه تیوب رنگی	بدنه تیوب رنگی	چاپ تمام رنگی
		بدنه تیوب شفاف	بدنه تیوب شفاف	
		چاپ اسکرین	چاپ اسکرین	
		مهرزنی داغ (داغی)	مهرزنی داغ (داغی)	

شکل ۷-۱۹: دو مثال از طراحیهای خوب برای محصولات نیمه جامد. شانه‌های دارای تورفتگی یا نقش برجسته باعث به دام افتادن محصول شده و ممکن است از نظر تمیزکاری نیز مشکلاتی ایجاد کنند.

از ایجاد تزئینات برجسته بر این سطوح اجتناب کنید



که سطح هموار لازم برای همخوانی کامل با دربندی را فراهم می‌کند. در کف پوسته خارجی و بر سطح خارجی ظرف نگهداری محصول سازوکاری تعبیه شده است که با درگیر شدن در یکدیگر باعث قفل شدن ظرف درون پوسته می‌شود و از چرخیدن ظرف درون پوسته هنگامی که دربندی را می‌پیچانیم جلوگیری می‌کند.

محصولاتی غلیظی مثل شربت‌ها و سسها تا اندازه‌ای روان هستند که جریان پیدا کنند. بطری این نوع محصولات باید تا آن جایی که از نظر ظاهری پذیرفتنی است، سوراخ خروجی بزرگی داشته باشد. دیواره‌ها باید هموار بوده و فاقد شانه باشد و با شیب ملایم شبیه قیف به سوراخ خروجی منتهی شود. (شکل ۱۹-۹).

در مواردی که هزینه‌های حمل از اهمیت برخوردار است، بطری باید جمع و جور بوده و دارای کوتاهترین قسمت گلوبی باشد. هر چه قطر سوراخ خروجی بزرگتر باشد عملیات پرکنی نیز سریع‌تر و راحت‌تر انجام می‌شود. نوع طراحی گلوبی بر میزان ارتفاع قابل رویت محصول پر شده در ظرف تاثیر دارد. یک اختلاف حجم معلوم از محصول پر شده درون بطری، در بطری‌های با گلوبی باریک بیشتر خود را نشان می‌دهد تا بطری‌های با گلوبی گشاد. (شکل ۱۹-۱۰).

ویژگی‌های کلی طراحی

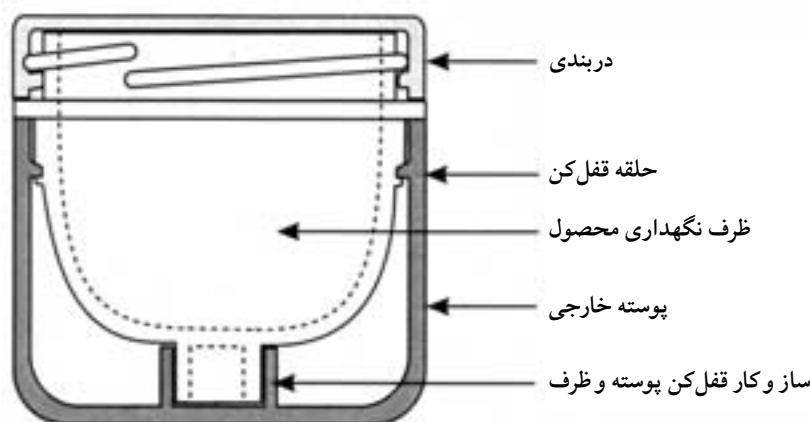
بطریها را باید با انحناهای باز و نرم طراحی کرد. گوشه‌های تیز به صورت نقاط تمرکز تنش عمل می‌کنند و باید از آنها پرهیز کرد.

بطریهای با دیواره مستقیم و صاف در مقایسه با بطریهای مشابه که دارای نقش‌ها و انحناهای محیطی یا عمودی هستند مقاومت فیزیکی کمتری دارند. حلقه‌های محیطی استحکام حلقوی بطری را افزایش می‌دهد که نتیجه آن مقاومت بیشتر بطری در برابر تغییر شکل به سمت داخل (قرشدن) یا بیرون‌زدگی دیواره (شکم کردن) می‌باشد.

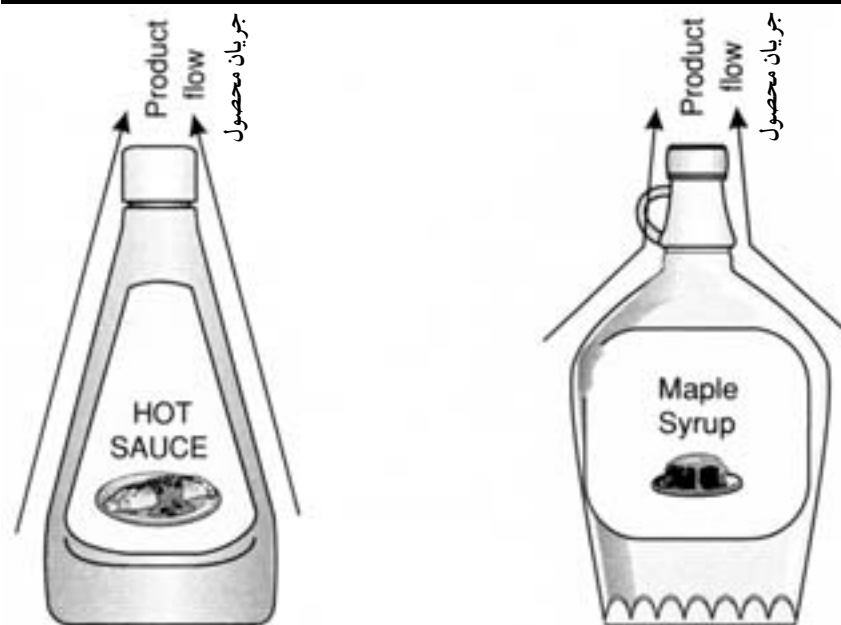
نقش‌های عمودی در وهله اول باعث افزایش قابلیت تحمل بار بطری در جهت بالا به پایین می‌شود. بسیاری از بطریها دارای نقش‌های برجسته یا تزئینی هستند که باعث بهبود خواص فیزیکی و همچنین افزایش زیبایی ظاهری آن می‌شود. (شکل ۱۹-۱۱)

قرشدگی دیواره در یک بطری دایره‌ای شکل کاملاً به چشم می‌آید؛ به همین دلیل است که از بطری‌های بیضوی و مکعب مستطیل بیشتر استفاده می‌شود. به طور مثال، بیشتر بطریهای مواد شوینده ظروف آشپزخانه بیضوی یا مکعب

شکل ۸-۱۹: یک ظرف دو تکه مواد آرایشی. این ظرف چنان طراحی شده که فصل مشترک دیواره‌های دربندی و ظرف کاملاً هموار و در یک راستا قرار گیرد.



شکل ۹-۱۹: محصولات غلیظ (دارای گرانی = Viscous) در ظرفهایی که قسمت بالایی آنها دارای شیب ملایم به شکل قیف باشند، بهتر جریان می‌یابند.

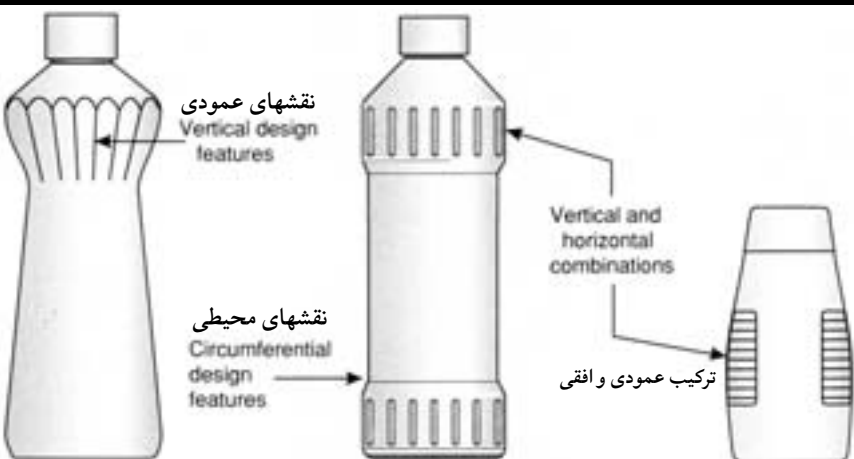


شکل ۱۹-۱۰: بطری با گلو بی بلند نیازمند ظرفهای حمل بزرگتر بوده و در نتیجه میزان بهره‌گیری موثر از فضای ماشین حمل و انبار را کاهش می‌دهد. اختلاف در سطح پر سازی محصول در بطریهای دارای گلو بی باریک بیشتر مشهود است.



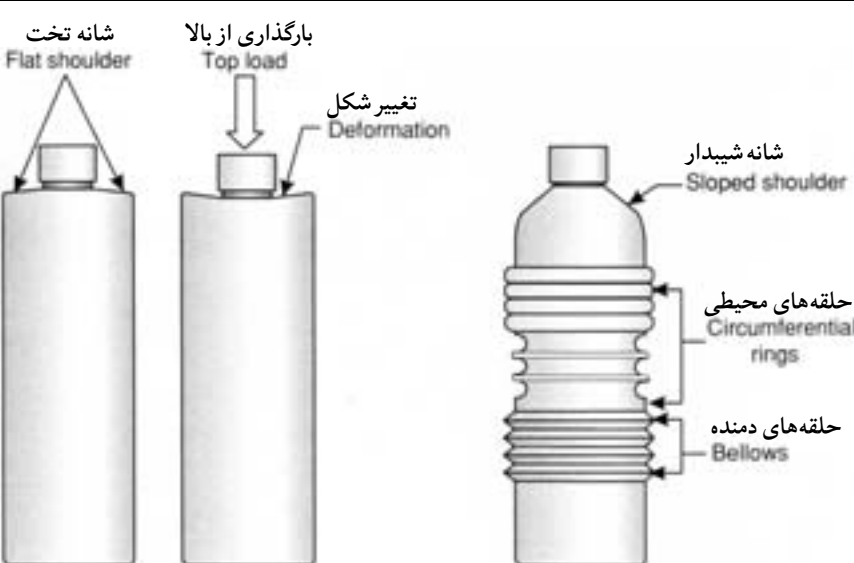
مستطیل هستند. این بطریها اغلب در قسمت میانی باریک می‌شوند تا ننگه داشتن آنها در دستان خیس و لغزنده ساده‌تر باشد. در حالی که حلقه‌ها یا شیارهای محیطی، بطری را در جهت شعاعی محکم‌تر می‌کنند، ولی آن را در جهت محور عمودی انعطاف پذیرتر یا فنری‌تر می‌کنند. این حالت فنری در صورتی که حلقه‌ها شعاع تیز داشته و عمیق باشند بیشتر می‌شود. (شکل ۱۹-۱۲). هر چه فنریت در جهت عمودی بیشتر شود، احتمال وقوع لرزشها و ارتعاشات حمل بیشتر شده که نتیجه آن می‌تواند شرایط شدید لرزش باشد. طرح‌هایی که در آنها فنریت به طور غیر عادی زیاد است باید برای بررسی پاسخ فرکانسی و تعیین فرکانسهای طبیعی با استفاده از روشهای آزمون قبل از حمل تحت آزمون قرار گیرند.

شکل ۱۱-۱۹: خطوط و نقشهای عمودی استحکام عمودی بطری را افزایش می‌دهند. در حالی که خطوط و نقشهای محیطی استحکام حلقوی را افزایش می‌دهد. ترکیب هر دو این نقشها با یکدیگر خواص فیزیکی بطری را در هر دو جهت بهبود می‌بخشد.



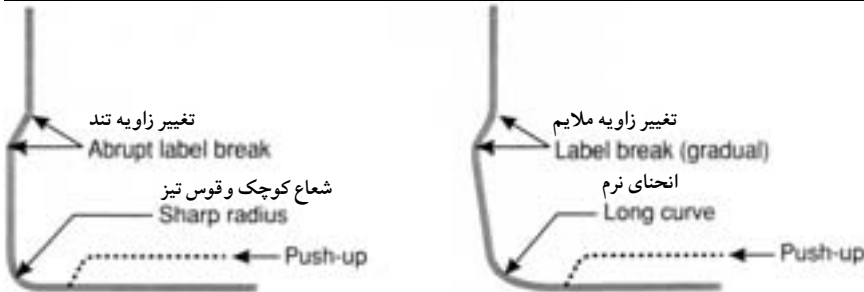
شانه‌های تخت که به قسمت انتهایی بطری منتهی می‌شوند به راحتی تغییر شکل می‌دهند (شکل ۱۹-۱۲ مثال چپ)، و تحت بارگذاری درازمدت باعث ایجاد شکستگی در محل اتصال قسمت انتهایی به شانه می‌شوند. شانه‌های با شیب ملایم و انحناهای نرم باعث توزیع بار یکنواخت می‌شوند. قسمت تحتانی (پایه) یک بطری تحت بدترین شرایط محیطی نسبت به سایر بخشهای آن قرار دارد. انحناهای نرم و شعاعهای بلند تنشهای داخلی قالبگیری را کاهش داده و شکل توزیع و استحکام ماده را بهبود می‌بخشد. به طور مشابه، (انحنای مربوط به پانل برجسب زنی نیز باید دارای فرم و با شعاع بزرگ باشند (شکل ۱۹-۱۳)).

شکل ۱۲-۱۹: بطریهای دارای شانه‌های با شیب ملایم بهتر می‌توانند بارگذاری را تحمل کنند. باید از سطوح تخت پیرامون قسمت انتهایی (دهانه) بطری اجتناب کرد. حلقه‌های محیطی (شکل راست) باعث فنری شدن بطری در جهت محور عمودی می‌شود. در چنین طراحیهایی لرزشهای حمل ممکن است مشکلاتی ایجاد کنند.

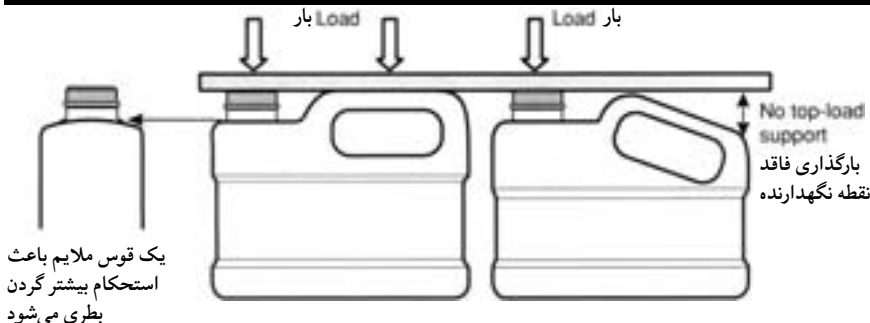


دبه‌های بزرگ دسته‌دار یک وسیله موثر و کارآمد در جابه‌جایی حجم‌های بزرگتر محصولات مایع هستند. از آن جایی که این دبه‌ها سنگین هستند، استحکام فشردگی در جهت عمودی (از بالا به پایین) در آنها بسیار مهم است. موثرترین روش دستیابی به استحکام فشردگی در جهت عمودی طراحی دبه‌هایی است که دهانه خروجی آنها در وسط بوده و دیواره‌های آنها شیب ملایم داشته باشد. ولی چنین دبه‌ای از نظر روش بیرون ریختن محتویات آن چندان مطلوب نیست. دبه‌هایی که دهانه خروجی آن خارج از مرکز قرار دارد (نوع F) متداول‌تر هستند، ولی هنگامی که روی هم چیده می‌شوند، تقریباً تمام بار بر یک طرف دبه متمرکز می‌شود. بهترین طراحی‌ها آن‌هایی هستند که دسته را در محلی قرار می‌دهند که هم‌سطح با سطح دربندی قرار می‌گیرند (شکل ۱۹-۱۴) و بدین

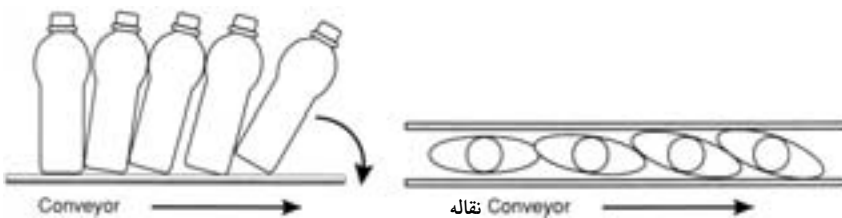
شکل ۱۹-۱۳: در پانلهای برچسب‌زنی و در محل‌هایی که تحت شرایط سخت‌تر عملکردی هستند مثل پایه بطری باید از شعاعهای بزرگ و انحناهای نرم استفاده کرد.



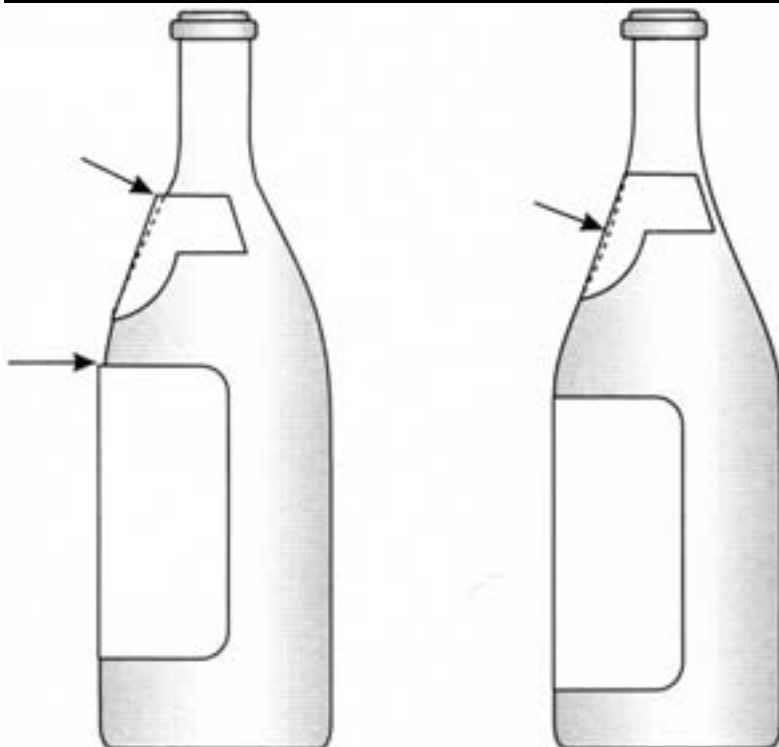
شکل ۱۹-۱۴: بیشترین میزان استحکام فشردگی در جهت عمودی را در دبه‌هایی می‌توان یافت که قادرند بار وارده را بهتر در دیواره‌های دبه توزیع کنند.



شکل ۱۹-۱۵: در طراحی‌های خوب جابه‌جایی توسط تسمه نقاله و ماشین نیز در نظر گرفته شده است. در یک طراحی ضعیف ممکن است مشکلاتی از قبیل واژگونی (چپ)، یا انحراف عرضی (راست) بطری بروز کند.



شکل ۱۹-۱۶: برچسبهای کاغذی نمی‌توانند با سطوحی که دارای انحنا در بیش از یک محور هستند هم‌خوانی سطحی پیدا کنند.



ترتیب باعث می‌شوند که بار به طور یکنواخت‌تری بر دیواره‌های بطری وارد شود.

بطری‌هایی که مرکز جرم آنها در قسمتهای پایینی بطری قرار می‌گیرد بهترین مشخصات از نظر جابه‌جایی راحتی را از خود نشان می‌دهند. بطریهایی که قسمت بالایی آنها گشادتر از قسمت پایه است هنگام انتقال بر روی تسمه‌های نقاله در مواردی که گروه بطریها از مقابل یکدیگر عبور می‌کنند مشکلاتی را در جابه‌جایی ایجاد می‌کنند. (شکل ۱۹-۱۵).

انحراف عرضی، یکی دیگر از مشکلات محتمل در مرحله جابه‌جایی است، که در مورد بطری‌های با مقطع بیضوی باریک بیشتر رخ می‌دهد. انحراف عرضی باعث روی هم افتادگی بطریها شده و موجب می‌شود که بین نرده‌های نقاله گیر کنند یا در حرکت ایجاد مشکل نمایند. قبل از اقدام به طراحی بطری باید نیازمندیهای مربوط به برچسب‌زنی را در نظر گرفت. در مواردی که سرعتهای بالا در برچسب‌زنی مهم است سطح مقطع گرد مناسب‌تر است. در مقام مقایسه، استفاده از برچسبهای three-side-wrap بر روی بطریهای با مقطع مربع در سرعتهای برچسب‌زنی بالا چندان قابل کنترل نیست.

بسیاری از برچسبهای پلاستیکی با خواص شریک ساخته می‌شوند و چنان طراحی می‌شوند که با انحناهای پیچیده نیز قابلیت هم‌خوانی داشته باشند. در حالی که، کاغذ تنها در یک محور می‌تواند انحنا پیدا کند و در نتیجه نمی‌تواند با سطوحی که در دو محور انحنا دارند هم‌خوانی یابد. برچسبی که مانند شکل ۱۹-۱۶ در شانه بطری قرار می‌گیرد تنها در صورتی به درستی عمل می‌کند که شانه یک مخروط واقعی با وجوه راست و مستقیم (بدون انحنا) باشد.

برچسبهایی که بر روی بطریهای با شانه شیبدار و بدنه مخروطی شکل قرار می‌گیرند در مرحله جابه‌جایی با سطح سایر بطری‌ها تماسی پیدا نمی‌کنند.

بطریهایی که دیواره غیر شیبدار و مستقیم دارند معمولاً دارای پانل برچسب‌زنی تو رفته هستند تا از تماس برچسبهای بطریهای هم‌جوار با یکدیگر و همچنین با دیواره جعبه کارتن در خلال مرحله جابه‌جایی جلوگیری به عمل آید. پانلهای برچسب‌زنی در بطریهای شکل‌های ۱۹-۱۰، ۱۹-۱۱، ۱۹-۱۴ نشان داده شده است. برچسبی که در موقعیتی نصب شده که در تماس مستقیم نقطه به نقطه با بطری مجاور یا ظرف حمل (کارتن) قرار می‌گیرد، در معرض آسیبهای حاصل از سایش می‌باشد.

هر نوع درپوشی را با هر نوع طراحی با این نوع قالب‌گیری تولید کرد. Gibson نهایتاً چنین می‌گوید: "ما در حال حدود ۳۰۰ واحد قالب‌گیری پرسی در سر تا سر دنیا داریم پس طبیعتاً این فرآیند را به این زودی‌ها کنار نخواهیم گذاشت."

یکی دیگر از مباحث مهم که طراحان قالب درپوش‌ها با آن مواجهند حرکت و انتقال از طراحی دو تکه به یک تکه است. گیبسون می‌افزاید: "بازار نسبت به لاینرها (liners) به شدت حساس است به خصوص تولیدکنندگان بطری برای آب که از بابت وجود لاینرهایی که باعث تغییر طعم و بوی آب می‌شود نگرانند." درب‌های یک تکه به طور عام از HDPE ساخته می‌شوند در حالی که انواع دو تکه آن جنسی از PP دارند. درب‌های دو تکه سیل اضافی دارند که در عملیاتی ثانویه درون آن قرار می‌گیرند.

کاهش هزینه‌ها همواره یک چالش بوده است و گام دوم این است که لاینرها را در مقایسه‌ای که مصرف‌کنندگان نهایی در مورد درب‌های قالب‌گیری شده انجام می‌دهند به عنوان هزینه‌ای تلقی کنیم که حاضر به پرداخت آن نیستند. درپوش‌های دو تکه در قدیم اغلب ۱۰ تا ۱۵ درصد بیش از یک تکه‌های هزینه تولید داشتند.

برای ارتقاء رقابت‌ها، West Midlands سال گذشته امکانات طراحی قالب پرسی برای درب‌های یک تکه را به گونه‌ای افزایش دادند که بخش درون درپوش بر روی دهانه بطری به عنوان سیل قرار گیرد. برندهای اختصاصی بر روی برچسب‌ها، جایی که هزینه‌ها بسیار دارای اهمیت هستند، مشتریان بسیار خوبی برای درپوش‌های PE یک تکه هستند.

هنوز هم بازار بسیار عظیمی برای درپوش‌های دو تکه وجود دارد به خصوص در کشورهای که در مناطق گرمسیر وجود دارند.

توماس واینر مدیر بازاریابی و لجستیک Alternative Systeme علاقه‌ای به افزودن دستگاه تزریقی به سیستم موجود را ندارد و می‌گوید: "ما همیشه قالب‌گیر پرسی بوده‌ایم." وی بزرگترین تولیدکنندگان آب معدنی اروپا را مشتریان خود می‌داند.

هزینه‌های پایین‌تر ابزار و تجهیزات

حسن بزرگ برای پرسی

واینر یکی از مزایای پرسی را در مقابل تزریقی کاهش هزینه‌های عملیاتی می‌داند.

قالب‌گیری پرسی و تزریقی؛ کشمکش برای تولید درپوش

منبع: Modern Plastics

بازاریابی Netstal Machinery می‌گوید: "قطعاً رقابت محسوسی را با قالب‌گیری پرسی داریم." وی در ادامه می‌افزاید: "درپوش‌ها قطعات خاصی برای ماشین‌ها هستند با چرخه زمانی بسیار کوتاه چرا که شما نیاز به صرف زمان زیادی برای بخش‌های یک بار مصرف نخواهید داشت. و البته قالب‌گیری پرسی بسیار سریع است."

کسانی که از ماشین‌آلات قالب‌گیری پرسی استفاده می‌کنند می‌گویند این فن‌آوری در طی ۲ سال اخیر پیشرفت‌های بسیار سریعی داشته است و آنها را قادر به رقابت با قالب‌گیری تزریقی در بحث طراحی و تولید درپوش‌ها کرده است. چرا که کماکان مزیت بازده تولید را دارا هستند. در میان تولیدکنندگان درپوش با قالب‌های پرسی، Alcan CSI بزرگترین آنهاست. Alcan کار بر روی فن‌آوری قالب‌گیری تزریقی را با خرید قالبی در دهه نود از کشور انگلستان آغاز کرد. Erica Gibson مدیر بازاریابی Midlands West با این نظر موافق است که شهرت قالب‌گیری پرسی به خاطر تولید بالای درپوش‌های ساده بود اما وی معتقد است که پیشرفت‌ها در کارخانه باعث شده است تا بتوان

انتخاب فن‌آوری برای تولید درب کم و بیش شبیه انتخاب کامپیوتر است:

Mac یا PC؟

پرسی یا تزریقی؟

باید گفت که هر کدام از آنها مزایای خاص خود را دارند.

مدافعان قالب‌گیری تزریقی عموماً بر این منظورشند که این قالب‌گیری باعث ایجاد دقت بیشتر در عملیات می‌شود و شاید همین موضوع آن را برای تولید درب‌هایی با کیفیت بالاتر مناسب‌تر می‌سازد. آنها البته تصدیق می‌کنند قالب‌گیری پرسی برای تولید با تیراژ بالا مناسب است اما این موضوع با عدم توانایی این نوع قالب‌گیری در انجام همه‌گونه کار و محدود شدن طراحی برای این نوع قالب‌گیری تعدیل می‌شود. برخی نیز می‌گویند قالب‌گیری تزریقی می‌تواند سریعتر از این باشد حتی اگر هم به سرعت پرسی نباشد.

با وجود مسایلی که برخی از آنها به عنوان ضعف‌های قالب‌گیری پرسی نام می‌برند، سازندگان ماشین‌های قالب‌گیری تزریقی احترام زیادی بر آن قایلند. Reto Morger مدیر

نیاز جهانی به درب و درپوش (میلیون دلار)

عنوان	۱۹۹۷	۲۰۰۲	۲۰۰۷	درصد رشد سالانه	
				۰۲/۰۷	۰۲/۰۲
درب و درپوش	۱۵/۰۸۷	۱۸/۱۹۵	۲۲/۷۵۰	۳/۸	۴/۶
امریکای شمالی	۳۹۱۵	۵۱۱۵	۶۵۸۰	۵/۵	۵/۲
اروپای غربی	۵۴۴۰	۵۹۴۰	۶۹۵۰	۱/۸	۳/۲
آسیا / پاسیفیک	۳۶۹۵	۴۶۸۰	۶۰۹۰	۴/۸	۵/۴
سایر	۲۰۳۷	۲۴۶۰	۳۱۳۰	۳/۸	۴/۹

کارخانه وی با ماشین آلات Sacmi Imola ایتالیا تجهیز شده است. تعداد کمی هستند که این تجهیزات را تولید می‌کنند. وی گفت که در زمان تاسیس کارخانه وی در اواسط دهه ۹۰ قالب‌گیری پرسی مناسب‌ترین روش برای تولید بالای درپوش‌هایی با هزینه کم بوده‌اند.

در طی قالب‌گیری پرسی یک اکسترودر مواد را به حفره‌ها (Cavities) می‌رساند این کار با چرخش سریع حول یک محور عمودی انجام می‌پذیرد. امروزه ماشین‌های قالب‌گیری تزریقی سریع‌تر و حفره‌گذاری بیشتر، تزریقی را در بازدهی و حجم تولید بسیار شبیه تجهیزات قالب‌گیری پرسی کرده است اما اگر چه بخش پرسی هزینه ابتدایی بیشتری نسبت به تزریقی دارد اما هزینه ابزارهای حفره‌گذاری مورد نیاز ممکن است بیشتر باشد. یکی دیگر از انتقاداتی که به قالب‌گیری پرسی می‌شود این است که نوارهای "شاهد دستکاری شدن" که باید در مرحله دوم تولید شوند به هزینه نهایی افزوده می‌شوند. اما واینر می‌گوید سیستم جانشین که وی در اختیار دارد در واقع کارخانه‌ای که کار ارتقاء و طراحی قالب‌های پرسی و درپوش‌ها را بر عهده دارد - روشی انحصاری را در خصوص درپوش‌های تولید شده از قالب‌گیری پرسی همراه با نوارهای "شاهد دستکاری شدن" در یک مرحله به بازار معرفی خواهد کرد.

Alternative Systeme از Saemi ۳۲ حفره مدل CCM 001 استفاده می‌کند که

تولیدکننده مدل ۶۴ حفره را با نام CCM 002 پیشنهاد داده است. خروجی نیز به ترتیب ۶۰۰ و ۱۲۰۰ درب در دقیقه خواهد بود.

اغلب فن‌آوری‌های به کار رفته در قالب‌گیری تزریقی در بحث ابزارکاری و تجهیز است و قالب‌سازان مدعی هستند که در پی ارتقاء کیفیت ماشین‌های خود هستند به نحوی که بتوانند با خروجی / حفره‌های قالب‌گیری پرسی برابری کنند. به عنوان نمونه قالب ۶۴ حفره برای تولید (Alessandria, Italy) HDPE ۲۸ میلی‌متری جهت دربندی بطری‌های آب را به بازار معرفی کرده است. بیشترین خروجی که تا به حال در ماشین‌های تزریقی تکی دیده شده است در سال ۲۰۰۳ توسط NPE ساخته شد. پس از Molding Systems Husky Injection بود که با قالب ۲×۹۶ حفره دقیقه‌ای ۱۸۰۰ درب را تولید می‌کرد. شرکت مزایای این قالب را مطابقت با بودجه خریدار، زمان چرخه مناسب، کیفیت قالب، توانایی تغییر رنگ، تعادل و هماهنگی بخش به بخش و آسانی در راهبری ذکر کرد.

Alessandro Seeni هماهنگ کننده سرویس بازاریابی در Sacmi مزایای قالب‌گیری تزریقی را این چنین عنوان می‌کند: تعویض ساده‌تر قالب، نیاز به تنها ۱۵KN برای باز و بسته کردن گیره، مصرف کمتر انرژی و توانایی انجام عملیات با مواد با درجه ذوب پایین‌تر که باعث صرف هزینه کمتری می‌شود.

صنعتگرانی همانند Alternative واحدهای قالب‌گیری پرسی خود را به ابزار شمارش و ذخیره سازی متصل می‌کنند تا بتوانند یک فرآیند و بسته‌بندی درون خطی کامل را داشته باشند.

اگر چه در حدود ۷۰٪ درب‌های تولید شده در فرآیند قالب‌گیری پرسی از جنس HDPE هستند، Sereni می‌گوید گرایشات بیشتر به سمت پلی‌پروپیلن کم هزینه به خاطر نفوذناپذیری بالا و وزن کمتر درب‌ها در حال حرکت است. علاوه بر این PP عایق حرارتی خوبی به خصوص در فرآیندهای پرکنی داغ نوشیدنی‌ها به حساب می‌آید.

پرسی، فقط در دسر

Bericap قالب‌ساز درپوش چندین سال قبل دو واحد قالب‌گیری پرسی را خریداری کرده بود و هیچ برنامه دیگری برای چنین خریدهایی ندارد. به گفته یکی از مقام‌های مسول در این شرکت که می‌خواهد نام وی مخفی بماند کارخانه بیش از ۶۰۰ ماشین قالب‌گیری تزریقی در اختیار دارد. شفافیت کمتر، بالاتر بودن هزینه سرمایه‌گذاری اولیه و هزینه‌های نگهداری مواردی هستند که همگی به خاطرشان به قالب‌های پرسی رای منفی می‌دهند. مشکلات ناشی از استمپ‌های درون حفره‌هاست. وی می‌افزاید پیشرفت‌ها در ماشین‌آلات قالب‌گیری تزریقی به گونه‌ای است که هزینه درپوش‌های قالب‌گیری شده بیشتر از نوع پرسی آن نیست.

همزمان با صنعتگرانی که در فرآیند تولید با قالب‌های پرسی تغییراتی ایجاد می‌کنند، قالب‌سازان تزریقی نیز در پی شگردهایی هستند تا درپوش‌هایی بی‌چسبی با نهایت ارزش افزوده را تولید کنند. ناظران بازار نوشیدنی‌ها بر این عقیده‌اند که بازار در حال حرکت به سوی بی‌نهایت است. Fritz Seelhofer مدیر فروش SIG allCAP می‌گوید قالب‌گیری تزریقی امکان بیشتری را برای ایجاد کاربردهای جدید در درپوش به نسبت قالب‌گیری پرسی ایجاد می‌کند.

وی درب‌های combiTwist را به عنوان نمونه مثال می‌زند و می‌گوید که مصرف‌کننده می‌تواند درب یک پاکت جدید (منظور پاکت‌های مخصوص آب میوه و شیر و ... در اندازه‌های مختلف است) را تنها با یک چرخش درب باز کند، چرخش باعث فرو رفتن لبه‌های تیز پایین درب به درون سیل پاکت و باز شدن آن می‌شود.



جای تعجیبی نیست که صنعت تولید آبمیوه سیاست‌های بسته‌بندی خود را عوض کند. در ادامه به بررسی دومین تولیدکننده آبمیوه در آلمان می‌پردازیم که چگونه در حال تغییر بسته‌بندی آبمیوه‌های خود از بطری‌های شیشه‌ای قابل بازگشت به بطری‌های PEN می‌باشد.

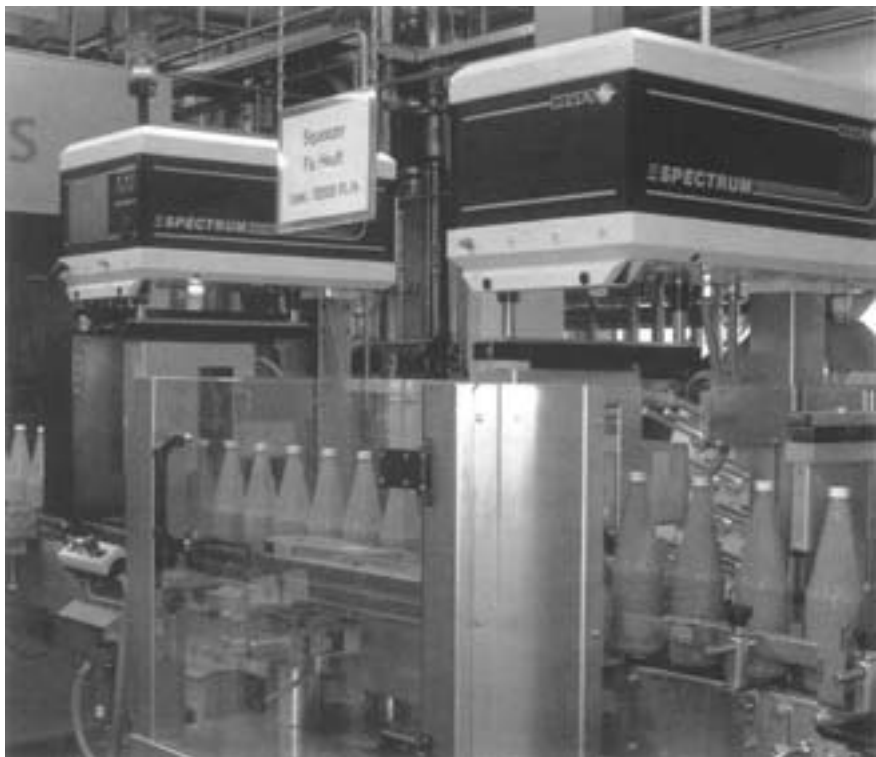
خط تولید ظروف جدید قابل بازگشت که بتواند هم ظرف پلاستیکی و هم شیشه‌ای تولید کند پتانسیلی برنامه‌ریزی شده برای آینده سیستم‌های قابل بازگشت ترکیبی است.

به عنوان نمونه می‌توان به bester's اشاره کرد. این برند دومین جایگاه را میان نوشیدنی‌های میوه‌ای بسته‌بندی شده در ظروف قابل بازگشت در آلمان داراست، با تولید روزانه ۶۰۰ هزار بطری در روز و فروش ۷۷ میلیون یورو در سال. سرمایه‌گذاری برای این خط ترکیبی شیشه و PEN در حدود ۵ میلیون یورو تخمین زده شد. از هنگامی که PET به عنوان ماده استاندارد برای تولید بطری معرفی شده است. ماده گران‌تر (PEN (naphthalate polyethylene برای تولید تعدادی از بطری‌های قابل بازگشت به کارگیری می‌شود. اگرچه مزایای خاص آن در مقایسه با PET و شیشه این ماده را برای بسته‌بندی آبمیوه‌های حساس ایده‌آل ساخته است. بطری‌ها غیر قابل شکستن و شفاف همانند PET هستند و خاصیت نفوذناپذیری آنها نیز همانند شیشه است و می‌توانند بدون هیچ مشکلی عملیات پرکنی داغ را تحمل کنند. این ظروف قابل بازگشت انتخاب خوبی برای تولیدکنندگان آبمیوه‌های است که به فرآیند اسپتیک سرد به دیده شک می‌نگرند.

جایگزینی طرح ثبت شده مشترک

طراحی بر پایه طرح مشترک VdF (موسسه تولیدکنندگان آبمیوه آلمان) و به طرز سنجیده‌ای ساده و مشابه نمونه‌های سازمانی موجود بود. تولید بطری توسط Rexam در سوئد و با قالب‌گیری دمشی انجام شد که آماده پرکنی بود. بطری‌های PEN از لایه‌های منفرد و خالص بدون هیچ‌گونه روکش دهی و بدون بو درست برعکس PET خالص ساخته شده‌اند. تخمین زده شده که هر بطری حدوداً ۱۵ بار در رفت و برگشت باشد.

تفاوت بنیادی چندانی میان PEN و شیشه در خصوص خط و روش عملکرد وجود ندارد. البته در خط‌های ترکیبی باید چند واحد مشترک و دوگانه قرار داده شود که هر کدام دقیقاً تعیین شکل و مکان شده باشند در حالی که سایرین بدون تغییر با هر دو نوع مواد کار می‌کنند. بدیهی



وسيله سنجش بطری پر شده شامل وسیله‌ای است که بطری‌های PEN را برای احتمال نشی بازرسی می‌کند و همچنین میزان فشار داخلی آن را بررسی می‌کند.

آبمیوه در لباس جدید

بطری‌های قابل بازگشت PEN به عنوان سیستم جایگزین آینده برای تولیدکنندگان آبمیوه

منبع: VR.Special Beverage



مقایسه مستقیم بطری‌های استفاده شده برای آب سیب و پرتقال از چپ به راست: PEN، شیشه، شیشه، PEN

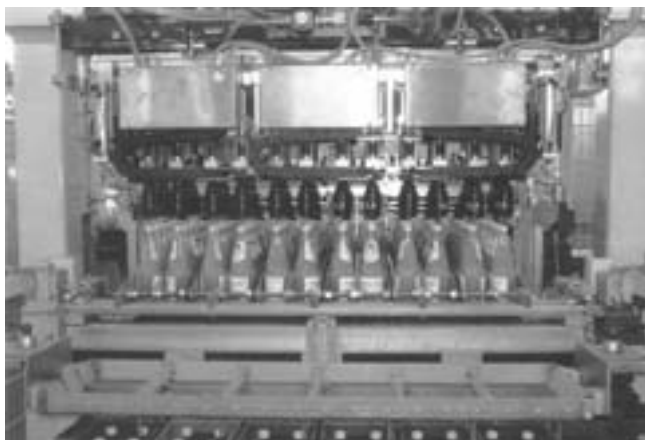


مقایسه بین
طرح قدیمی (سمت
چپ) و طرح جدید
- از مزایای جعبه
سمت راست می توان
به داشتن دستگیره و
جلوه دیداری بهتر آن
اشاره کرد.

حداقل زمان عمر آبمیوه‌های پرشده در بطری‌های PEN ۱۲ ماه خواهد بود (۹ ماه در مورد آب پرتقال).

در انتظار پیشرفت‌های بیشتر

از آن جایی که قیمت خرید بطری‌های PEN نسبتاً بالاتر است ۲۵ سنت به قیمت محصول به عنوان ودیعه افزوده می‌شود که به خاطر قیمت بطری است. آبمیوه به تنهایی به همان قیمت بسته‌بندی شده در بطری‌های کلاسیک شیشه‌ای عرضه می‌شود. چرخش کامل به سمت PEN هنوز پذیرفته نشده است. از نکاتی که هنوز سرمایه‌گذاران در پی یافتن آن هستند این است که بطری بعد از چندین بار رفت و برگشت به خط چه حالتی پیدا می‌کند.



بخش بسته‌بندی بطری با سیستم ردیف کننده در ۱۱ ردیف



بطری‌ها به بخش شستشو منتقل می‌شوند و سپس با فاصله‌ای کوتاه وارد دستگاه پرکن می‌شوند در حالی که هنوز داغ هستند.

است که شمارش از طریق وزن کمتری بطری‌ها انجام می‌شود جایی که آنها توسط حلقه گردن (دهانه) بطری آن هم در سرعت بالای دستگاه غیر قابل تفکیک هستند. تمرین اخیر مدرنیزه شدن، از برچیده شدن خط قدیمی تا پرکنی بر روی خط جدید به مورد اجرا گذاشته شد. سرعت خط اکنون به ۱۲ هزار بطری در ساعت رسیده است.

شروع کار با پیاده کردن از روی پالت

هنگامی که جعبه‌ها لایه به لایه برداشته شدند و توسط ربات‌ها در جای خود قرار گرفتند در ابتدای راه جداسازی و به صف کردن آنها در زاویه مناسب جهت حرکت در جهت مناسب قرار دارند. هنگامی شش بطری برداشته شدند جعبه به طور خودکار بازرسی می‌شوند، برگردانده شده و شسته می‌شوند و قبل از این که به بخش پرکنی برسند مجدداً به حالت اول برگشت می‌شوند پالت‌ها به نوبت به بخش آزادکن ربات دوم می‌رسند. فرآیند با خروج ظروف مشابه آغاز به کار می‌کند. درب‌ها توسط بخش درب بازکن ساخت Alcan با سرعت ۱۴ هزار بطری در دقیقه برداشته می‌شوند. این بخش می‌تواند با تغییر کوچکی در برخی قسمت‌ها از درب‌های پیچی آلومینیومی مورد استفاده برای بطری‌های شیشه‌ای به درب‌های پلاستیکی مورد استفاده در بطری‌های PEN تغییر کاربری یابد. ماشین شستشو با ظرفیت خروجی ۱۳ هزار بطری در ساعت هر دو نوع بطری شیشه‌ای و PEN را می‌شوید. بطری‌های سبک‌تر پلاستیکی در محفظه‌های مخصوص توسط قفل مکانیکی و گیره از قسمت دهانه نگهداشته می‌شوند. به جهت اطمینان از این که بطری تماماً شسته می‌شوند سیستم به طور کامل (۱۶ دقیقه) روشن باقی خواهد ماند.

پرکنی داغ: راه‌کاری نایب شده برای مدت طولانی

PEN به شرطی به عنوان ماده اصلی برای این نوع بسته‌بندی در نظر گرفته شد که بتوانند با آن همان روش‌های سنتی پرکنی داغ را پی بگیرند، پرکنی‌ای که شرکت اثرات مثبت آن را طی دهه گذشته مشاهده کرده بود. سیستمی با سرعت ۱۲ هزار بطری در ساعت که با ماشین با لوله‌های بلند و بدون فشار که با حداقل دمای مورد نیاز در پرکنی داغ یعنی ۸۵ درجه سانتی‌گراد کار می‌کند. در پایان نیز دو واحد دربندی یکی برای درب‌های آلومینیومی و دیگری برای درب‌های پیچی پلاستیکی قرار داشتند. بخش اندازه‌گیری نیتروژن در بخش دوم پایانی قرار گرفته است تا میزان نیتروژن ورودی اندازه‌گیری شده و از طرف دیگر فشار درونی نیز تا حد قابل قبولی بالا باشد. نتیجه انجام این کار جلوگیری از جمع شدن بطری‌های PEN پس از سرد شدن خواهد بود.

پس از نصب برجسب‌های چاپ شده لیزری نوبت به بررسی نهایی بطری‌های قبل از بسته‌بندی شدن در جعبه‌های قابل بازگشت می‌رسد.



بسته‌بندی پلاستیکی (شناخت، فرآیند، کاربرد و آئین نامه‌ها)

نویسنده: Hernandez / Culter / Selke

سال انتشار: ۲۰۰۴

تعداد صفحه: ۴۴۸ دلار



امروزه مواد پلاستیکی با توجه به: خصوصیات و ویژگی‌ها، تعدد پلیمرهای موجود، کاربردها و انعطاف

پذیری مواد اولیه برای بسته‌بندی نقش بسزایی پیدا کرده است. امروزه این به صورت اجباری در اکثر صنایع بسته‌بندی بعنوان مواد مؤثر انتخاب می‌شوند. نویسنده این کتاب با شرح مطالب گفته شده به چاپ دوم این کتاب اقدام کرده است و به عنوان یک منبع تأمین اطلاعات و آموزش به علاقمندان این حرفه پیشنهاد کرده است. در فصلهای مختلف این کتاب می‌توان با مواردی همچون: مواد پلاستیکی، ساختار پلیمری و شیمیایی پلاستیکها، روشهای تولید مواد پلاستیکی برای بسته‌بندی و کاربرد آنها، طراحی برای تهیه بسته‌های پلاستیکی، نحوه ساخت بسته، تست و آزمون‌های مورد نظر، مباحث کنترل کیفیت و بازرسی بسته‌های پلاستیکی، بازیافت پلاستیکها و مواد فشرده پلاستیکی آشنا شد.

سرفصل‌های این کتاب به قرار زیر است:

- مقدمه
- تعاریف / اصطلاحات / واژه‌ها
- ساختار / پلیمرها و شناخت آنها
- عمده‌ترین پلاستیکها در بسته‌بندی
- شناسایی افزودنیها و فراگیری آنها
- فیلم‌های رولی و اکستروژن
- لمینیت کردن و پوشش دادن
- بسته‌های بادی (بطری‌ها)
- بسته‌بندی‌های انعطاف پذیر
- ترموفرمینگ
- بسته‌های تزریقی

کنترل اکستروژن

نویسنده: Harris

سال انتشار: ۲۰۰۴ میلادی

تعداد صفحه: ۱۵۱ صفحه

سیستم‌های کنترل اکستروژن بسیار پیچیده، حساس و قابل کارایی بالایی هستند. مخصوصاً

زمانی که این سیستم‌ها تاکید دارند که دستگاههای اکستروژن می‌بایستی خوب از طریق مبادی نرم افزاری تعریف شده باشند تا فرمان‌های وارده را به نحو احسن اجرا

نمایند. شما در این کتاب می‌توانید به فرآیند این موضوع با توجه به سرفصل‌های زیر آشنا شوید:

- آشنایی با خط اکستروژن
- کنترل دستگاهها
- درک کلی از سیستم‌های دستگاه
- کنترل درجه حرارت
- کنترل RPM
- کنترل پلاستیکها
- کنترل نهایی محصولات
- اکستروژن تولید فیلم‌های رولی
- لوله‌ها
- سایر محصولات تولیدی به وسیله اکستروژن
- عملکردها
- آمار و ارقام

فرآیند تولید فیلم

نویسنده: Hanser

سال انتشار: ۱۹۹۹ میلادی

تعداد صفحه: ۴۳۶ صفحه

در این کتاب آورده شده که پرداخت و نظارت دقیق در تولید پلیمرها قبل از اجرای فرآیند تولید فیلم‌های پلاستیکی برای افزایش مرغوبیت فیلم‌ها بسیار مهم می‌باشد. در متن اشاره شده که با بکارگیری از دانش روز، تجهیز و تحلیل دستگاههای مناسب و با بهره‌مندی از تکنولوژی جدید است که می‌توان به قابلیت‌های مدنظر از فیلم‌های پلاستیکی برای بسته‌بندی کالاها بخصوص مواد غذایی دست یافت. در این کتاب به فصل‌های زیر پرداخته شده است:



- تایخچه فرآیند تولید فیلم و مقدمه ای بر تغییر شکل ماده با علم روز
- آنالیز کردن دای تخت
- آنالیز کردن دای مارپیچی
- سیستم‌های کنترل دای در تولید مناسب
- ضخامت فیلم با شرح آن
- شناسایی علم پلیمر و تعاملات آن برای تولید

فیلم

- شناسایی دینامیک و فیزیک فیلم‌های تولیدی تحت فشار
- ارزیابی آزمایش
- شناسایی بصری ساختار فیلم‌های تولیدی
- فیلم‌های اورینت شده
- ترموپلاستیکها
- آنالیز نظری در فرآیند تولید

تحلیل تجارت فیلم پلاستیکی در آمریکای شمالی

نویسنده: Mooney

سال انتشار: ۲۰۰۳ میلادی

تعداد صفحه: ۱۶۰ صفحه



در دنیای اقتصادی امروز فیلم‌های پلاستیکی برای بسته‌بندی، بسیار موجود می‌باشند.

این فیلم‌ها از نظر هزینه تهیه، مناسب بودن، خصوصیات و قابلیت‌های عملکردی مواد برای بسته‌بندی مواد غذایی بسیار مطلوب می‌باشند. بدین وسیله نویسنده کتاب با آوردن اهمیت و نقش پلاستیکها در صنایع بسته‌بندی دنیای امروز، خواسته است نقدی بر فیلم‌های پلاستیکی در آمریکای شمالی داشته باشد.

نویسنده در این کتاب با نگرشی کلی از مباحث فیلم‌های پلاستیکی از قبیل: مواد اولیه، کاربرد مواد اولیه در صنایع بسته‌بندی و معرفی صنایع همجوار، این که چه وقت می‌توان از محصولات (بسته‌های) فیلم‌های پلاستیکی تولید شده استفاده کرد؟ چند لایه‌ها و کامپوزیت‌ها و... توانسته با معرفی سرفصل‌های زیر به تهیه یک کتاب کاربردی بپردازد:

- فیلم‌های پلاستیکی خارج از حد مصرف در آمریکای شمالی
- حجم و آمار فیلم‌های پلاستیکی در آمریکای شمالی
- غیر اقتصادی بودن تولید محصولات فیلم‌های پلاستیکی
- معرفی فیلم‌های عمده تجاری
- استفاده رزین‌ها در پردازش فیلم‌های تولیدی
- نقش تکنولوژی در آینده برای تولید و رشد فیلم‌های تجاری
- مشخصات و آشنایی با مراکز تولید فیلم در آمریکای شمالی



در امور بسته‌بندی با ما مشورت کنید تهران پک

- توزیع کننده انواع ورقهای P.V.C جهت جعبه های طلقی و وکیومی (نماینده رسمی کره)
- فیلمهای شیرینک پک ایتالیا و تایوان (نرم و خشک) در عرضها و ضخامتهای مختلف
- توزیع کننده دستگاههای شیرینک پک در سایزهای مختلف با نشانه استاندارد CE اروپا
- نماینده استرج فیلم غذایی (محاظظ غذا) سان راپ در ایران و استرجهای صنعتی مخصوص پالت پیچ
- پلمپ درب بطری

مدیر عامل
مسعود تهرانی

آدرس: تهران - خ بهشتی (عباس آباد) - خ قائم مقام فراهانی - کوچه میرزااحسنی - پلاک ۳۱ - طبقه سوم
تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۰۹۵۲۵ . ۸۸۷۰۹۸۲۸ . ۸۸۷۰۹۶۵۷ فکس: ۸۸۷۱۵۹۵۱
www.tehranpack.com
info@tehranpack.com

صنایع کارتن نورین

تولیدکننده انواع ورق و کارتن های صادراتی ۳ لایه و ۵ لایه

تلفن: ۲۲۲۲۹۷۶۵

۲۲۲۶۳۱۷۹

فکس: ۲۲۲۶۵۸۴۷

آدرس: تهران، خیابان میرداماد، خیابان کازرون شمالی، نبش کوچه هفتم، پلاک ۲۰

E-mail: info@noorincarton.com

www.Noorincarton.com

واژه‌شناسی بسته‌بندی

این شماره: پلاستیک

فرآیند بادی اکستروژن:

ابتدا یک لوله (Parison) از میان یک قالب تزریق شده و سپس دو نیمه قالب اصلی بطری بسته می‌شوند. بسته شدن قالب اصلی به جز یک سوراخ برای تزریق هوا منجر به سیل شدن سر و ته بطری می‌شود. در مرحله بعد هوا از سوراخ مذکور تزریق شده و سبب اتساع لوله (Parison) شده و آن را به جدار قالب می‌چسباند. مواد اضافی حاصل از بسته شدن قالب به سیستم تولید و مواد اولیه بازگردانده می‌شود. مزایای این روش:

- ۱- هزینه تهیه قالب پایین و هزینه های تجهیزات و تصحیح قالب نسبتاً پایین می‌باشد.
- ۲- امکان تولید بطری های چند لایه مهیا می‌باشد.
- ۳- تولید بطری های بزرگ با این روش اقتصادی می‌باشد.
- ۴- برچسب زنی در داخل قالب امکان پذیر است.
- ۵- این روش تولید برای بطری های دسته دار و سوراخ هایی که به شکل دستگیره تعبیه می‌شوند، مناسب است.

معایب:

- ۱- در قسمت برش (بالا و انتهای بطری) ضایعات زیادی ایجاد می‌شود.
- ۲- پس از تولید محصول نیاز به عملیات تمیزکاری (Trimming) دارد.

۳- ابعاد نهایی و کیفیت محصول تولید شده ثابت نیست.

فرآیند بادی تزریقی:

در مرحله اول ابتدا سر بطری (محل درب) و یک بدنه به شکل سیگار به روش تزریق تهیه می‌شود سپس این شکل اولیه (Parison) به ایستگاه باد انتقال می‌یابد، در ایستگاه باد یک قالب به شکل بدنه بطری قرار دارد، باد از قسمت سر بطری دمیده و مواد را به دیواره قالب می‌چسباند. بطری پس از شکل گیری نهایی از قالب خارج می‌شود. مزایای این روش:

- ۱- کیفیت خوب و قابلیت کنترل ابعاد نهایی بطری
- ۲- قابلیت کنترل و طراحی قسمتهای داخلی سر بطری
- ۳- برای ظروف با ابعاد کوچکتر و حجم تولید زیاد اقتصادی تر می‌باشد.
- ۴- با توجه به وجود مسیر گرم در مسیر تزریق ضایعات تولید نمی‌شود.

۵- از پلی اتیلن ترناتلات (PET) نیز می‌توان در این فرآیند استفاده کرد.

۶- ظروف تولید شده به این روش فاقد محلهای برش و قیچی در انتها و دم بطری هستند. این محلها و اثر این برشها در بطری سبب ایجاد نقاط ضعیف شده و منجر به

افزایش ریسک در آزمایش سقوط بطری (test drop) و ترک تنشی می‌شود.

معایب این روش:

- ۱- نیاز به تهیه قالب برای تزریق سبب افزایش هزینه و افزایش زمان آماده سازی می‌شود.
- ۲- غالباً با این روش برچسب زنی در درون قالب و ساخت بطری با دستگیره های سوراخ دار میسر نمی‌باشد.
- ۳- این روش برای تولید ظروف بزرگ یا ظروف نیازمند به دمش زیاد مناسب نیست.

فرآیند بادی کششی:

روش بادی کششی با روش بادی تزریقی اختلافاتی دارد. در این روش لوله اولیه تولید شده که همان (Parison) می‌باشد گرم شده و با یک میله که در انتها قرار می‌گیرد قبل از دمش کشیده می‌شود. مزایای این روش:

- ۱- مقاومت خوب بطری به ضربه و استحکام در درجه حرارت های پایین.
- ۲- شفافیت بالا (transparency)، صافی سطح خوب، سختی بالا و مقاومت خوب نسبت به عبور گازها.
- ۳- این ظروف برای محصولات و مواد تحت فشار نظیر نوشیدنی های گازدار مناسب می‌باشند.

۴- موادی نظیر PET (پلی اتیلن ترفتالات) که در این روش می‌توانند استفاده شوند مقاومت بسیار بالایی به عبور گاز اکسیژن و پر کردن محصولات در حالت گرم (نظیر آب میوه پاستوریزه شده ...) دارند (نسبت به موادی نظیر PET).

استفاده مجدد (Reuse):

بطری های چند بار مصرف نیاز به مقاومت بیشتر به منظور تحمل فرآیند بازگشت، شستشو و پر کردن مجدد دارند. مقاومت بیشتر ضرورت استفاده از مواد بیشتر در ساخت بطری را تحمیل می‌کند که این میزان حدود دو برابر بطری های یکبار مصرف (با مواد یکسان) برآورد می‌گردد. بسیاری از بطری های تولید شده به صورت مجدد توسط خریداران کالا و بدون آن که فرآیند بازگشت کارخانه اولیه را طی کنند، استفاده می‌شوند. بسته بندی پلاستیکی چند بار مصرف که قابلیت پر کردن مجدد را دارند را با حداقل زوائد تجملی و مواد مورد نیاز و یا اصولاً از مواد سبک تر که به راحتی مواد یا زنجیرهای پلیمر آنها قابلیت شکستن (Crushable) در محیط را دارند، تهیه می‌کنند.

قابلیت بازیافت (Recyclable):

اگر چه در آینده نزدیک درصد عمده ای از بطری ها واقعا بازیافت خواهند شد ولی این جمله به معنای خیلی زیاد نیست، درصد محدودی از بطری هایی که بازیافت می‌شوند برای سایر مصارف قابل استفاده می‌باشند. این درصد اغلب شامل بطری های ساخته شده از مواد PET و هموپلیمر HDPE می‌باشند. برخی از

ظروف ساخته شده از مواد کویلیمری نیز قابلیت بازیافت دارند.

بازیافت (Recycle):

هزینه جمع آوری، جداسازی و پاکیزه سازی برخی از مواد پلاستیکی نظیر HDPE سبب می‌شود که قیمت مواد بازیافتی (با کیفیت خوب) قیمت مواد اولیه تازه گران تر باشد، این مسأله در آینده با افزایش قیمت مواد تازه ممکن است تغییر یابد، مواد بازیافت شده به دلیل غیر قابل کنترل بودن رنگ آنها، اغلب در لایه وسط بطری های چند لایه استفاده می‌شوند. در بسته بندی اولیه مواد غذایی و داروها استفاده از مواد بازیافتی پلاستیکی در تماس مستقیم با داروها یا ماده غذایی مجاز نمی‌باشد.

سوزاندن و تبدیل مواد به انرژی

(Conversion Incineration) (noitarenicn):

پلاستیکها وقتی می‌سوزند حرارت تولید می‌کنند. در طی فرآیند سوختن، انرژی حرارتی ایجاد شده می‌تواند به سایر انواع انرژی تبدیل شود. وجود فلزات سنگین نظیر سرب یا کادمیوم که در بسیاری از مواد رنگی وجود دارد، سبب باقی ماندن پس مانده مواد سمی می‌شود. در برخی از کشورها استفاده از این مواد طی سالهای اخیر ممنوع شده است. کوره های سوخت قدیمی برای مواد حاوی کلراید (نظیر CVP) مشکل آفرین هستند.

مقاومت خمشی (Stiffness Bending):

مقاومت خمشی به میزان مقاومت یک فیلم یا لامینیت در برابر انعطاف پذیری اطلاق می‌شود که به سختی ذاتی مواد و ضخامت آن بستگی دارد. در فیلم های تک لایه مقاومت خمشی با مدول کششی در مکعب ضخامت متناسب است.

کیسه های قابل انعطاف:

کیسه های قابل انعطاف به انواع کیسه هایی اطلاق می‌شود که از مواد قابل انعطاف مناسب تهیه شده و در اشکال مختلف مثل کیسه، پاکت و نظایر آن با حفاظ خارجی و یا بدون آن ساخته می‌شوند.

ترموفرمینگ:

در فرآیند ترموفرمینگ، یک ورق پایه به صورت یک ظرف ترموفرم می‌شود. ظرف را با محلول پر می‌کنند، و سرانجام سر ظرف با غشایی قابل انعطاف سیل می‌شود. غشا معمولاً روی قاعده ظرف سیل حرارتی می‌گردد. این فرآیند را می‌توان در شرایط ضد عفونی (اسپتیک) نیز به کار برد. شرایط ضد عفونی ورقه پایه و غشاهای در پوش بلافاصله پیش از شکل دهی و پرکنی، از پراکسید هیدروژن اشعه یا گرما عبور می‌کنند. عمل پرکردن نیز باید در هوای استریل انجام شود.

اگر روی ورقه پایه فیلمی محافظ قرار دهیم و غشای درپوش را درست پیش از شکل دهی حرکت دهیم طوری که سطوح شکل دهنده درون ظرف در شرایط استریل باقی بمانند از استریلیزه شیمیایی استفاده نکنیم.

جوشکاری با حلال (Solvent Welding):

روشی از جوشکاری که سطوح مورد نظر در آن با استفاده از یک حلال نرم می‌شوند.

سیل القایی (Induction Sealing):

این روش بیشتر برای سیل در بطری های پلاستیکی به کار می‌رود. در این متد جریان الکتریسیته متناوب، حرارت فلزی فویل آلومینیوم را که بین دو سطح قرار گرفته، بالا می‌برد. جریان متناوب، فویل آلومینیوم را تحریک کرده و آن را گرم می‌کند. این فویل گرم به راحتی در بطری های پلی اتیلن را مسدود می‌نماید. برای بطری های پلاستیکی از جنس های غیر از پلی اتیلن، پوشاندن فویل آلومینیوم با قشر نازکی از یک ماده‌ی ترموپلاستیک مناسب، ضروری می‌باشد.

سیل تابشی (Selling Radiant):

یک روش پیشرفته است و برای سیل مواد و فیلم هایی که سیل آنها بسیار مشکل بوده یا بدون پوشش (پوشش سیل حرارتی) عملی نمی‌باشد، به کار می‌رود. فیلم پلی استر (Polyster) و بسیاری از پلی اولفین های غیر منسوج (Non Woven Polyolefin) با این روش سیل می‌گردند. از فیلم های معروف می‌توان به یک پلی اولفین غیر منسوج با نام تجاری (Tyvek)، پلی استر غیر منسوج با نام تجاری (Reemay) که در فیلترها کاربرد دارد، پلی پروپیلن (Polypropylene) غیر منسوج و... اشاره نمود. همچنین این روش برای فیلم های ارینت شده پلی پروپیلن، پلی اتیلن و پلی استر بسیار مناسب می‌باشد. کیسه های پلی استر ارینت شده (OPET) که برای نگهداری اسناد و مدارک مهم استفاده می‌شوند نیاز به سیل تابشی دارند. این روش برای سیل های ممتد و طولانی و با استفاده از رول های اتصال گوشه و با سرعت بالا نیز به کار می‌رود.

سیل با محلول (Solvent Sealing):

این روش در جایی استفاده می‌شود که شکل بسته اجازه‌ی سیل حرارتی را به آن نمی‌دهد یا در زمانی که ممکن است در اثر سیل حرارتی بسته آسیب ببیند. بسیاری از مواد بسته بندی نسبت به سیل حرارتی پاسخ مناسبی نمی‌دهند که این روش ممکن است در این شرایط نیز کاربرد داشته باشد. محلول سطوح را تا حدی در خود حل نموده و آنها را چسبناک می‌کند، سپس این سطوح به روی هم فشرده شده و اتصال پدید می‌آید. مثال بارز این نوع سیل در ظروف سخت

ساخته شده از آکرلیک ها یا پلی استایرن به چشم می‌خورد.

سیل باز شو (Peeladle Seal):

اگر سیلی مدنظر باشد که قابلیت باز شدن را داشته باشد، سیل باز شو گویند.

جوشکاری چرخشی (Spin Welding):

نوعی جوشکاری اصطکاکی که در آن گرمای اصطکاک توسط چرخش سریع اجزایی است که در طی برخورد به یکدیگر متصل هستند. این روند برای اتصال بخش های استوانه ای شکل بسیار مناسب است.

جوشکاری درزی (Seam Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری فشاری که در آن یک درز جوش خورده پیوسته تشکیل می‌شود. در این محل سطوح مورد نظر توسط گرمای حاصل از یک میدان فرکانس بالا با انتقال گرما از میله ها یا غلتک های گرم شده نرم می‌شوند. فشار وارد آمده توسط غلطک ها ممکن است مداوم یا مثل جوشکاری بخیه ای (Stitch) تدریجی باشد.

جوشکاری با امواج ماورای صوت (Ultrasonic Welding):

نوعی جوشکاری اصطکاکی که در آن گرمای اصطکاک در سطح مشترک در اثر ارتعاش فراصوتی حاصل می‌شود.

جوشکاری شعله ای (Flame Welding):

نوعی جوشکاری لب به لب (Edge Welding) که در آن با استفاده از یک شعله متمرکز ماده ترموپلاستیک را گرم می‌کنند و سپس تحت فشار غلطک هایی سرد می‌کنند. این فرآیند برای فیلم های ترموپلاستیک با نقطه ذوب معین، مثل پلی اولفین ها به کار می‌رود.

جوشکاری با دانه مذاب (Hoten Bead Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری که در آن ماده‌ی ترموپلاستیک در محل اتصال با انتقال گرما از یک دانه اکستروژن شده روی سطوح هم پوشش (Over Lapping) شده ذوب می‌شود.

جوشکاری چسبی الکترومغناطیسی (Welding Electromagnetic Adhesive):

این فرآیند گونه ای از جوشکاری القایی به شمار می‌رود که در آن به جای رسانای الکتریکی از یک ترموپلاستیک یا چسب گرما نرم (هات ملت) استفاده می‌شود که پر از ذرات رسانا است.

جوشکاری القایی (Induction Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری که سطوح مورد نظر در آن توسط گرمای انتقال یافته از رسانای الکتریکی قرار داده شده در ترموپلاستیک، نرم یا ذوب می‌شوند. رسانا با جریان القاء شده توسط یک میدان مغناطیسی دیگر گرم می‌شود.

جوشکاری با تحریک آئی (eldingpulse Wim):

نوعی فرآیند جوشکاری که در آن سطوح مورد نظر سریعاً تحت گرما و پس از آن سرما قرار می‌گیرند، این دو سطح در تمام مدت تحت فشار قرار دارند.

جوشکاری سیم داغ (Hot Wire Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری که در آن از یک سیم داغ شده برای جوش استفاده می‌کنند و در همان زمان فیلم های ساخته شده از ماده‌ی پلاستیکی را که اغلب از پلی اولفین ها هستند، از یکدیگر جدا می‌کنند (برش می‌زنند).

جوشکاری بوت (Butt Welding):

جوشکاری با ابزار گرم شده همراه فشار، در این فرآیند سطوحی که باید به هم متصل شوند با اتصال به ابزار فلزی گرم شده، گرم می‌شوند. ترموپلاستیک های نرم شده به سرعت بهم نزدیک می‌شوند و تحت فشاری روی هم قرار می‌گیرند.

جوشکاری با گاز گرم (Hot Gas Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری که سطوح مورد نظر در آن توسط جت هوا یا گاز بی اثر و گرم حاصل از مشعل نرم می‌شوند.

جوشکاری با فرکانس بالا (High Frequency Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری فشاری که سطوح مورد نظر در آن توسط گرمای حاصل از میدان فرکانس بالا، نرم می‌شوند.

جوشکاری با ابزار گرم شده (Heated Tool Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری فشاری که سطوح مورد نظر با انتقال، پرتوده‌ی گرمای حاصل از ابزار گرم شده نرم می‌شود.

جوشکاری اصطکاکی (Friction Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری فشاری که سطوح مورد نظر با گرمای حاصل از اصطکاک نرم می‌شوند.

جوشکاری فشاری (Pressure Welding):

نوعی فرآیند جوشکاری که جوش در آن با فشار بی وقفه انجام شود و سطوح مورد نظر در شرایط نرم شده قرار داشته باشند.

قالب ریزی بادی اکستروژن (Extrusion Blow Moulding):

فرآیند قالب ریزی بادی اکستروژن برای ساخت مناسب است که در شکلها و ظرفیت های مختلف (از چند میلی لیتر تا چند صد لیتر) موجودند. گردن ظروف (Neck) می‌تواند فرم دار، کج و یا با دسته (دستگیره) نیز تولید گردد.



برچسب ها از سال ۱۹۹۳ به بعد در دستور کار استاندارد نظامی ایالات متحده قرار داشت و هدف از تهیه چنین برچسب هایی جهت حفظ سلامت سربازان در موقع مصرف مواد غذایی در جنگ ها و مانورهای نظامی، تعیین مقدار مدت نگهداری از نظر زمان صرف شده و کاهش هزینه های جاری نگهداری بود. البته سیستم طوری طراحی شده بود که فقط با تغییر رنگ از دو وضعیت سفید توخالی به توری مشکی می توان به تغییر کیفیت محصول و نامرغوب بودن مواد غذایی از حیث مدت زمان نگهداری تحت شرایط درجه حرارت با توجه به شرایط زیر پی برد.

- برای مدت یک ساعت، تحت درجه حرارت ۸۰° درجه فارنهایت
- برای مدت ۶ ماه، تحت درجه حرارت ۱۰۰°

The screenshot shows the website for Interstate Products, Inc. The main heading is 'Spill Containment Berms'. Below it, there is a list of products: 'Spill Berms', 'Spill Mats', and 'Spill Mats'. The text describes the products as being used for oil, fuel, and chemical spill containment. It also mentions that the products are made of polypropylene and are resistant to most acids, alkalis, and solvents. The website also features a 'Spill Kits' section and a 'Contact Us' button.

کیسه های انعطاف پذیر، بشکه های پلاستیکی

شرکت Interstate از جمله شرکتهای بزرگ تولید کننده بسته های ذخیره مایعات خوراکی و سوختی از حجم چند لیتر تا چند هزار لیتر می باشد. شما در این سایت با انواع این نوع محصولات با نام های: کیسه های انعطاف پذیر، بشکه های پلاستیکی، پالت های مخصوص (با کف ضربه گیر) و مخزن های مقاوم حمل مایعات آشنا می شوید. از جمله نکات مهم تنوع تولید برحسب حجم و کاربری هایی است که هر کدام از محصولات نام برده در سایزهای مختلف دارند. مخازن تولیدی دارای قدرت نگهداری در شرایط عادی و سخت، ایمنی بالا، مقاوم در برابر رانش، قابلیت حمل مایعات خوراکی، شیمیایی، روغن و مواد سوختی هستند. در زیر به معرفی یک نوع از محصولات این شرکت پرداخته شده است:



کیسه های انعطاف پذیر:

بسته های انعطاف پذیر طوری طراحی شده اند که یک تانکر ۱۰۰۰ لیتری را می توان در فضای معادل ۰/۴۵ متر مکعب جاسازی نمود. این محصولات را که برای استفاده زمینی طراحی شده اند، می توان به راحتی از

www.com

ره آورد سایت های بسته بندی

The screenshot shows the website for NIPHE (National Institute of Packaging Handling and Logistics Engineering). The main heading is 'Coming Soon... NIPHE's Training Conference'. Below it, there is a date 'June 5-6, 2006' and a location 'Comfort Inn BW Airport'. The website also features a 'Reservations' section with a phone number '410-789-9100'. The website also includes a 'Menu' section with links to 'About NIPHE', 'NIPHE's Mission', 'NIPHE's Services', 'NIPHE's Products', 'NIPHE's Members', and 'NIPHE's Contact Us'.

برچسب های نمایش مقدار درجه حرارت

جدیداً برچسب هایی به بازار فروشگاههای فروش ماهی عرضه شده است که می توان با تغییر رنگ برچسب ها (محل تعبیه شده) به مرغوبیت ماهی (عدم فسادپذیری بودن) آن پی برد. این برچسب ها مجهز به سنسورهای با استحکام بالا هستند که وظیفه عمده ای را برای برچسب ها فراهم می کنند که عبارتند از:

۱ - شاخص تعیین اندازه محدوده درجه حرارتی است که ماهی در آن محدوده درجه حرارت نگهداری و حمل می شود.

۲ - تغییر رنگ از حالت زرد به رنگ گلی در محل از پیش تعبیه شده

Time Temperature Label

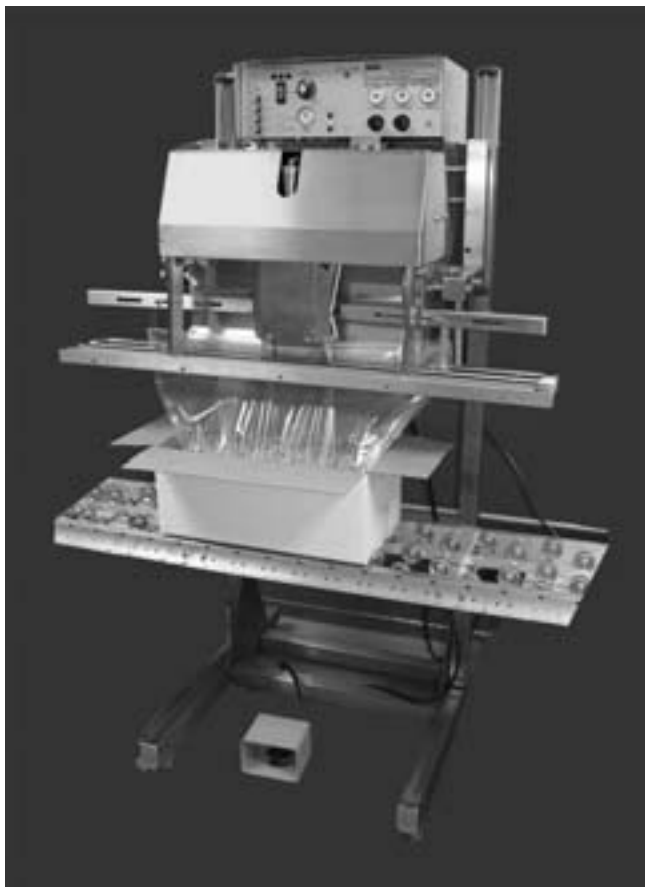


است که نشانه هشدار برای مصرف کننده است که این ماهی فاقد سلامت و کیفیت مطلوب می باشد.

در ابتدای تولید این گونه برچسب ها، معیار فقط برحسب درجه حرارت پی ریزی شده بود ولی امروزه بر اساس حواس پنجگانه این برچسب ها با تغییر رنگ در محل های تعبیه شده نیز می توانند به مصرف کننده پیغام

مطلوبیت را انتقال دهند. با این برچسب ها می توان تشخیص داد که محصول بسته بندی شده کجا نگهداری شده و تحت چه شرایطی قرار داشته است با این برچسب ها می توان تشخیص داد که محصول در صورت عدم داشتن ضوابط نگهداری و فاسد شدن لحظه ای در چه وضعیتی قرار داشته و مسایل پنهان عدم صلاحیت شرکت یا افراد نگهداری کننده افشاء می شود. البته این برچسب ها امروزه بیشتر در بخش مواد غذایی فرآورده های شیلاتی مورد استقبال قرار گرفته و به همین دلیل این برچسب ها توانایی دارند تا نگهداری محصول را تا ۳۵ درجه فارنهایت اطلاع رسانی کنند.

البته جا دارد که به اطلاع خوانندگان عزیز رسانده شود که این نوع از



محلی به محل دیگر منتقل کرد و مورد استفاده قرار داد. به طور مثال تانکری را می توان به ظرفیت ۴۰/۰۰۰ لیتر که در حالت در بسته به اندازه یک بشکه ۱۹۰ لیتری استاندارد در می آید به راحتی از درب ورودی ۱۲۰ سانتی عبور داد و در داخل زیر زمین یا اتاق های دور از دسترس مورد استفاده قرار داد. از جمله ویژگیهای بارز این گونه از کیسه ها عبارتند از:

- سبک بودن
 - راه اندازی آسان
 - قابلیت حمل با خطوط مختلف حمل و نقل
 - قابلیت نصب شیرهای خروج محصول از داخل کیسه در نقاط مختلف
 - طول عمر نگهداری بالا
 - نفوذ ناپذیری بالا
 - بهداشتی بودن
 - قابل تهیه در سایزهای مختلف
 - قابلیت مخفی بودن
 - مقاوم در برابر اجسام برنده و تیز
- شما با دیدن هر کدام از محصولات این شرکت می توانید با خصوصیات، ویژگیها، ابعاد و قابلیت های آنها آشنا شوید.

WWW.Interstat Products.com



دستگاه بسته بندی به طریق map

شرکت ماشین سازی گروپ دستگاهی برای بسته بندی ساخته است که مورد توجه قرار گرفته است. این دستگاه فقط برای بسته بندی به طریق کیسه های پلیمری که با عمل وکیوم و سیل در بندی شده و در جعبه های تکمیلی قرار می گیرند، مناسب است و به راحتی حمل و جابجا می شوند. این ماشین به نحوی طراحی شده که به راحتی قابل تنظیم برای جعبه های تکمیلی می باشد.

این دستگاه خاص بسته بندی به طریق map (phere packaging)

modified atmos) بوده و از این نوع بسته بندی می توان محصولات گوناگون را در دراز مدت نگهداری کرد. از خصوصیات این دستگاه قابلیت ساخت به صورت دو یا سه منظوره برای بسته بندی محصولات مختلف می باشد.

از خصوصیات استاندارد این دستگاه می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- پهنای سیل ۵/۱۶ اینچ (دهانه المنت های حرارت دهنده برای دوخت کیسه های پلیمری)

- برای کنترل قاب به دور بسته توسط معیارهای تعریف شده، می توان درجه بندی را تنظیم کرد تا در هنگام سیل کردن دو طرف المینت حرارتی برای کلیه بسته ها محدودیتی نداشته باشد.

- با حجم و قدرت ۳/۴ وات (تلمبه عمل وکیوم و تخلیه هوا را به سرعت انجام می دهد)

- دور قاب دستگاه برای تنظیم جعبه های تکمیلی به اندازه ۵۸ تا ۳۸ اینچ قابلیت تنظیم را دارا می باشند.

- پدال تنظیم برای حرکت دستگاه (کنترل و تنظیم انقباض یا انبساط) طراحی شده است.

- قابلیت جابجایی با چرخ های قابل انتقال

- عملیات دستگاه به صورت سیار

- دهانه سیل بین ۴۸ - ۳۸ اینچ بوده و قابل تغییر است.

البته این شرکت محصولات و ماشین آلاتی نظیر پُرکن، سیل کن، سینی های قابل سیل به روش Map، دستگاه های وکیوم، بسته های اسکین، شریک رپ و... را نیز جزء فعالیت های خود دارد. همچنین شما می توانید با پُرکردن پرسشنامه ای در این سایت با توجه به اعلام نیاز و مشخصه های مورد نظر به دستگاه مورد نظرتان دسترسی داشته باشید.

www.audion packaging group.com



معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی

تهیه کننده: ر.م.الف

Characteristics of Packaging Material

D1596 _ 97 (2003)

ASTM 2006

در این استاندارد مشخصات حاصله از تست و آزمون مربوط به لرزشهای دینامیک و ضربات اشیاء نوک تیز به مواد اولیه بسته بندی پرداخته شده است. این استاندارد با توجه به نیازمندی که شما از انتخاب نوع مواد اولیه برای بسته بندی کالا دارید، می تواند به روشهای تست و دسترسی به نقاط مثبت انتخاب از بسته آشنا سازد تا بسته ها در هنگام حمل، جابجایی کالا، ذخیره سازی دراز مدت، حمل در شرایط دریایی و هوایی، دچار مشکل و خسارت نگردد.

6-Standard Practice for Conditioning Containers, Packaging or

Packaging Components for Testing

D4332 _ 91,1

ASTM 2006

این استاندارد بسته بندی نگاهی دارد به حمل کانتینرهای مناسب بسته ها یا بسته بندی که تست های مختلف و رایج را تحمل می کند و در آن مشخصات و ویژگیهایی که بسته ها بعد از تست های تعیین شده بایستی داشته باشند، می پردازد. شرایطی که بایستی در محیط استفاده از وسایل و تجهیزات تست فراهم گردد تا در حداکثر کیفیت پاسخگویی آزمون ها کمک شود.

7-Standard Specification for Standard Atmospheres for Conditioning and Testing Flexible Barrier Materials

E171 _ 94 (2002)

ASTM 2006

این استاندارد به مشخصاتی می پردازد که استانداردهای بسته بندی در شرایط اتمسفر برای تست مواد اولیه انعطاف پذیر بسته ها در برابر مقاومت گذر هوا مناسب است. در این استاندارد به موارد زیر اشاره شده است:

- میزان مقاومت بدنه مواد اولیه بسته بندی های انعطاف پذیر
- میزان مقاومت به رطوبت مواد اولیه
- میزان مقاومت به گرد و خاک
- میزان مقاومت به حرارت

8- Standard Terminology of Adhesives

D907 _ 05

ASTM 2006

این استاندارد به تعاریف، واژهها و اصطلاحات مربوط به انواع چسبها اشاره دارد. شما با آشنایی این تعاریف، لغات و اصطلاحات می توانید به قوانین و مقررات مربوط به تولید، بکارگیری از صنایع مختلف و انواع مختلف چسبها آشنا شوید.

9- Standard Test Method for Determination of Leaks in Flexible

Packaging by Bubble Emission

D3078 _ 94

ASTM 2006

1- Standard Specification for wood Cleated Panelboard Shipping Boxes

D6251/D6251M _ 00

ASTM 2006

این استاندارد به جعبه های تکمیلی (حمل و نقلی) که از مواد چوبی (سلولزی) به صورت قطعه های شکافته که در اثر فرآیند تخته خرده تهیه می شوند، اشاره دارد و در آن به مشخصات و ویژگیهای این نوع از جعبه ها با آوردن الزامات و قوانینی پرداخته شده است. استاندارد مربوطه مخصوص جعبه هایی است که قابلیت حمل ۴۵۴ کیلوگرم بار را داشته و به موارد زیر پرداخته است:

- کاربردهای این نوع از جعبه ها
- قابلیت ها

– کلاس های مختلف این نوع از جعبه ها

– خصوصیات نگهداری کالا در دراز مدت

2- Standard Practices for Packaging, Marking and Loading

Methods for Steel Products for Shipment

A700 _ 05

ASTM 2006

این استاندارد به بسته بندی، برچسب زنی، وسایل حمل و جابجایی که می توانند بسته ها را حمل و نقل نمایند، مربوط می باشد. در متن این استاندارد به موارد زیر اشاره شده است:

– مشخصات مواد اولیه در تهیه جعبه ها (حلب ها، تخته ها، ورقه های مسطح و...)

– میزان تحمل بار در جعبه ها و لاینرهای مختلف

– وسایل حمل و نقل جاده ای و تجهیزات انتقال دهنده جعبه ها

– انواع پالت ها

– فرهنگ لغت و تعاریف اصطلاحات رایج بسته بندی

3- Standard Practices for Commercial Packaging

D3951 _ 98 (2004)

ASTM 2006

این استاندارد مخصوص استانداردهای بسته بندی تجاری و بازرگانی می باشد و در آن به قوانین مربوط به نیازمندی این نوع از بسته بندی ها و تجهیزات مربوطه، بسته های انحصاری حمل مواد خطرناک و یا مواد اولیه پر خطر، مجموعه آئین نامه ها و مقررات بین المللی مربوطه پرداخته شده است.

4-Standard Terminology of Packaging and Distribution Environments

D006 _ 04

ASTM 2006

این استاندارد توضیحی بر تعاریف، مفاهیم، اصطلاحات، لغات مربوط به نیازمندی های بسته بندی و بسته بندی کالاها دارد. شما در این استاندارد می توانید به مجموعه قوانین و مقررات مربوط به بسته بندی دسترسی پیدا کنید.

5-Standard Test Method for Dynamic Shock Cushioning

F2251 _ 03,1
ASTM 2006

این استاندارد روش تست مربوط به ضخامت مواد اولیه انعطاف پذیر در بسته بندی ها را مشخص می کند و در آن به روش آزمون، وسایل و تجهیزات انجام آزمون و آئین نامه های روش انجام آزمون، پرداخته شده است.

16 _ Standard Practice for Packaging of Copper Alloy Mill Products for U.S Government Agencies

B900 _ 04
ASTM 2006

این استاندارد دلالت دارد بر بسته بندی مس و مس های اندود شده که تحت نظارت آژانس یا نمایندگی مرجع قانونی تولید می شود و در آن به مهمترین نیازمندی های مربوطه در هنگام بسته بندی اولیه، تکمیلی و برچسب زنی پرداخته شده و همچنین به الزامات مربوط به حمل و نقل، انبار کردن در شرایط کنترل شده یا غیر استاندارد نیز پرداخته شده است.

17 _ Environmental Hand book for Defence Materiel part3

Environmental test Methods

Ministry of Defence - Defence Standard 00 _ 35(part 3)

Issue 3 Publication Date 7 May 1999

Page : 492

این سند استنادی راهنمایی برای بکارگیری مواد اولیه جهت مصارف بسته بندی کالا های نظامی بوده و در بخش سوم از این استاندارد به روش های مختلف تست مواد اولیه که کاربردهای مختلفی نیز در صنعت دارند، پرداخته شده است. مهمترین تست های آورده شده در این استاندارد عبارتند از:

- تست لرزش
- تست لرزش در هنگام ذخیره سازی کردن کامل
- تست اصلی شوک
- تست افتادن و غلتیدن
- تست فشرده شدن
- تست شوک در هنگام حمل با کشتی و نیازمندی های مربوطه
- تست ضربه
- تست سُر خوردن
- تست حمل جاده ای

18- Environmental Hand book for Defence Materiel part4

Natural Environments

Ministry of Defence - Defence Standard 00 _ 35(part 4)

Issue 3 Publication Date 7 May 1999

Page : 332

این استاندارد راهنمایی جامع برای شناسایی مواد اولیه بکارگیری شده در بسته بندی صنایع نظامی می باشد که در بخش چهارم از این استاندارد به نیازمندی های طبیعی مواد اولیه در صنعت اشاره شده است و در فصل های مختلف آن به موارد زیر پرداخته شده است:

- رطوبت
 - حرارت خورشید و تشعشعات گرمایی مصنوعی
 - عوامل مؤثر در حرارت (خورشیدی)
 - عوامل مؤثر در تشعشعات مصنوعی (گرمایی)
 - ویژگیهای جغرافیایی مناطق مورد بکارگیری مواد اولیه
- همچنین در این استاندارد از جداول و نمودارهای رنگی به صورت تخصصی که برای معرفی مشخصات و ویژگیهای موارد گفته شده کاربرد دارد نیز استفاده شده است.

این استاندارد روش تست مقدار انعطاف را که در بسته های پلاستیکی باید رعایت گردد، تعیین می کند. البته مشروط به رعایت مقدار فشار ۳/۵ atm - ۱۰ × ۰.۱ همچنین در این استاندارد به موارد زیر پرداخته شده است:

- روش آزمون

- وسایل و تجهیزات

- دستورالعمل مربوطه

- نحوه نمونه برداری در شرایطی که بایستی فراهم گردد.

10- Standard Guide for Design and Evaluation of Primary

Packaging for Medical Products

F2097 _ 05
ASTM 2006

استاندارد مربوطه یک بررسی کامل به مراحل مقدماتی و ارزیابی بر طراحی بسته بندی محصولات دارویی و پزشکی دارد و راهنمایی می کند به:

- روشهای ارزیابی

- نکات مهم در طراحی این نوع از محصولات

- شناسایی عوامل مهم و تأثیر گذار

- ساختار فرآیند تولید بسته بندی

- در این استاندارد همچنین می توانید با روشهای تست به صورت مختصر آشنا شوید.

11- Standard Test Method for Haze and Luminous Transmittance

of Transparent Plastics

D103 _ 00
ASTM 2006

در این استاندارد که مخصوص انواع پلاستیکها است، می توانید به روشهای تست مواد پلاستیکی از نظر مقاومت در برابر بخار، میزان درخشندگی و میزان انتقال نور آشنا شوید. این استاندارد با توجه به آزمون های نام برده شده برای انواع مواد پلاستیکی مشخص شده است و روشهایی با وسایل و دستورالعمل تست کردن آزمونها برای پلاستیکهای مورد استفاده در صنعت بسته بندی بیان داشته است.

12- Standard Terminology Relating to Plastics

B883 _ 00
ASTM 2006

این استاندارد دارای تعاریف، واژه ها و اصطلاحاتی است که در پلاستیکها کاربرد دارد و با لغاتی آشنا می شوید که در صنایع تولید بسته های پلاستیکی می توان به قوانین و مقررات مربوط به آن آشنا شد.

13- Standard Terminology of Glass and Glass Products

C162 _ 05
ASTM 2006

این استاندارد شما را با واژه ها و لغات مربوط به بسته های شیشه ای آشنا می کند و شما می توانید با توجه به مشخصات و ویژگیهای آورده شده به صنایع تولیدی محصولات مربوطه بیشتر آشنا شده و در ضمن به مقررات و آئین نامه های مربوطه تسلط پیدا کنید.

14- Standard Terminology Relating to Flexible Barrier Materials

WK10241
ASTM 2006

این استاندارد دارای تعاریف مربوط به واژه و لغات فیلم های انعطاف پذیر (که دارای مقاومت خوب در برابر هوا می باشند) است.

15 _ Standard Test Method for Thickness Measurement of

Flexible Packaging Material

نمایه

نمایه مقالات بسته بندی در نشریات تخصصی

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

ترتیب ارائه اطلاعات:
ردیف / عنوان / مترجم / نویسنده / نام مجله / شماره صفحه / مجله / سال انتشار / چکیده

۷۳۰ / فیلم دمشی، فیلم تخت / / فاضلی، فواد / صنایع پلاستیک / ۱۷ - ۱۶ / / ۲۰۰ / اسفند ماه ۱۳۸۳ / تجهیزات اکستروژن فیلم شامل اکسترودر به همراه قالب سر آن، تجهیزاتی برای سرد کردن فیلم مذاب، سیستم کشنده ی فیلم و در نهایت سیستم برای طاقه پیچی می شود. فرآیند اکستروژن فیلم دمشی و اکستروژن فیلم تخت از نظر طراحی سر قالب و چگونگی سرمایش مذاب خروجی از قالب با هم متفاوتند. کشنده ی فیلم و غلطک طاقه پیچی فیلم نیز با هم متفاوتند. طراحی و کار اکسترودر تا قالب سر آن برای هر دو روش یکسان است. عمده ی فرآیند به شرح ذیل است: ۱ - نرم کردن و ذوب ماده ی ورودی (گرانول یا پودر) به اکسترودر ۲ - انتقال ماده ی ذوب شده از میان قالب اکسترودر و تبدیل آن به شکل مورد نیاز (تخت یا بادی) ۳ - انجماد ماده ی مذاب به شکل مورد نظر ۴ - طاقه پیچی محصول

۷۳۱ / ظروف پلاستیکی دهان گشاد برای بسته بندی مواد آرایشی / مهندس میری، عظمت / بسیار / ۵۷ - ۵۶ / سال ششم / شماره ۳۵ / مردادماه ۱۳۸۳ / شرکت شیمیایی namtsaE سال گذشته کاربرد Motto (پلیمر شیشه ای) را برای شیشه سازی شیشه توسط گونه های کویلی استر آغاز کرد. ۰۰۴ Eastar AN (برای قالب گیری بادی تزریقی) و ۰۰۴ AN (برای قالب گیری تزریقی) بازار بسته بندی با دیواره ضخیم را هدف قرار داده اند. مدیر بازرگانی شرکت Vincent

Gagumus می گوید تعداد کمی از تولید کنندگان پلاستیکیها، پلیمرهای شفاف را با مقاومت شیمیایی مطلوب برای فرآورده های آرایشی پیشنهاد می کنند. (پلی اتیلن ترفتالات) گرچه دارای مقاومت شیمیایی مناسب در برابر این مواد است اما در نواحی ضخیم تر، مقداری از شفافیتش را از دست می دهد.

۷۳۲ / درزگیرها و چسب های ساختاری سلیلیکونی / - / مهندس فرشیدی، لاله / بسیار / ۳۸ / ششم / ۳۳ / فروردین ماه ۱۳۸۳ / اتصال گروه های آلی به زنجیر اصلی غیر آلی، ویژگی های منحصر به فردی را در سلیلیکون ها موجب می شود که آنها را برای استفاده در چسب ها و درزگیرها و در زمینه های مختلفی چون هوافضا (به دلیل رفتار دمایی خوب این مواد در دماهای کم و زیاد)، الکترونیک (به دلیل مقاومت الکتریکی آنها)، پزشکی (به دلیل ویژگی زیست سازگاری عالی سلیلیکون ها) و صنایع ساختمانی (به دلیل توانایی این مواد برای درزگیری نقاط گوناگون و مقاومت خوب آنها در برابر هوازگی)، مناسب کرده است.

۷۳۳ / پوشش های پودری پخت شونده با پرتوهای فرابنفش / - / دکتر رنجبر، زهرا و مهندس باستانی، سعید / بسیار / ۴۷ / ششم / ۳۳ / فروردین ماه ۱۳۸۳ / پوشش های متداول قابل پخت با پرتوهای فرابنفش بر روی سطح تخت مانند کاغذ، کامپوزیت های چوبی و فیلم های پلاستیکی قابل استفاده هستند. در سالهای اخیر توجه بسیار زیادی به بکارگیری این نوع پوشش ها شده است. بعضی از معایب پوشش های قابل پخت با پرتوهای فرابنفش که توسط UVPC حل شده است عبارتند از: سمیت؛ سیستم های مایع مادی منومرها و الیگومرهای با جرم مولکولی بسیار کم هستند که در مواردی منجر به ایجاد حساسیت های پوستی در افراد خاصی می شوند. این مشکل با بکارگیری الیگومرها و پلیمرهای پودری که در دمای محیط جامد هستند، حل شده است. بو: این مشکل نیز با استفاده از پودرها کاملاً حل شده است زیرا رزین های پودری به دلیل جرم مولکولی بالاتر انتشاری در محیط ندارند.

۷۳۴ / بسته بندی های معروف چگونه متولد شدند / - / کبریایی، حمید رضا / روزنامه همشهری / سال یازدهم / - / ۳۰۲۷ / فروردین ماه ۱۳۸۲ / بسته بندی به بخش اصلی و نمایان شیوه زندگی امروز ما تبدیل شده است. در هر جایی از این کره پهناور که زندگی می کنید همیشه به بسته بندی بسیاری از محصولات نیازمند خواهید بود. اخیراً تغییرات قانونی و توجهات زیست محیطی باید های جدیدی را برای طراحان کیسه خرید تعریف می کند این کیسه ای برای دوران زندگی طراحی کنند و هدف از طرح این مسأله این بوده است که تنها یکبار به مصرف کننده فروخته شود و او تا زمانی که این کیسه کارایی داشته باشد بارها از آن استفاده کند.

۷۳۵ / افزودنی های شیمیایی مورد استفاده در صنعت کاغذسازی / - / خاکی فیروز، علیرضا / استانداردها / ۱۹ و ۱۸ / ۱۷ / سال ۱۶ / ۱۶۸ / شهریورماه ۱۳۸۴ / با توجه به پیشرفت گسترده ای که در ماشین

آلات کاغذ سازی صورت گرفته، کاغذ هنوز با استفاده از الیاف سلولزی (حتی حاصل از بازیافت) ساخته می شود. نقش عملکرد صحیح ماشین آلات در کیفیت کاغذ انکار ناپذیر است. به عنوان مکمل ماشین آلات که اثر عمده ای روی بازده و کیفیت کاغذ دارند. مواد شیمیایی هم در بهبود فرآیند تولید اثرات مثبت خواهند داشت و هم کیفیت کاغذ ساخته شده را افزایش می دهند. چنانچه ماشین آلات کاغذسازی به صورت کارا و مؤثر کار نکنند، مواد شیمیایی افزوده شده قادر نخواهند بود کیفیت مورد انتظار را به کاغذ تولیدی بدهند.

۷۳۶ / راحتی - بسته بندی آینده خلاق و هوشمند است / - / برگردان از اینترنت / ۳۸ - ۳۶ / ششم / ۵۸ / اردیبهشت ۱۳۸۳ / بسته بندی های آماده و راحت به همان میزان که بی شمارند متفاوت نیز هستند آنها سبکند و از این جهت قابل حمل هستند به سادگی و بدون احتیاج به کمک گرفتن از ابزار باز می شوند ولی می توان آنها را مجدداً بست. بسته هایی که برچسبهای امنیتی دارند پس صحت و سلامت کالا را تضمین می کنند. غذاهای حاضری آماده شده در بسته بندی توانایی گرم شدن مجدد یا پخته شدن در مایکروویو یا فر را دارند و بسته بندی نیز به طور کلی قابل بازیافت است که این خود مزیتی دوگانه است اندازه بسته ها تعداد انتخاب را بالا برده اند و محتویات بسته ها دارای عمر زیادی می باشند. یکی از نمونه های خوب در این مورد بسته بندی هایی هستند که مجهز به وسایل گرم کننده یا سردکننده می باشد سالهاست بخش های طراحی در صنعت بسته بندی بر روی چنین پیشرفت هایی کار می کنند با این وجود در گذشته سفارشات تنها به گروه هدفی خاص محدود می شد و کالاهای اصولاً برای استفاده در صنایع نظامی یا اردوهای گروهی خارج از شهر طراحی می شدند در نتیجه میزان نفوذ این نوع از کالاهای در بازار نسبتاً پایین است و قدرت انتخاب برای مصرف کننده نهایی تا حد زیادی کاهش می یابد امروزه اما به نظر می رسد کالاهای بسته بندی شده با بسته بندی هایی که راحتی در آن به طرز چشمگیری افزایش یافته است راه خود را به سوی قفسه های فروشگاه های بزرگ پیدا کرده اند.

۷۳۷ / تولید کاغذ روزنامه از باگاس و چوب گونه های پهن برگ / - / مهندس خجسته، عسگر / مجله کیمیا / شماره ۳ / سال سوم / صفحه ۳۲ / فروردین ۱۳۶۹ / در جهان امروز، تحقیقات بسیاری در سطح آزمایشگاه و نیز به صورت نیمه صنعتی انجام گرفته است، تا بر اساس آن بتوان از خمیر کاغذ باگاس و چوب گونه های پهن برگ کاغذ روزنامه تولید کرد. بررسی امکان استفاده از مخلوط خمیر شیمیایی باگاس و خمیر اکالیپتوس تولید شده از فرآیند شیمیایی - مکانیکی (CMP) از جمله این مطالعات بوده است و نیز تلاش شده است که از خمیر کاغذ تولیدی روش (CTMP) با استفاده از گونه های مختلف چوب های سخت پهن برگان، کاغذ روزنامه تولید شود.

۷۳۸ / فیلم های جمع شونده حرارتی و خواص

آنها / - / خاکبیز، سوسن / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۳۱ - ۳۰ / ششم / ۵۹ / خرداد ماه ۱۳۸۳ / یک مجموعه از فیلم های جهت دار شده هستند که انقباض بالایی در درجه حرارت های نسبتاً پایین را نشان می دهند به طور کلی پلیمرهایی که قسمت کریستالیشان کاهش یافته بکار برده می شوند از آن جایی که در مرحله اول کشیدن در فرایند فیلم تخت کریستال به اندازه کافی برای حفظ جهت یابی ایجاد شده در این مرحله وجود ندارد لذا مرحله دوم کشیدن حاکم می باشد. برای بدست آوردن خواص انقباض خوب برخی از سیستم های پلیمری باید اصلاح کردند در مورد پلی اتیلن آمیزه های گوناگون و کوپلیمرهای مختلف استفاده می شود. در مورد پلی پروپیلن کوپلیمرهایی با اتیلن باید استفاده شوند و PVC و کوپلیمرهایش باید نرم شوند فرایند جهت دار کردن لوله ای برای فیلمهای جمع شونده مشابه فیلمهای جهت دار است که قبلاً ذکر شده به جز این که مرحله تثبیت حرارتی حذف می شود خواص فیلم های جمع شونده به مقدار زیادی به پلیمری که استفاده می شود بستگی دارد

۷۳۹ / عوامل ضدمه گرفتگی / - / مهندس سرهنگی فرد، آرش / بسپار / ۵۳ / ششم / ۳۴ / خردادماه ۱۳۸۳ / .../ میعان بخار آب روی سطح فیلم های پلیاستیکی به صورت قطرات ریز و گسسته آب است، مه گرفتگی (Fogging) اطلاق می شود. این پدیده به دما و رطوبت محیط و دمای سطح فیلم بستگی دارد. این پدیده عمدتاً هنگام نگهداری مواد غایی بسته بندی شده با فیلم های پلیمری در محیط یخچال یا در فیلم های مورد استفاده در سیستم های گلخانه ای مشکلاتی ایجاد می کند. پدیده مه گرفتگی در بسته بندی مواد غذایی بنا به دلایل زیر غیر قابل قبول است: ۱ - محتوای مواد بسته بندی شده غیر قابل رؤیت است. ۲ - کیفیت محصول از لحاظ زیبایی کم شده و جذابیت آن را برای خریدار کم می کند. ۳ - کیفیت محصول کاهش یافته و زمان نگهداری محصول هم کوتاه می شود. بروز این پدیده در فیلم های پلیاستیکی مورد استفاده در کشاورزی مانند EVA، LDPE، PVC نیز به دلایل زیر ناخوشایند است:

۱ - باعث کاهش گذردهی نور از سطح فیلم و کاهش رشد گیاهان می شود. ۲ - این قطرات روی سطح فیلم های گلخانه ای مانند ذره بین نور را روی گیاهان متمرکز می کند که این باعث آسیب رسیدن به گیاهان می شود.

۷۴۰ / همگرایی مسیری اجتناب ناپذیر / نورایی، رضا / - / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۲۲ - ۲۰ / ششم / ۶۰ / تیرماه ۱۳۸۳ / بیشتر ما پیشرفت کند خود را به گردن نبود فرهنگ در دیگران می اندازیم واقعیت این است که بیشتر ما خود نیز فرهنگ لازم برای پیشرفت و بزرگ شدن را رعایت نمی کنیم. سعی می کنیم بهترین ماشین آلات را تهیه کنیم اما می بینیم که هر چه دست و پا می زنیم به آن جایی که باید برسیم نمی رسیم. امروز نسلی از ماشین آلات چاپ و بسته بندی در ایران وجود دارند که در

کشورهای پیشرفته نیز همه به آنها دسترسی ندارند. کمتر کسی در میان بمباران اطلاعات و تبلیغات هدف دار قدرت و فرصت آن را دارد که عمق و و روابط پشت پرده آن چه در نمایشگاه ها و یا رسانه های بین المللی به نمایش در می آید درک کند.

۷۴۱ / پلیاستیک های بسته بندی / مهندس حبیبی، هاشم / والتر سورکا / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۴۲ - ۴۰ / ششم / ۶۰ / خردادماه ۱۳۸۳ / بیشتر درهایی که برای بستن ظروف به کار می روند تیوپهای پلیاستیکی دهانه گشاد جعبه های جواهرات و سایر اشکال پیچیده پلیاستیکی به روش قالب گیری تزریقی تولید می شوند از آن جایی که ابعاد قطعات را می توان به طور دقیق با سطوح فلزی قالب کنترل کرد لذا قطعات تولید شده به این روش دقیق ترین ابعاد را دارند تیوپهای ساده سرباز را می توان به راحتی به کمک قالبی متشکل از دو قسمت اصلی تولید کرد یک نیمه مادگی (Cavity) قالب که به دستگاه بسته می شود ثابت و نیمه دیگر هسته (Cover) یا (Free) به یک قسمت متحرک متصل است که به قالب امکان باز و بسته شدن می دهد.

۷۴۲ / نقش "صنعت" در تولید مواد غذایی / - / خالدی، حمید رضا / روزنامه همشهری / - / ۲۷ / ۲۶۰۳ / ۶ دیماه ۱۳۸۰ / "کیفیت" به عنوان یکی از مهمترین شاخص های مطرح شده در بخش مواد غذایی. یکی از حساس ترین و سؤال برانگیزترین اجزای این بخش است از سوی دیگر پرداختن به این مقوله، نمی توان به سادگی از کنار نقش "صنعت" در تولید، بسته بندی، عرضه، صادرات و ... گذشت. صنایع غذایی ما در طول دو دهه گذشته، پیشرفتهای قابل ملاحظه ای داشته است اما این پیشرفتها هرگز همگام با پیشرفت این صنعت در دنیا نبوده است به این دو دلیل اول اینکه ما خودمان صاحب تکنولوژی نبوده ایم اکثر کارخانه های ما در واقع کارخانه های وارداتی و مونتاژ شده هستند دوم اینکه دانش فنی لازم را نداریم همین باعث شده که محصولات ما یاری رقابت با محصولات خارجی را نداشته باشند و ...

۷۴۳ / بطریهای زوال ناپذیر / شهابی، ارسطو / Packaging and Botting / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۴۹ - ۴۸ / ششم / ۶۰ / خردادماه ۱۳۸۳ / حضور مواد بازدارنده تحت عنوان لایه های حایل دشواریهایی را نیز برای دست اندرکاران بازیافت به وجود آورده است عمده این مسائل از در کنار هم بودن پلی استر و دیگر لایه ها ایجاد می شود. معرفی مواد جدید از یک سو و بازیافت آنها از سوی دیگر به موازات هم پیش می روند در بین سازمانهای متولی امر شرکت Petcore با همکاری سازمانهای ملی بازیافت و ضایعات مصرفی پلیاستیک کشورهای مختلف تحقیقات گسترده ای انجام داده اند. استانداردهای تدوین شده هم دامنگیر تولید کنندگان بطری و هم فعالان بازیافت است عوامل اثرگذار در انتخاب مواد اولیه و لایه های حایل عبارتند از: ۱ - عوامل مقدماتی بسته بندی مواردی همچون شکل رنگ مواد مظروف وزن و علامت تجاری ۲ - سهولت تشخیص لایه ها با تکنیک های IR و UV ۳

- گونه ای که لایه حایل از نظر شیمیایی به آن تعلق دارد مثلاً پلیاستیکهای قطبی و غیرقطبی ۴ - خواص فیزیکی از قبیل دمای ذوب چگالی و پایداری حرارتی ۵ - درصد وزنی موادی که به عنوان لایه حایل استفاده شده اند به کل وزن بطری ۶ - روشهای تجزیه کمی که در شناسایی اجزا بسیار مفید است ۷ - سرعت جدایش لایه ها از پلی استر اولیه به هنگام شستشو با آب و مواد شیمیایی و معمولاً این ماده شیمیایی محل ۱٪ سود است ۸ - ضخامت بحرانی لایه در این مورد از سبک و سنگین کردن ضخامت و کارایی لایه و قیمت تمام شده حاصل می شود.

۷۴۴ / رشد سیستم های پالت بندی برای بلوک های پالت / - / برگردان از مجله خبری Krones / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۳۹ - ۳۸ / ششم / ۵۹ / خردادماه ۱۳۸۳ / بسته به شکل و وضعت بلوک ها میزهای نقاله تغذیه برای دسته بندی بلوک ها به سری نقاله های زنجیری فولادی یک طرفه تبدیل شده اند. این تغییر متضمن آن است که بلوک ها بدون هیچ گونه خطایی در ردیف های مخصوص خود قرار گیرند. دو پالت بند خروج های سه خط را سازماندهی می کنند. در واقع گستردگی تولید بلوکهای پالت برای ایجاد سه خط پرس بیشتر باعث ادغام دو ماشین در یکدیگر شد. تقسیم وظایف برای این ماشین ها به صورتی انجام شد که اولی خروجی های دو خط پرس جدید را با سرعت ۸۳۰۰ پالت در ساعت جمع آوری می کرد و ماشین دوم نیز خروجی خط جدید سوم را با ظرفیت ۵۵۰۰ بلوک در ساعت پوشش می داد.

۷۴۵ / شکل دهی پلیاستیک / مهندس سلمانی، حجت / والتر سورکا / صنعت بسته بندی (چاپ و بسته بندی سابق) / ۲۹ - ۲۶ / ششم / ۵۹ / خردادماه ۱۳۸۳ / ترموپلاستیکها موادی هستند که به طور کامل واکنش داده اند یا پلیمریزه شده اند این مواد وقتی در معرض حرارت کافی قرار گیرند نرم می شوند و اعمال فشار باعث جریان یافتن آنها می شود و می توان آنها را شکل دهی کرد که پس از سرد کردن شکل آنها تثبیت می شود. پلیاستیک های ترموست پلیمرهایی هستند که معمولاً واکنش آنها به طور کامل انجام نمی شوند و به کمک عوامل موثر مانند حرارت واکنش آنها کامل می شود در انتخاب ماده مناسب برای بسته بندی موازه بین عواملی همچون محافظت از محصول آلودگی ظاهر مناسب هزینه مناسب، خواص فیزیکی و شیمیایی پلیمرها حائز اهمیت می باشد.

۷۴۶ / چسب و مکانیزم های مؤثر بر چسبندگی / مولوی، شهریار / - / استاندارد / ۹ - ۱۶ / ۱۶۸ / شهریورماه ۱۳۸۴ / کاربرد و نقش چسب به اتصال بین دو سطح محدود نمی گردد. بلکه در مواردی نظیر اتصال رنگ، جوهر، بتونه و ... بر روی سطح چسب نقش (پیونددهنده) دارد. تحت شرایط مناسب، چسب باعث چسبندگی رنگ بر روی سطح، جوهر بر روی کاغذ و ... می گردد. در طبیعت اکثر اتصالات نظیر چسبیدن صدف بر روی سنگ از نوع اتصالات چسبی می باشد.

MADE IN ITALY

ALLPACK



MADE IN ITALY

MADE IN ITALY

ITALY MADE
SIRO

چسبزن زیر و روی کارتین ساخت ایتالیا

بی رقیب در کیفیت
بی نظیر در قیمت

MADE IN ITALY

یک سال گارانتی، ۱۰ سال خدمات پس از فروش

صنایع بسته بندی آل پک

تهران، خیابان ۱۵ خرداد غربی، نبش کوچه مهدی رئیسی، پلاک ۱۰۸۲
تلفن: ۲-۵۵۸۰۲۴۷۱-۵۵۶۰۷۲۸۰-۵۵۶۱۳۴۰۳ فکس: ۵۵۶۳۰۴۴۳

چند ماه دیگر وارد بازار ایران می شود:

بسته بندی شیرمدت دار در لیوان پلاستیکی

باقری نماینده شرکت هاسیا در ایران از راه اندازی نخستین خط بسته بندی شیر در لیوان پلاستیکی با ماندگاری طولانی خبر داد.

تاکنون بسته بندی تمامی فراورده های آسپتیک (بهداشتی) مانند شیر و آب میوه که باید قابلیت نگهداری طولانی مدت داشته باشند در بسته های مقوایی چندلایه و در یک مورد در کیسه پلاستیکی پنج لایه شیر انجام می شد. بازار بسته های مقوایی چند لایه به ترتیب سهمی که شرکت های فعال این صنعت از بازار ایران دارند به سه شرکت تتراپک، کامبی بلاک و آی پی آی منحصر می شود. در کنار این سه شرکت کیسه های پلاستیکی پنج لایه صنایع شیر پگاه نیز سهم کوچکی از بازار شیر را به خود اختصاص داده اند. با ورود لیوان های پلاستیکی چندلایه جدید باید انتظار تکانهایی را در بازار فراورده های اسپتیک داشت. زیرا لیوان های پلاستیکی چندلایه جدید نقطه ضعف بسته های مقوایی چندلایه را که قیمت بالای بسته بندی آن می باشد تحت فشار خواهند گذاشت.

به گفته نماینده هاسیا در ایران شیرهای مدت دار لیوانی جدید قیمتی پایین تر از بسته های اسپتیک رایج یعنی بسته های مقوایی خواهند داشت. فن آوری شریک اسلبو نیز در مواجهه با مقوای چاپ شده در بسته های چندلایه مقوایی، شرایط رقابتی جالبی را از نظر گرافیک به وجود خواهد آورد. باقری زمان ورود شیرهای لیوانی مدت دار به بازار مصرف را حدود هفت تا هشت ماه دیگر اعلام کرد. حجم این شیرهای لیوانی دویست سی سی خواهد بود.

فعالیت جدی گرانول مروارید یزد در زمینه بازیافت پلاستیک ها

مجله صنایع همگن: شرکت گرانول مروارید یزد خطوط بازیافت پلاستیک خود را با همکاری دو شرکت Erema و NBR به صورت جدی آغاز کرد.

این شرکت با سرمایه گذاری بالغ بر ۱۰ میلیارد ریال و اخذ پروانه بهره برداری از سازمان صنایع استان یزد موفق به دریافت تاییدیه از این دو شرکت اروپایی برای بازیافت نیز گردیده است.

از جمله مشخصات و مزایای خطوط این شرکت می توان به فیلتراسیون صحیح با مش ۱۳۰-، ۸۰ گازگیری (Degasing) تا فشار زیر صفر، باز تولید پلاستیک ها بر اساس نقطه مذاب و ویژه آنها (با توجه به زون های گرمایی قابل کنترل متصل به کنترل حرارت ها و ترموکوپل های دقیق)، باز تولید پلاستیک ها به صورت پیوسته و مجهز بودن به Cutter Compactor (که موجب فشردگی و پیش گرم شدن اصطکاکی مواد می گردد) و Shredder Teeth (که موجب خرد کردن آسان توده های حجیم می گردد) و نیز باز تولید پلاستیک ها در مسیر کوتاه و با تکیه بر ایجاد پروفیل فشار به دلیل طراحی خاص سیلندر و مارپیچ اشاره کرد.

نخستین کارخانه بازیافت ظروف پلی اتیلن کشور

در مشهد افتتاح شد

مجله صنایع همگن: نخستین کارخانه بازیافت ظروف پلی اتیلن کشور با ظرفیت بازیافت روزانه ۱۸ تن ظروف پلی اتیلن، در شهرک صنعتی کلات مشهد به بهره برداری رسید. این واحد تولیدی در زمینی به مساحت چهار هزار مترمربع و با سرمایه ۱۲ میلیارد ریال با مشارکت شهرداری و بخش خصوصی راه اندازی شده است. ماشین آلات این خط از کشور تایوان خریداری شده است. این کارخانه قادر است روزانه ۱۸ تن ضایعات ظروف پلی اتیلن موجود در زباله ها را به مواد اولیه برای تولید نخ و الیاف مصنوعی تبدیل کند.

خمیر دندان های دارای پوشش فلزی و واکنش های مضر شیمیایی

مواد شیمیایی: دکتر زهرا نیک ضمیر، با تاکید بر مصرف خمیر دندان های حاوی فلوراید افزود: استفاده از خمیر دندان هایی که دارای پوشش فلزی هستند برای سلامت دندان ها مضر است؛ چرا که فلوراید درون این خمیر دندان ها با فلز جلد آن واکنش شیمیایی انجام داده و ترکیب حاصله باعث ایجاد اثرات نامطلوبی در مینای دندان می شود.

این دندان پزشک افزود: تغذیه با مواد غذایی مغذی و مفید مثل شیر و مواد دیگر کلسیم دار بهترین راه پیشگیری از بیماری های دندان است.

وی همچنین در خصوص رعایت بهداشت دندان گفت: تمیز کردن دندان از خرده های غذایی، عدم استفاده از ماده های غذایی چسبنده و حذف برخی عادات دهانی مثل جویدن آدامس های شیرین و شکستن تنقلات، از مراحل اولیه در خصوص سلامت دندان هاست.

وی دکتر نیک ضمیر با اشاره به لزوم توجه افراد به تاریخ انقضای مندرج در پوشش خمیر دندان ها اظهار کرد: چنانچه خمیر دندان در مدت تعیین شده مصرف نشود فلوراید حاوی آن آزاد شده و هیچ اثری در حفظ و بهداشت دندان ها نخواهد داشت.

قدردانی مشتریان اروپایی از بسته بندی فرآورده های پلیمری ایران

صنایع همگن: مشتریان اروپایی فرآورده های پلیمری ایران از کیفیت بسته بندی محصولات صادراتی پتروشیمی تبریز قدردانی کردند. به گزارش روابط عمومی پتروشیمی تبریز به نقل از دفتر بازرگانی شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران در لندن، بازرگانان اروپایی با ارسال پیام های الکترونیکی، همراه با تصاویری از محموله های صادراتی فرآورده های پتروشیمی تبریز، قدردانی خود را از کیفیت عالی بسته بندی محصولات پتروشیمی تبریز اعلام داشته، استحکام و ایستایی پالت های آنها را در مقایسه با بسته بندی فرآورده های پتروشیمی دیگر کشورهای جهان نشان داده اند.

گفتنی است تولید مواد اولیه ویژه پالت های پلاستیکی محموله های صادراتی پتروشیمی در این مجتمع آغاز شده است. از سویی دیگر در سال گذشته یک چهارم فرآورده های صادراتی پتروشیمی تبریز به ۱۱ کشور اروپایی صادر شده است.

یک مجتمع بسته بندی گوشت در ماهشهر به بهره برداری رسید

با حضور استاندار خوزستان، چهار مجتمع صنعتی در شهرستان ماهشهر مورد بهره برداری قرار گرفت و کلنگ یک طرح نیز به زمین زده شد. این طرح ها شامل مجتمع بسته بندی گوشت قرمز، کارخانه تولید خوراک دام و طیور طعیمی، نصب دستگاه بوجاری و ضد عفونی گندم و کارخانه صنایع غذایی شیمیا است.

مجتمع صنعتی بسته بندی گوشت قرمز و مرغ در شهرک صنعتی کیلومتر ۵ جاده ماهشهر-هندیجان در زمینی به مساحت چهار هزار و ۲۰۰ متر مربع واقع است که زیربنای آن یک هزار و ۴۰۰ متر مربع می باشد. این طرح که تولید روزانه آن آماده سازی و بسته بندی پنج تن گوشت قرمز و پنج تن گوشت مرغ است، با اعتبار ۱۰۸ میلیارد و ریال توسط بخش خصوصی به مرحله بهره برداری رسیده و میزان اشتغالزایی آن ۴۵ نفر است. کارخانه تولید خوراک دام و طیور طعیمی، در روستای "هشجه" از توابع جراحی شهرستان ماهشهر واقع است. این کارخانه دارای پنج هزار متر مربع مساحت و یک هزار و ۱۷۰ متر مربع زیر بنا است و با اعتبار دو میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال توسط بخش خصوصی به بهره برداری رسیده است.

میزان اشتغالزایی این کارخانه ۱۵ نفر و میزان تولید روزانه آن ۲۰ تن خوراک دام و طیور. دستگاه بوجاری و ضد عفونی گندم با ظرفیت

ضد عفونی و بوجاری پنج تن گندم در ساعت، در روستای هشجه از توابع ماهشهر نصب شده که مجری آن تعاون روستایی ماهشهر، هزینه اجرایی آن سه میلیارد ریال و اشتغالزایی آن شش نفر است.

کارخانه صنایع غذایی شیمیا، تولیدکننده انواع چیپس در شهرک صنعتی ماهشهر در زمینی به مساحت ۱۰ هزار متر مربع و زیربنای ۸۵۰ متر مربع واقع است. این کارخانه که ظرفیت اسمی آن تولید ۴۰۰ تن چیپس در سال است با اعتبار دو میلیارد و ۸۵۰ میلیون ریال از محل تبصره ۲۹ قانون اشتغال به مرحله بهره برداری رسیده و میزان اشتغالزایی آن ۳۰ نفر است.

طرح احداث شرکت صنعتی پر طاووس، تولیدکننده مرغ نیز توسط استاندار خوزستان کلنگ زنی شد. محل اجرای این طرح در کیلومتر ۱۰ جاده هندیجان-ماهشهر واقع است و اعتبار ساخت آن بالغ بر ۳۰ میلیارد ریال، از محل طرح های اشتغالزایی تامین می شود. مساحت این شرکت صنعتی چهار هزار متر مربع، ظرفیت اسمی آن چهار هزار قطعه مرغ در روز و اشتغالزایی آن ۱۵۰ نفر است.

معاون وزیر جهاد کشاورزی:

صنایع کشاورزی نیازمند بازاریابی است

معاون صنایع و توسعه روستایی وزارت جهاد کشاورزی، اولین قدم در صنایع و فراوری مواد غذایی و محصولات کشاورزی را بازاریابی بر اساس نیاز مشتری ذکر کرد.

نمایشگاهها

برگزاری پنجمین نمایشگاه بین المللی صنایع چاپ و بسته بندی و تبلیغات

پنجمین نمایشگاه بین المللی صنایع چاپ و بسته بندی و تبلیغات از ۸ تا ۱۱ شهریور امسال در اصفهان برگزار خواهد شد. تولیدات و خدمات قابل ارائه در نمایشگاه شامل:

صنایع چاپ: ماشین آلات چاپ، کاغذ، فیلم مرکب و تجهیزات چاپ خدمات و محصولات چاپ: کلیه خدمات و محصولات مرتبط با مراحل پیش از چاپ و پس از چاپ صنایع بسته بندی: ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی و نگهداری کالا و محصولات بسته بندی کانون های تبلیغاتی: کلیه مراکز و شرکت های مرتبط با مراحل طراحی و ساخت ابزارهای تبلیغاتی مراکز علمی و تحقیقاتی: مراکز تحقیقاتی، دانشگاه ها، پژوهشگاه ها، مراکز علمی - آموزشی، جراید و نشریات تخصصی خواهند بود.

مردادماه امسال با اصفهان پلاست

صنایع همگن: علی شالباف دبیر ستاد برگزاری نمایشگاه گفت: رشد مصرف محصولات لاستیکی و پلاستیکی در صنایع مختلف و زندگی روزمره، وجود بازار بالقوه در این صنعت و برنامه های توسعه ای شرکت پتروشیمی ایران که قطعاً افقهای گسترده و تازه ای را در صنایع پایین دستی

پتروشیمی ایجاد خواهد نمود، موجب هدف گذاری پنجمین نمایشگاه تخصصی اصفهان پلاست از تاریخ ۱۲ لغایت ۱۵ مرداد ماه سال جاری در محل نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان گردید. در این نمایشگاه مشارکت کنندگان به ارائه محصولات خود در زمینه، تولید ماشینهای تزریق پلاستیک - انواع خط تولید لوله های پلیمری - دستگاه های جانبی تزریق پلاستیک - پیگمنت های معدنی و آلی - ساخت قطعات لاستیکی - تعمیر نوار نقاله - کمپرسور و تجهیزات جانبی - انواع پودر لاستیک و ریکلیم رابر - اتصالات پلی اتیلن لوله های گاز تولید شده به طریق الکترو فیوژن - دستگاه های جوش پلاستیک و التراسونیک - طراحی صنعتی - قالب سازی - تولید قطعات پلاستیک و لوازم خانگی - انواع لوله و اتصالات پلی پروپیلن - سیستم های کنترل کیفی مواد پلیمری و ... خواهد پرداخت. علی شالباف همچنین از همزمانی برگزاری چهارمین نمایشگاه تخصصی و دومین نمایشگاه بین المللی مواد شیمیایی، رنگ، رزین و پوشش های صنعتی با نمایشگاه اصفهان پلاست خبر داد. یادآور می گردد سایت تخصصی www.esfahanplastex.com برای نمایشگاه اصفهان پلاست و سایت تخصصی www.iranpaintex.com برای نمایشگاه مواد شیمیایی، رنگ، رزین و پوشش های صنعتی جهت ارائه اطلاعات بیشتر طراحی و آماده سازی گردیده است.

برگزاری نمایشگاه های سه گانه مواد غذایی در دوسلدورف

از ۲۴ تا ۲۷ سپتامبر (۲ تا ۵ مهرماه) سه نمایشگاه تخصصی مواد غذایی Inter Meat، InterMopro و InterCool در مرکز نمایشگاهی دوسلدورف

اخبار بسته‌بندی

این کارخانه‌ها با نام‌های "به چین نوبر" و "زرین گلاب" با سرمایه پنج میلیارد ریال در بخش بزرگ کاشان احداث شده‌اند و به ترتیب ۸۵ و ۷۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارند.

برای تکمیل این واحدها به هریک از آنها ۷۵۰ میلیون ریال تسهیلات از محل اعتبارات بنگاه‌های زودبازده اقتصادی اختصاص یافته است. در این بازدید که با هدف بررسی مسایل صاحبان صنایع تولیدی و فراوری گل محمدی و عرقیات گیاهی در منطقه بزرگ کاشان انجام گرفت، چندتن از تولیدکنندگان گلاب خواستار حل مشکل ارایه وثیقه و سند برای دریافت وام از بانکها شدند. افزون بر ۶۵ درصد گل محمدی کاشان در بخش بزرگ از توابع این شهرستان تولید می‌شود.

مدیر عامل سازمان میادین میوه و تره‌بار: بسته‌بندی جزء اولویتهای سازمان است

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار افزایش احتمالی قیمت میوه در روزهای آینده را رد کرد و گفت: عرضه و تقاضای میوه جریان عادی خود را داشته و بعید است قیمت میوه طی روزهای آینده تغییر کند. چراغعلی، درخصوص قیمت میوه‌های "نوبرانه" افزود: با تمهیدات اندیشیده شده، قیمت این محصولات متعادل است و در روزهای آینده عرضه و قیمت آن وضعیت بهتری پیدا خواهد کرد. وی با تاکید بر ارتقای کیفیت، به عنوان سیاست اصلی سازمان میادین

"محسن موحدیان" روز سه‌شنبه در جریان بازدید از دو واحد گلابگیری و عرقیات گیاهی بخش بزرگ از توابع کاشان افزود: صنایع کشاورزی در ایران نیازمند بازاریابی و بسته‌بندی مناسب است. وی اضافه کرد: امروز هر تولیدکننده محصولات کشاورزی لازم است با شناخت کامل بازار بویژه وضعیت صادرات محصولات تولیدی، در عرصه تولید و رقابت وارد شود. موحدیان، کیفیت محصول را عامل دیگر رقابت در بازار داخلی و خارجی دانست و گفت: امروز در تولید اقتصادی، حرف اول را کیفیت و مرغوبیت محصول می‌زند.

معاون وزیر صنایع و توسعه روستایی وزارت جهادکشاورزی از تامین نقدینگی بانکی برای صنایع کشاورزی خبر داد و گفت: با تلاش دولت امسال میزان تسهیلات بانکی به صاحبان صنایع کشاورزی افزایش یافته است. وی گفت: هم‌اکنون در حال مذاکره با بانکهای عامل برای تسهیل در پرداخت وام به صنایع بخش کشاورزی هستیم.

موحدیان، همچنین ارایه تسهیلات بانکی به بنگاههای کوچک زودبازده اقتصادی را کمک بسیار بزرگی برای تکمیل و راه‌اندازی صنایع منطقه ارزیابی کرد.

به گزارش روابط عمومی مدیریت جهادکشاورزی کاشان، معاون صنایع و توسعه روستایی وزارت جهاد کشاورزی به‌همراه رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان از دو کارخانه تولید گلاب و عرقیات گیاهی در حال احداث بخش بزرگ بازدید کرد.

روستایی و کشاورزی می‌شود. مدیرعامل سازمان تعاون روستایی استان یزد افزود: به دلیل عدم تقویت و حمایت مالی توسط مسوولیان و هزینه‌های سنگین، طی ۴ سال گذشته این نمایشگاه برگزار نشده است. وی برگزاری نمایشگاه در سال جاری را نیز مشروط به حمایت مسوولین استان و کشور دانست و افزود: در صورت حمایت مسوولین استان در اواخر سال جاری، هفتمین نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات دامی و کشاورزی در یزد برگزار می‌شود.

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی نان، شیرینی و شکلات ۶ تا ۹ آبان

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی نان، شیرینی و شکلات ایران از ششم تا نهم آبان سال جاری در مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌شود. سیامک کابلو، قائم مقام انجمن صنفی صنایع بیسکویت، شیرینی و شکلات ایران ضمن اعلام این خبر گفت: نمایشگاه در فضایی به وسعت ۱۴ هزار مترمربع و در سه بخش مواد اولیه، ماشین‌آلات و محصولات برگزار می‌شود. وی بهترین زمان برگزاری را شهریور ماه اعلام کرد که امسال به دلیل تقارن با ماه رمضان به آبان ماه موکول شده است.

نمایشگاه تخصصی چاپ و بسته‌بندی در فارس

اولین نمایشگاه تخصصی چاپ و بسته‌بندی، تبلیغات و هدایا از ۲۱ تا ۲۵ تیرماه در مرکز نمایشگاهی بین‌المللی فارس برگزار خواهد شد. در نامبر ارسالی به دفتر ماهنامه تنها به شرایط و هزینه‌های حضور در نمایشگاه اشاره شده و توضیحات بیشتری در خصوص زمینه‌های برگزاری نمایشگاه داده نشده است.

آلمان برگزار خواهد شد. InterMopro در خصوص همه نوع تولیدات لبنی از قبیل ماست، پنیر، شیر و ... در بخش خوراکی‌های منجمد مانند بستنی و خوراکی‌های تابستانی مخصوص فریزر و در InterMeat نیز غرفه‌داران انواع گوشت، سوسیس و کالباس را در معرض دید بازدیدکنندگان قرار خواهند داد.

برگزاری نمایشگاه مواد غذایی و صنایع وابسته در همدان

ششمین نمایشگاه تخصصی مواد غذایی و صنایع وابسته از تاریخ ۲۲ الی ۲۷ شهریور امسال در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی همدان برگزار خواهد شد. هدف از برگزاری این نمایشگاه همدیداری بزرگ تولیدکنندگان مواد غذایی و فرآورده‌های لبنی و صنعت بسته‌بندی کشور عنوان شده است تا آخرین ابداعات خود را به نمایش گذارند.

در اواخر سال جاری هفتمین نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات دامی و کشاورزی در یزد برگزار می‌شود

در سال جاری، هفتمین نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات دامی و کشاورزی در یزد برگزار می‌شود. محمدحسن جهان‌آبادی، مدیر سازمان تعاون روستایی استان یزد ضمن اعلام این مطلب با اشاره به وجود پتانسیل‌های بالا در سازمان تعاون روستایی و شبکه فعال شرکت‌های تعاونی روستایی و کشاورزی و تعامل آنها با یکدیگر افزود: برگزاری این قبیل نمایشگاه‌ها ضمن تنظیم بازار، بهبود کیفیت محصول و ارتقاء صنعت بسته‌بندی کالا موجب ارتباط مستقیم و سالم بین مصرف‌کننده و تولیدکننده و در نهایت کمک به اقتصاد کشاورز و تقویت توان فنی شبکه تعاونی‌های

گفت: هم اکنون روزانه یکصد و هفتاد تن پیاز و سیب زمینی نیز در میادین میوه و ترهبار به صورت بسته بندی شده عرضه می شود. وی یادآور شد: تلاش داریم با افزایش دستگاههای (سورتینگ) بسته بندی میوه تا شهریور ماه، دو محصول کشاورزی دیگر نیز به صورت بسته بندی در میادین عرضه کنیم. وی گفت: برای میوه های بسته بندی شده از نوعی واکس مخصوص که ماندگاری آنها را تا ۶۰ روز افزایش می دهد، استفاده می شود که در زیبایی ظاهری آنها نیز موثر است. چراغعلی همچنین از بهره برداری از میدان میوه و ترهبار در منطقه ۱۰ تهران تا پایان ماه جاری خبر داد.

بودجه بسته بندی میوه ابلاغ نشده

مسئول شرکتهای بسته بندی میدان میوه و ترهبار از ابلاغ نشده بودجه ۶۹ میلیارد تومانی بسته بندی میوه خبر داد. وحید ابوطالب با اشاره به حجم بالای ضایعات میوه در کشور امکان بهره وری مناسب از چهار تن میوه و ترهباری را که سالانه به میدان مرکزی وارد می شود مشروط به ارائه بودجه بسته بندی توسط دولت دانست.

بریدن و بسته بندی میوه ها آنتی اکسیدان آنها را از بین نمی برد

پژوهشگران می گویند قطعه قطعه کردن و بسته بندی میوه ها تاثیری بر

میوه و ترهبار افزود: در کنار ارتقای کیفیت، عرضه محصولات به صورت بسته بندی شده اولویت دیگری است که سازمان به دنبال تحقق آن است.

میوه بسته بندی شده در ۱۶ میدان میوه و ترهبار تهران عرضه می شود

مدیر عامل سازمان میادین میوه و ترهبار شهرداری تهران گفت: از هفته آینده، میوه بسته بندی شده در شانزده میدان میوه و ترهبار پایتخت عرضه می شود. عبدالرحمان چراغعلی افزود: با ورود دستگاههای سورتینگ از سوی بخش خصوصی به داخل کشور، میزان عرضه میوه بسته بندی شده در میادین میوه و ترهبار افزایش یافته و از هفته آینده چهارده میدان به میادین عرضه کننده میوه بسته بندی شده افزوده خواهد شد.

وی خاطر نشان کرد: میادین میوه و ترهبار "آزادی، جمالزاده، پاسداران، کارون شهران و تهرانپارس" از جمله میادینی هستند که از هفته آینده میوه بسته بندی شده در آنها عرضه می شود. چراغعلی با بیان این که تاکنون فقط در دو میدان میوه و ترهبار "جلال آل احمد و فرمانیه" میوه بسته بندی شده عرضه می شد، افزود: میوه های بسته بندی شده از کیفیت بسیار بالایی برخوردار بوده، ضمن آن که نرخ آنها حداکثر ۱۰ درصد بیشتر از میوه های فله ای است. وی ادامه داد: میوه های بسته بندی شده در غرفه های نمونه میادین میوه و ترهبار عرضه می شود. مدیر عامل سازمان میادین میوه و ترهبار

بسته بندی آب

مسابقه بسته بندی آب و نشست جمعی از اعضای انجمنهای علمی- دانشجویی طراحی صنعتی در دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی

جمعی از اعضا و مسئولان انجمنهای علمی- دانشجویی طراحی صنعتی در نیمه دوم خرداد ماه در دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی گرد هم آمدند تا برنامه مشخصی را برای حضور دانشجویان در مسابقه بسته بندی آب تدوین کنند.

مسابقه بسته بندی آب که از چندی پیش در ماهنامه صنعت بسته بندی اعلام شدن نظر طراحان صنعتی را بخصوص در بخش دانشجویی جلب کرده و به فرصتی مناسب برای نشان دادن توان طراحان صنعتی تبدیل شده است. در این راستا تعدادی از اعضای انجمنهای علمی- دانشجویی طراحی صنعتی با حضور در دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی و گفت و گو با مدیر

ماهنامه و یکی از کارشناسان بسته بندی آب به برنامه ریزی برای حضور جدی و تاثیرگذار در این گونه صحنه ها پرداختند. در این نشست نمایندگانی از انجمنهای علمی- دانشجویی طراحی صنعتی دانشگاه های علم و صنعت، هنر، الزهرا و آزاد اسلامی حضور داشتند.

گفتنی است ماهنامه صنعت بسته بندی به طور جدی و عملی از ورود طراحان صنعتی به عرصه صنعت بسته بندی کشور حمایت می کند.

آب بسته بندی شده؛ ضامن سلامت

معاون بهداشت دانشگاه علوم پزشکی قزوین گفت: رعایت بهداشت فردی نقش موثری در پیشگیری از بیماری های اسهالی از جمله وبا دارد. دکتر رضا قاسمی برقی به شهروندان توصیه کرد از مصرف آب چشمه، رودخانه و چاه در طول سفر خودداری کنند. وی اظهار داشت: در صورت اطمینان نداشتن به سلامت آب مصرفی از آب بطری های بسته بندی شده استفاده کنند و چنان چه دسترسی به آب معدنی میسر نبود آب را بجوشانند.



عارف گل‌محمدی کارشناس باغبانی استان مازندران اثرات برداشت نامناسب میوه در فرآیندها را بررسی کرده است.

در این بررسی آمده است: باتوجه به اهمیت مصرف میوه‌های مرکبات در ماه‌های پایانی سال در سطح کشور و جلوگیری از افزایش ضایعات میوه، پرداختن بنیادی و ریشه‌ای به منشاء اصلی ضایعات یعنی عملیات بعد از برداشت از اولویت خاصی برخوردار است.

این مقاله می‌افزاید: بسته‌بندی میوه یکی از روش‌های نوین برای کاهش ضایعات است. توسعه و کاربرد بسته‌بندی میوه تازه، کاهش ضایعات و افزایش زمینه‌های صادراتی و ارزش افزوده آن را در پی خواهد داشت. همچنین زمان برداشت میوه یکی از عوامل موثر بر خصوصیات کمی و کیفی محصول است که این زمان علاوه بر نوع رقم و باتوجه به نوع پایه، بافت خاک، تغذیه، آبیاری و شرایط آب و هوایی هر منطقه تغییر می‌کند.

معاون صید و بنادر صیادی خوزستان:

برای ماهی "مید" بسته‌بندی اصولی نیاز داریم

معاون صید و بنادر صیادی خوزستان گفت: صید ماهی مید در صیدگاه‌های شهرستان هندیجان خوزستان آغاز شد. "عبدالحسین سراج خرمی" افزود: صید این گونه آبرزی از اوایل خرداد ماه آغاز می‌شود و تا اوایل آبان ماه ادامه می‌یابد.

غیره نیز باید رعایت شوند. مدیرکل استاندارد و تحقیقات صنعتی خوزستان نقش مردم را در این زمینه مهم عنوان نمود و اظهار داشت: مصرف‌کنندگان باید به هنگام خرید به برچسب تاریخ تولید و تاریخ انقضا توجه کنند. بیات همچنین از تعطیل شدن دو واحد تولید آب بسته‌بندی به علت رعایت نکردن قوانین و مقررات استاندارد در خوزستان در هفته گذشته خبر داد.

تاکنون پانزده واحد بسته‌بندی آب در خوزستان توسط موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی خوزستان شناسایی شده که توسط این اداره کل ملزم به رعایت قوانین تعیین شدند و در حال دریافت پروانه کاربرد علامت استاندارد آب آشامیدنی بسته‌بندی هستند.

قابل توجه صنایع بسته‌بندی آب؛

سه چشمه آبگرم در خراسان شمالی شناسایی شده است

معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری خراسان شمالی گفت: سه دهنه چشمه آب گرم تاکنون در این استان شناسایی شده است.

علی کاظمی گفت: با وجود مفید بودن آب این چشمه‌ها برای برخی امراض پوستی تاکنون اقدامی برای معرفی آنها به گردشگران صورت نگرفته است. وی چشمه‌های آب گرم خراسان شمالی را شامل چشمه آب گرم ایوب پیغمبر، قراچه و مهمانک برشمرد. او افزود: به زودی اقدامات و هماهنگیهای لازم برای معرفی مناسب چشمه‌ها و نیز صدور آب آشامیدنی برخی از چشمه‌های



ویتامین ث و سایر آنتی‌اکسیدان‌های آنها ندارد.

به گزارش خبرگزاری یونایتدپرس از دویس، محققان دانشگاه "کالیفرنیا" در این مطالعه تحقیقاتی را بر روی آناناس، انبه، طالبی، هندوانه، توت فرنگی و کیوی خریداری شده از مراکز عمده‌فروشی انجام دادند.

این میوه‌ها به آزمایشگاهی در دانشگاه کالیفرنیا واقع در دویس منتقل شدند. نیمی از هر نوع میوه قطعه قطعه شد و نیم دیگر به طور کامل و دست نخورده باقی ماند. سپس تمام میوه‌ها در شرایط یکسان به مدت ۹ روز در یخچال گذاشته شدند و بعد از آن از نظر ارزش غذایی آزمایش شدند. نتیجه آزمایش‌ها نشان داد میزان ترکیبات آنتی‌اکسیدان میوه‌های قطعه قطعه شده تفاوت چندانی با میوه‌های کامل نداشت.

در واقع میزان برخی آنتی‌اکسیدان‌ها در انبه و هندوانه قطعه قطعه شده در اثر قرار گرفتن در معرض نور افزایش یافته بود.

مشروح این مطالعه را می‌توانید در مجله & Food Chemistry Journal of Agricultural بخوانید.

نگهداری به روش سنتی وزن مرکبات را کاهش می‌دهد

نگهداری میوه به روش سنتی و در فضاها معمولی وزن میوه‌های ذخیره‌شده را کاهش می‌دهد، به گزارش خبرگزاری کشاورزی ایران (ایانا)،

قاسمی در پاسخ به این سوال که آیا خوردن سالاد در اماکن بین راهی و رستوران‌ها ممنوع است؟ گفت: توزیع سالاد در این مکانها ممنوع نیست، ولی آموزشهای لازم به کارکنان آنها جهت تهیه بهداشتی مواد غذایی داده شده است. معاون بهداشت دانشگاه علوم پزشکی قزوین تاکید کرد: شهروندان از خرید و مصرف مواد غذایی و نوشیدنی از دستفروشان و دوره‌گردها خودداری کنند.

واحدهای تولیدی آب بسته‌بندی غیر استاندارد خوزستان تعطیل می‌شوند

مدیرکل استاندارد و تحقیقات صنعتی خوزستان گفت: واحدهای تولیدی آب بسته‌بندی غیراستاندارد تعطیل خواهند شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل استاندارد و تحقیقات صنعتی خوزستان مسلم بیات افزود: پس از نشستی که با واحدهای تولید آب آشامیدنی بسته‌بندی خوزستان برگزار شد به مسوولان این واحدها در زمینه رعایت قوانین و مقررات موسسه استاندارد تذکر جدی داده شد.

رعایت حق و حقوق مصرف‌کننده از تذکرات مهم موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی بود. وی با بیان این که استاندارد آب از سال ۸۴ اجباری شده افزود: تاکنون بیش از ۷۰ استاندارد ملی در مورد آب تدوین شده که رعایت بسیاری از اینها در بهبود کیفیت آب موثر بوده است.

بیات اظهار داشت: داشتن فرایند تولید مناسب، داشتن آزمایشگاه و مسوول کنترل کیفیت و واحد صلاحیت از الزامات سیستم تولید آب می‌باشد. وی افزود: تهیه و پر کردن گالن اختصاصی توسط خود واحدهای تولید آب، وجود برچسب حاوی مشخصات تولیدکننده مثل نام واحد، تاریخ تولید و تاریخ انقضا، سری ساخت و نداشتن نشی در ظروف آب و

برخی بیماریها می شود. "فرامرز الهی" یکی دیگر از شهروندان نیز گفت: دستفروشان این بازارها از قشر کم درآمد و محروم جامعه هستند که به علت ناتوانی در پرداخت هزینه آب و برق و اجاره مکان، به فروشندگی در این بازارها روی آورده اند.

او بازارچه های سنتی بجنورد را زمینه ای برای بروز و شیوع برخی بیماریها ذکر کرد و گفت: مسوولان باید نظارت بیشتری بر بهداشت محیط و کالاهای این مکانها داشته باشند. وی افزود: مواد غذایی اینگونه بازارها فاقد بسته بندی است و در معرض آلودگیهای محیط و گرد و غبار، سریعتر فاسد می شوند. او گفت: بسیاری از مواد این بازارچه ها در شرایط مناسب نگهداری نمی شود و به علت کمبود غرفه بسیاری از آنها در تماس با کف زمین آلوده می شود. یک کارشناس بهداشت محیط نیز که خواست نامش ذکر نشود، تمام بازارچه های سنتی بجنورد را غیر بهداشتی دانست.

وی افزود: نداشتن شناسنامه صنفی و پروانه کسب دستفروشان این بازارچه ها، ناظران بهداشت را در جمع آوری آنها با مشکل مواجه می کند. او گفت: ناظران بهداشت قادر به ممانعت مستقیم از فعالیت این افراد نیستند و نظارت و تذکر نیز مشکلات بهداشتی این مکانها را حل نمی کند. او با اشاره به فروش ماهی، لبنیات، خشکبار، ادویه، رب گوجه فرنگی به صورت فله ای و غیربهداشتی در بازارهای محلی بجنورد، گفت: مسوولان باید به فکر ساماندهی این بازارها باشند. وی معتقد است: بسیاری از دستفروشان بازارها ورشکستگانی هستند که محصولات مانده خویش را در اینگونه بازارها عرضه می کنند. او افزود: غرفه های روباز مواد غذایی این بازارها را در معرض خطر قرار می دهد و نداشتن شرایط لازم از جمله نبود سایه بان منجر به فساد زود هنگام این کالاها می شود. شهردار بجنورد نیز با تکرار وعده شش ماه قبل، بار دیگر وعده ساماندهی این بازارها را تکرار کرد و گفت: شهرداری درصدد است با ساماندهی این بازارها، کار و کسب دستفروشان را قانونمند سازد.



خرمی گفت: هر چند روش نوین "پرساین" برای رفع مشقت صیادان و افزایش سرعت عمل در بهره برداری از این گونه آبی به صیادان معرفی شده با این حال رعایت نشدن استاندارد لازم از نظر ابزار و حجم ادوات مورد استفاده و افزایش بی رویه و غیرمجاز ادوات به ذخایر ماهی مید لطمه وارد کرده و موجب کاهش صید آن شده است.

معاون صید و بنادر صیادی اداره کل شیلات خوزستان تاکید کرد: چنانچه صیادان بخواهند از روشهای سنتی استفاده کنند مانعی وجود ندارد اما بهتر است صیادان به جای ترک این شیوه نسبت به تعدیل ابزار و حجم ادوات مورد استفاده خود اقدام کنند. به گفته خرمی ماهی مید یک گونه آبی است که چنانچه اصولی بسته بندی شود می تواند ارزش اقتصادی داشته باشد. این گونه آبی هم اینک برای مصارف داخلی کاربرد دارد.

دست اندرکاران بسته بندی به بجنورد بروند

بازارهای سنتی بجنورد که زمانی محل مناسبی برای عرضه محصولات محلی، دامی و کشاورزی محسوب می شد اینک به محل تجمع دستفروشان و ارایه محصولات فاقد کیفیت تبدیل شده است.

تغییر محسوس در نوع کالاها و کاهش کیفیت محصولات قابل عرضه در این بازارها در حالی است که محصولات بنجل این بازارها با استقبال گسترده شهروندان بویژه حاشیه نشینان محروم شهر مواجه می شود.

با وجود استقبال حاشیه نشینان از کالاهای فرسوده بازارهای سنتی بجنورد، برخی شهروندان در گفت و گو با خبرنگاری جمهوری اسلامی با انتقاد از بی توجهی مسوولان امر، این کالاها را غیربهداشتی دانسته و خواستار پیشگیری از فروش آنها هستند.

یکی از این شهروندان گفت: فعالیت دستفروشان در "دوشنبه بازار" با استقبال بخش کم درآمد جامعه و روستاییان، رو به گسترش است و این امر سلامت عمومی را تهدید می کند. "زهرا ناصری" معتقد است: دستفروشان در این گونه مکانها با فروش ارزان کالاها هر چند موجب رضایت برخی شهروندان هستند اما فعالیت شان باعث ایجاد مشکلات بهداشتی و شیوع

بسته بندی آب

برنامه ریزی در خراسان شمالی حدود نه هزار و ۷۵۲ چشمه فصلی و دائمی در این استان جریان دارد که سالانه حدود ۹۳۷ میلیون مترمکعب آب توسط آنها تولید می شود.

معاون وزیر نیرو: توزیع آب بسته بندی شده راهکاری برای مصرف بهینه آب است

معاون وزیر نیرو و مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب کشور گفت: توزیع آب بهداشتی و سالم آشامیدنی به صورت بسته بندی شده، راهکاری برای رسیدن به مصرف بهینه آب به ویژه در مناطق کم آب است که اکنون این رویکرد در حال انجام است.

مهندس عباس شفیعی در شیراز افزود: توزیع آب بسته بندی شده سالم و بهداشتی در بخشی از شهرهای قم، اهواز، زاهدان، لامرد و برخی شهرهای دیگر انجام می شود و می توان این الگو را در سایر شهرهای کم آب کشور نیز اجرا کرد.

وی افزود: در عین حال در کنار آب آشامیدنی و سالم شبکه توزیع آب

آب معدنی استان انجام خواهد شد. معاون گردشگری اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری خراسان شمالی در مورد آب معدنی چشمه "بش" قارداش " بجنورد نیز مدعی شد بر اساس شواهد موجود آب این چشمه در برخی از استانها با عنوان آب معدنی "بش قارداش" عرضه می شود.

وی گفت: بررسیها نشانگر فروش آب این چشمه در استان سیستان و بلوچستان است که از سه سال قبل بدون اطلاع اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری صورت می گیرد. او با اشاره به این که سالانه حدود ۳۰ درصد از مسافران عبوری از استان از چشمه بش قارداش دیدن می کنند افزود: ساماندهی توزیع و بسته بندی آب معدنی از این چشمه ضرورت دارد.

وی همچنین گفت: سالانه حدود ۱۰ میلیون مسافر از اقصی نقاط کشور در مسیر سفر خود برای زیارت بارگاه علی بن موسی الرضا (ع) از خراسان شمالی گذر می کنند. او افزود: طبق آخرین آمار سازمان مدیریت و

صنایع بسته‌بندی تعامل کنند اتحادیه صادرکنندگان استان اردبیل تشکیل شد

اتحادیه صادرکنندگان استان اردبیل تشکیل و با برگزاری نخستین انتخابات اعضای آن تعیین شدند. رییس سازمان بازرگانی استان اردبیل، هدف از تشکیل این اتحادیه را سازماندهی و هدفمند کردن فعالیت‌های صادراتی تجار ذکر کرد.

یاور صفرپور در جلسه این اتحادیه گفت: نیاز است با تشویق تولیدکنندگان برای سرمایه‌گذاری در کیفی‌سازی صادرات، بازاریابی متناسب با عرضه و تقاضا و مشتری مداری توسعه صادرات غیرنفتی در این استان مورد توجه قرار گیرد.

وی افزود: بی‌توجهی به این بخش زمینه رکود فعالیت‌های سرمایه‌گذاری را فراهم کرده و موجب بی‌رغبتی تجار و صادرکنندگان می‌شود. وی افزایش انگیزه‌های کاری بازرگان و صادرکنندگان را در گرو ترغیب آنها از طریق اعطای جوایز و تسهیلات تشویقی برشمرد و گفت: در کنار این برنامه‌ها برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی برای معرفی تولیدات استانی به مشتریان خارجی، ارتقای فعالیت گمرکات مرزی و ایجاد تشکلهای صادراتی ضروری است.

صفرپور، نبود تعامل بین تجار، تجربی کار کردن آنها، جهت دار نبودن صادرات، فصلی بودن صادرات و نبود سامانه مدرن بسته‌بندی را از مشکلات توسعه صادرات غیرنفتی استان اردبیل ذکر کرد.

رییس سازمان بازرگانی استان اردبیل اظهار امیدواری کرد با آغاز فعالیت اتحادیه صادرکنندگان بهره‌برداری از توان و قابلیت‌های صادراتی این استان به وضعیت مطلوب برسد.

در این جلسه حمید شمع یار، داور حامدی، عیسی شاهی زارع، رحیم اعتباری، حبیب‌الله مسرت، اکبر شجاع و فرهاد صفری به عنوان اعضای هیات مدیره و بهروز بهرام‌نژاد به عنوان بازرس اتحادیه صادرکنندگان استان اردبیل انتخاب شدند.

کشاورزان روستای سوچلمای خواستار تسهیلات بانکی برای خرید تجهیزات بسته‌بندی هستند

معاون برنامه‌ریزی و اداری مالی استاندارمازندران برگسترش و توسعه کشت گیاهان دارویی در این استان تاکید کرد.

ولی‌الله فرزانه در بازدید از مزارع گیاهان دارویی روستای "سوچلمای" نکا خاطرنشان کرد: استان از توانمندی بسیار خوبی در بخش کشاورزی برخوردار است که باید از آن به نحو مطلوب برای توسعه استفاده کرد.

وی افزود: با توجه به شرایط جغرافیایی و آب و هوایی، استعداد پرورش و کشت انواع گیاهان دارویی در استان وجود دارد و باید با برنامه‌ریزی علمی در این بخش فعالیت کنیم. در این بازدید کشاورزان خواستار رفع مشکل تامین بذر و دیگر نهاده‌های کشاورزی شدند. آنها همچنین خواستار استفاده از تسهیلات بانکی برای تهیه دستگاهها و احداث سالن‌هایی برای خشک کردن گل گاو زبان و بسته‌بندی مناسب آن شدند. استان مازندران با توجه به شرایط اقلیمی خود، مجموعه‌ای از گیاهان دارویی را در خود دارد. اکنون در روستای سوچلمای نکا سالانه یازده تن گل گاو زبان برداشت می‌شود که می‌توان با مدیریت علمی و تهیه امکانات لازم در هر هکتار پانصد کیلوگرم از این محصول را برداشت کرد.

طرح بسته‌بندی سبزی در زرنند کرمان

رئیس شرکت تعاونی روستایی زرنند گفت: ۳۵ نمایندگی فروش این شرکت در مناطق مختلف شهرستان زرنند بر اثر زلزله اخیر بین ۵۰ تا صد درصد خسارت دیده‌اند. علی زارعی روز دوشنبه در جلسه شورای برنامه‌ریزی سازمان تعاون روستایی استان کرمان که در زرنند برگزار شد افزود: متأسفانه تاکنون هیچ گونه اعتباری برای بازسازی این نمایندگی‌ها اختصاص نیافته است. وی گفت: بازسازی این فروشندگی‌ها نیازمند تامین حدود دو میلیارد ریال اعتبار است. وی همچنین از تصویب اجرای طرح‌های تولیدی بسته‌بندی سبزی، میوه خشک، پسته بو داده و کود سوپرفسفات در قالب تعاونی در این شهرستان خبر داد.

مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب کشور گفت: هشت استان کشور در ردیف استان‌های اولویت دار و آسیب پذیر از خشکسالی قرار دارند و فارس نیز در ردیف استان‌های آسیب پذیر از خشکسالی است که طرح‌های ویژه تامین آب در آن اجرا می‌شود

وی افزود: قیمت تمام شده آب آشامیدنی در شهرهای کشور هر متر مکعب حدود دوهزار ریال است در حالی که این آب با بهای هر متر مکعب ۴۰۰ ریال به مصرف‌کننده داده می‌شود، با این توصیف به ازای هر ۱۰ ریال آب بهایی که مصرف‌کننده می‌پردازد ۸۰ ریال از طرف دولت پرداخت می‌شود تا آب به دست مصرف‌کننده برسد.

شفیعی گفت: شرکت آب و فاضلاب استان فارس با ۲۴۰ میلیارد ریال زیان انباشته شده رو برو است و در مقایسه با درآمد سالانه ۲۰۰ میلیارد ریالی این شرکت، تامین آب مردم در این استان مشکل و دشوار است.

وی همچنین به وجود طرح‌های نیمه تمام معادل ۲۳۵ هزار میلیارد ریال در سطح کشور اشاره کرد و گفت: با روند فعلی ۱۰ سال طول می‌کشد تا طرح‌های نیمه تمام به اتمام برسد.

لب شور برای مصارف بهداشتی نیز در این شهرها فعال است و مردم برای مصارف غیر شرب از آب شهری استفاده می‌کنند. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب کشور گفت: اگر مردم الگوی مصرف حداکثر ۱۵۰ لیتر آب در شبانه روز را رعایت می‌کردند بسیاری از مشکلات تامین آب شرب که اکنون در شهرها وجود دارد رفع می‌شد.

وی افزود: منابع آب شیرین هر روز از محدوده شهرهای کشور دورتر می‌شود اکنون در مناطقی از استان فارس از جمله فسا، لامرد، لار، جهرم، آباد و کازرون آب از فاصله بیش از ۵۰ کیلومتری به شهرها منتقل می‌شود. شفیعی با بیان این که کلان شهرها از جمله کلان شهر شیراز مشکلات خاص خود در تامین آب را دارند گفت: برای افق بلند مدت شیراز برنامه ریزی شده تا با احداث خط دوم انتقال آب از سد درودزن به این شهر، سالانه ۸۰ میلیون متر مکعب آب به ظرفیت آب شرب این کلان شهر افزوده شود. وی افزود: این طرح مراحل مطالعاتی خود را گذرانده و امسال مرحله اجرایی آن آغاز خواهد شد. سد درودزن از توابع شهرستان مرودشت در شمال شیراز قرار دارد.

کارخانه بسته بندی محصولات کشاورزی خلخال به کارگاه عروسک سازی تبدیل شد

فرماندار خلخال گفت: کارخانه بسته بندی محصولات کشاورزی دهستان شال این شهرستان به کارگاه عروسک سازی تبدیل شده است. محسن عیدی در بازدید از این کارخانه عملکرد ضعیف مسوولان جهاد کشاورزی خلخال در نظارت کافی بر فعالیت این واحد تعاونی را دلیل این مشکل دانست.

وی گفت: این در حالی است که کمتر از ۹ ماه از افتتاح این کارخانه که با کمک مالی بلاعوض ژاپن با هدف توانمندسازی زنان محروم دهستان شال راه اندازی شد، می گذرد. وی افزود: هم اکنون تمام دستگاههای بسته بندی این تعاونی صنعتی کشاورزی که ۴۰۰ نفر عضو دارد، خوابیده و زنان دهستان شال به ساخت عروسک در آن مشغول هستند.

مسوول تعاونی زنان دهستان شال هم در این بازدید علت تعطیلی این کارخانه را نبود سرمایه در گردش و حمایت نکردن دستگاههای اجرایی این شهرستان در پرداخت تسهیلات بانکی به این تعاونی پرشمرده و خواستار رسیدگی به وضعیت آن شد.

شهرستان خلخال با ۱۰۵ هزار نفر جمعیت در ۱۱۵ کیلومتری جنوب اردبیل واقع است.

پیامی به صادرکنندگان سیب زمینی

گونی سیب زمینی را کوچکتر کنید و جایزه بگیرید

مدیرکل توسعه صادرات و خدمات وزارت بازرگانی از دستورالعمل اعطای مشوقهای صادراتی در سال ۸۴ جهت پرداخت یارانه حمل و نقل به صادرکنندگان محصولات میوه و تره بار از جمله سیب زمینی در بخش های هوایی، جاده ای و دریایی به ازای صدور هر کیلوگرم محصول بین ۲۰۰ تا هزار ریال یارانه حمل و نقل خبر داد.

این مقام وزارت بازرگانی همچنین در خصوص سقف جوایز صادراتی سیب زمینی گفت: سقف جوایز صادراتی سیب زمینی در سال ۸۴ بر اساس نوع بسته بندی، میزان ارزش افزوده ایجاد شده در محصول و مزیت رقابتی آن تا سقف چهار درصد افزایش یافته و به صادرکنندگان پرداخت می شود.

جلالی پور افزود: در صورت صدور محصول سیب زمینی به بازارهای جدید، یک درصد جایزه اضافی به صادرکنندگان پرداخت می شود.

وی گفت: پرداخت ۲۰ تا ۵۰ درصد هزینه های مربوط به برپایی غرفه و غرفه آرایشی واحدها و بنگاههای صادراتی حاضر در نمایشگاههای تخصصی و بین المللی در کشورهای مختلف و نیز هیاتهای تخصصی بازاریابی اعزامی برای دستیابی به بازارهای جدید صادراتی از دیگر اقدامهای انجام شده در این بخش است.

بسته بندی و توت فرنگی

برای کاهش ضایعات توت فرنگی در پدهای ۶۰۰ و ۹۰۰ گرمی بسته بندی می شود

به منظور کاهش ضایعات، برای نخستین بار طرح الگویی بسته بندی توت فرنگی در پدهای ۶۰۰ و ۹۰۰ گرمی در استان کردستان اجرا می شود. شاپور عباسی مدیر باغبانی سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان با اعلام این خبر گفت: امسال از محل اعتبارات طرح های عمرانی تعداد زیادی بسته از جنس پد خریداری شده و در اختیار توت فرنگی کاران اسان در دو منطقه عمده تولید یعنی شهرستان های سنندج و کامیاران قرار گرفته است.

وی در ادامه افزود: طبق این طرح، توت فرنگی پس از سرد کردن اولیه در این بسته ها قرار می گیرد که این امر موجب کاهش ضایعات محصول و طولانی تر شدن مدت ماندگاری آن خواهد شد.

مهندس عباسی با اشاره به این که توت فرنگی جز محصولاتی است که با ضایعات بسیاری به دست مصرف کننده می رسد، گفت: بسته بندی توت فرنگی در این پدها باعث می شود که محصول نسبتاً سالم به دست مصرف کننده برسد و زمان ماندگاری آن به حدود یک هفته افزایش یابد.

با توجه به این که استان کردستان رتبه اول تولید توت فرنگی را داشته و تولید سالانه بیش از ۳۰ هزار تن آن زمینه اشتغال و تامین درآمد بیش از ۱۰ هزار خانوار روستایی را فراهم کرده شرایط مناسب برای بسته بندی این محصول آماده شد.

حیبی، مدیر صنایع کشاورزی و روستایی سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان نیز در این زمینه اعلام کرد: با توجه به افت و ضایعات ۳۵

درصدی توت فرنگی درصدد بسته بندی توت فرنگی برآمدیم، از آن جایی که ظروف مخصوص این کار در داخل کشور وجود نداشت در این زمینه پروسه ای تعریف و پس از شناسایی ظروف بسته بندی مخصوص این کار، با پیگیری های لازم بالاخره در سال ۸۵ تولید این ظروف پس از طی مراحل آزمایشی به مرحله تولید انبوه که از نوع PET است، رسید.

وی در ادامه گفت: با توجه به این که توت فرنگی از محصولات فسادپذیر است، باید سریعاً به بازار مصرف عرضه شود، روش جدید را پس از چیدن توت فرنگی در مزرعه و قرار دادن آن در ظرف های مخصوص و نصب برچسب و قرار گرفتن در کارتی مخصوص برای سرد کردن اولیه به داخل پیش سردکن با پری تولینگ حمل می شود و پس از سرد شدن به بازار مصرف و یا نگهداری در سردخانه حمل می شود

حیبی اظهار داشت: امیدواریم با این روش ضمن کمک به افزایش توان مالی و اقتصادی خانوارها دست دلان کوتاه و درآمد واقعی به خانوارهای زحمت کش روستایی برگردد. وی افزود: هدف ما از این طرح این است که از ضایعات ۳۵ درصدی آن تا حد زیادی بکاهیم. مدیر صنایع کشاورزی روستایی سازمان جهاد کشاورزی کردستان در پایان گفت: برای ترویج این روش حدود ۱۵۰ میلیون ریال در بخش اعتبارات ترویجی هزینه شده و مابقی هزینه ها به عهده بخش خصوصی است.

یک سوم محصول توت فرنگی کردستان به دلیل نبود صنایع

تبدیلی از بین می رود

جمعی از توت فرنگی کاران کردستانی می گویند: عدم وجود صنایع جانبی، تبدیلی و تجهیزات سردخانه ای سالانه خسارتهای زیادی به توت فرنگی کاران استان وارد می کند.

اخبار بسته‌بندی

میلیون تن خواهد رسید. این درحالیست که در جدول تولید و صادرات خرما ایران همچنان در سکوی آخر ایستاده است. وی اظهار امیدواری کرد با ایجاد بازار رقابتی و احداث کارخانه‌های بسته‌بندی ایران بتواند حضور خود را در بازارهای بین‌المللی خرما تثبیت کند.

مدیر کل یونیدو از واحدهای صنعتی خرما فارس بازدید کرد

ابراهیم اقتصادی: مدیر کل و کارشناسان پروژه یونیدو از واحدهای صنعتی خرما در استان فارس بازدید کردند، محمد حسن کرد کارشناس نخیلات و هماهنگ کننده پروژه یونیدو در سازمان جهاد کشاورزی فارس با اعلام این خبر گفت: در یک برنامه سه روزه تعدادی از واحدهای صنعتی خرما در فارس توسط مدیر کل پروژه و مدیر صنایع کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی فارس مورد بازدید قرار گرفت و در ارتباط با تسریع در اجرای عملیات GMP و HACCP مطابق با شرایط استاندارد اعلام شده مقرر شد ظرف دو ماه عملیات در واحدهای صنعتی منتخب به اتمام برسد. وی در ادامه افزود: هم چنین به منظور بررسی و تبادل اطلاعات در خصوص واحدهای منتخب طرح یونیدو و نیز فراهم ساختن زمینه اجرایی این پروژه در سایر واحدهای صنعتی جلسه‌ای با حضور صاحبان صنایع بسته‌بندی و فرآوری خرما و واحدهای تخصصی در سازمان جهاد

جلالی پور، اعمال سیاستهای تشویقی جهت ترغیب صادرکنندگان نسبت به اصلاح شیوه بسته‌بندی سیب زمینی از گونی‌های ۵۰ به ۳۰ کیلوگرمی و کمتر مطابق با نیاز بازارهای صادراتی، تثبیت نرخ حمل تعرفه کرایه حمل شرکت کشتیرانی والفجر هشت در سالهای ۸۲ و ۸۳ از طریق پیش‌بینی یارانه مناسب تنها جهت محموله‌های صادراتی میوه و تره‌بار و گل و گیاه به منظور افزایش قدرت رقابت‌پذیری صادرکنندگان کشور را از جمله فعالیتهای انجام شده در این بخش نام برد.

ایران از بازار جهانی خرما عقب مانده است

مهندس سیدعلی اصغر موسوی، مدیرفنی مجتمع صنعتی بوشهر در جمع خبرنگاران با اعلام این مطلب گفت: هرچند از سه سال گذشته با شروع جنگ بین عراق و آمریکا و در غیاب این کشور ایران می‌توانست حضور خود را در بازارهای جهانی تثبیت کند، تاکنون اقدام قابل توجهی برای ورود در بازارهای بین‌المللی نکرده است، وی گفت: در غیاب کشور عراق که ۷۰ درصد خرما دنیا را تأمین می‌کرد کشورهایی نظیر عربستان، مصر، تونس، الجزایر و امارات متحده عربی بازار جهانی را در اختیار گرفته‌اند. موسوی خاطرنشان کرد: کشور عربستان با استفاده از این فرصت تولید خود را از دو سال گذشته از ۳۵۰ هزار تن در سال به یک میلیون و ۲۰۰ هزار تن افزایش داد و حجم تولید خرما این کشور تا دو سال آینده به دو

” قزل اوزن ” و دیگری وابسته به شرکت سرمایه‌گذاری غرب کشور در کردستان ساخته شود که هر دو کارخانه نیمه‌کاره رها شده است. برای کارخانه ” قزل اوزن ” حدود پنج میلیارد ریال هزینه شده و حتی ماشین‌آلات و سوله شش هزار متری آن آماده است ولی به علت اختلاف بانک عامل، تکمیل طرح متوقف شده است. کارخانه دوم که مربوط به شرکت صنایع سازمان توسعه و ترویج می‌باشد، گفته می‌شود در سال ۸۵ به بهره‌برداری می‌رسد.

یکی از کارشناسان جهاد کشاورزی کردستان در این زمینه گفت: توت فرنگی به عنوان یکی از تولیدات اصلی و مهم این استان باید مورد توجه جدی مسوولان قرار گیرد.

”بهنام پاک ضمیر” افزود: بخش عمده‌ای از توت فرنگی تولیدی کردستان به دیگر استانهای کشور صادر می‌شود، که باعث ضایع شدن قسمت زیادی از این محصول در طول مسیر می‌شود.

وی اضافه کرد: در صورت ایجاد صنایع تبدیلی از جمله کارخانه‌های ساندیس سازی علاوه بر جلوگیری از ضایع شدن محصول، فرصتهای شغلی زیادی برای مردم منطقه ایجاد می‌شود.

وی افزود: صادرات توت فرنگی به منظور استفاده در صنایع تبدیلی به دیگر استانهای کشور موجب افزایش هزینه و قیمت این محصول برای کارخانه‌های تبدیل‌کننده شده است. وی گفت: این امر علاوه بر افزایش هزینه برای تولیدکنندگان، موجب کاهش قیمت خرید آن از کشاورزان و ضرر و زیان مالی به آنان و در نتیجه کاهش استقبال به کشت و تولید این محصول می‌شود.

یک کارشناس دیگر کشاورزی هم، نبود امکانات بسته‌بندی مناسب و حمل و نقل مناسب را از دیگر مشکلات تولید توت فرنگی در استان کردستان ذکر کرد.

این افراد اظهار داشتند: به دلیل نبود امکانات، حمل و نقل نامناسب و وجود دلالان و واسطه‌ها سالانه میلیونها ریال خسارت به کشاورزان کردستان وارد می‌شود.

یکی از توت‌فرنگی‌کاران سنندجی گفت: با توجه به زحماتی که کشاورزان در امر کاشت، داشت و برداشت توت فرنگی دارند، درآمد این محصول به دلیل ضایعات زیاد آن بسیار کم است.

”رامین احمدی” افزود: توت فرنگی محصولی است که در زمان کمی فاسد می‌شود و نبود صنایع تبدیلی و راه‌های نامناسب روستایی به این امر شدت بخشیده است. یکی از توت‌فرنگی‌کاران سروآبادی می‌گوید: برای بسته‌بندی کردن محصولات خود مجبورند محصولات خود را روانه مرکز استان یا دیگر استانها کنند به این دلیل محصولات خود را به ناچار به قیمت ارزان در اختیار واسطه‌ها و دلالان قرار می‌دهند.

”محمد شریفی” افزود: حمایت نکردن مسوولین از باغداران و وجود دلالان و واسطه‌ها، باعث شده که توت فرنگی کاران کردستان به رغم وجود زحماتی که در طول سال می‌کشند، سود چندانی دریافت نکنند.

به گفته وی، این امر باعث بی‌رغبتی باغداران برای کشت این محصول می‌شود و بیکاری این قشر را نیز به دنبال خواهد داشت. تولید توت فرنگی در این استان در صورت توسعه صنایع تبدیلی نقش بسزایی در اقتصاد مردم منطقه و ایجاد فرصتهای شغلی دارد.

سالانه حدود سی درصد محصول توت فرنگی استان به دلیل نبود تجهیزات سردخانه‌ای و صنایع تبدیلی هدر می‌رود. عمده‌ترین مشکلات فرآوری کشاورزان استان نبود کارخانه فرآوری و بسته‌بندی می‌باشد، اگر چه مسوولان و بخش خصوصی اقداماتی انجام داده‌اند اما تاکنون نتیجه مطلوبی نداشته است. قرار بود دو کارخانه یکی توسط بخش خصوصی در

دولت ایران از جمله وزارت جهاد کشاورزی بهره می برد و تنها به ارائه مشاوره و کمک های فنی و علمی در این زمینه می پردازد. وی خاطر نشان کرد: در حال حاضر یک کارخانه کوچک به صورت آزمایشی در جنوب ایران ایجاد شده تا برای بسته بندی خرما، امکانات و فعالیت لازم مورد ارزیابی قرار گیرد. به گفته برنارد علاوه بر این دوره های آموزشی لازم نیز در ایران و کشورهای مختلف برای دست اندرکاران این بخش از سوی سازمان توسعه صنعتی ملل متحد برگزار می شود.

بسته بندی در دستور کار مدیر جدید سازمان تعاون روستایی استان بوشهر

محمدعلی شم آبادی رییس هیات مدیره و مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران طی حکمی حسن محمد دوست را به عنوان مدیر سازمان تعاون روستایی استان بوشهر منصوب کرد. در این حکم شم آبادی وجود دیرینه فرهنگی و تاریخی برجسته استان و ظرفیت های بالقوه کشاورزی و صنعتی بوشهر را عرصه ای برای اقدامات موثر برای تقویت و

کشاورزی فارس برگزار شد. وی تصریح کرد: در این جلسه ضمن برشمردن پتانسیل های بالقوه تولید خرما در کشور و در استان فارس و مزیت های نسبی آن توسط مدیر کل پروژه یونیدو، کارشناسان متخصص در خصوص بسته بندی و فرآوری این محصول و ساماندهی تکنولوژی وابسته به آن جهت جلوگیری از ضایعات بحث و تبادل نظر کردند.

نماینده یونیدو در ایران:

طرح بهینه سازی تولید خرما تا دو سال دیگر به پایان می رسد

همشهری: طرح اصلاح و بهینه سازی تولید و بسته بندی خرما و کاهش ضایعات تولید این محصول کشاورزی در ایران با همکاری سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) در ایران از ۵ سال پیش در حال اجراست. ژان لوک برنارد نماینده رسمی یونیدو در ایران در این زمینه افزود: اجرای این طرح که دو سال دیگر باید ادامه یابد ضمن افزایش کیفیت خرمای تولیدی در ایران، بازارهای صادراتی وسیعتری برای این محصول فراهم می کند. وی خاطر نشان کرد: سازمان یونیدو در این طرح از کمک های مالی

بسته بندی و صنایع دستی

نشست های "خلاقیت و نوآوری" و "تبلیغات و بسته بندی" صنایع دستی برگزار شد

نشست های تخصصی "خلاقیت و نوآوری" و "تبلیغات و بسته بندی" صنایع دستی روز دوشنبه در حاشیه نمایشگاه سراسری صنایع دستی ایران در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران برگزار شد. مدیر آموزش و تحقیقات سازمان صنایع دستی ایران و دبیر کمیته فنی نمایشگاه یادشده، هدف از برگزاری این نشستها را ارتقا کیفی صنایع دستی در زمینه تولید و نحوه عرضه و فروش محصولات صنایع دستی اعلام کرد. به گفته "مهرداد امیرآقایی"، در این نشستها نمایندگان از سی استان شرکت کننده در نمایشگاه حضور داشتند. وی، برگزاری این نشستها را در رفع مشکلات فعالان صنایع دستی در زمینه های یاد شده موثر خواند و گفت: مدیریت آموزش و تحقیقات سازمان صنایع دستی ایران آماده ارایه کمک و راهنمایی به هنرمندان و صنعتگران در خصوص نحوه عرضه و فروش محصولات محصولات آنان است. وی همچنین بر لزوم تداوم برگزاری چنین نشستهایی به منظور ارتقا هرچه بیشتر صنایع دستی تاکید کرد.

ابراهیم حقیقی:

یکی از مشکلات صنایع دستی ایران بسته بندی نامناسب است

یک استاد گرافیک، مهمترین وظیفه سازمان صنایع دستی ایران را حمایت و هدایت صنعتگران این بخش عنوان کرد. استاد "ابراهیم حقیقی" در حاشیه نمایشگاه سراسری صنایع دستی ایران، افزود: این اقدام باید با تشکیل کمیته های مرتبط با هر رشته و شناسایی کارگاه های مربوطه صورت گیرد. وی بر لزوم اتخاذ سیاست های حمایتی از کارگاه های فعال در رشته های مختلف صنایع دستی تاکید کرد و گفت: یکی

از این سیاستها می تواند معافیت از پرداخت مالیات برای کارگاه های فعال باشد. وی یکی از مشکلات صنایع دستی ایران را بسته بندی نامناسب برخی تولیدات دانست و اظهار داشت: این تولیدات بدون بسته بندی خاصی به مشتریان عرضه می شود که این امر، نقطه ضعف بزرگی برای صنایع دستی است. وی سپس به برگزاری نمایشگاه سراسری صنایع دستی اشاره کرد و گفت: تشکیل چنین نمایشگاههایی به علت تامین نیاز افراد و ایجاد زمینه برای رقابت تولیدکنندگان مثبت است. حقیقی در عین حال زمان برگزاری این نمایشگاه را به علت همزمانی آن با رقابت های جام جهانی فوتبال نامناسب خواند و تصریح کرد: این امر سبب کم توجهی افراد به نمایشگاه صنایع دستی شده است.

آموزش بسته بندی، مهمترین برنامه سازمان صنایع دستی همدان در سال ۸۵

رییس سازمان صنایع دستی استان همدان اعلام کرد: بیش از هشت هزار کارگاه صنایع دستی با اشتغال بیش از ۱۸ هزار نفر در استان همدان فعال است. "علی وحدتی" در محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران افزود: صنایع دستی وجه غالب اشتغال روستاییان استان همدان را تشکیل داده است. وی ادامه داد: صنایع دستی شاخص استان همدان شامل سفال و سرامیک، چرم و منبت است، اما علاوه بر سه رشته شاخص یادشده، حدود ۱۸۰* رشته صنایع دستی دیگر در استان شناسایی شده است که هنرمندان در ۵۰* رشته آنها فعال هستند. وحدتی گفت: با توجه به قدمت تاریخی استان همدان، صنایع دستی آن به لحاظ تنوع از جایگاه خاصی برخوردار است و این استان از معدود استانهایی است که در آن ۱۲ کانون صنایع دستی وجود دارد. به طوری که به عنوان مثال در یک روستا حدود یک هزار کارگاه منبت کاری، در روستایی دیگر ۹۰ کارگاه قاب سازی و یا شهر لاله چین که ۹۰ درصد اشتغال مردم آن در بخش سفال سازی است.

وی در مورد راهکارهای رشد و توسعه صنایع دستی اظهار داشت: با توجه به اینکه اغلب تولیدکنندگان صنایع دستی از امکانات مالی مطلوبی

کمک به تامین هدف‌های توسعه کشور، توسعه مهارت‌های مدیریتی در صنعت و ترویج کارآفرینی در میان دانشجویان و فارغ‌التحصیلان مدیریت صنعتی و دستیابی به چشم‌انداز بیست ساله کشور است. دستیابی به این هدف‌ها با رعایت داشتن صنعت قوی و دارای مزیت رقابتی در بازار جهانی است. وی افزود: موضوع برجسته در فرآیند توسعه کشور، توسعه کارآفرینی است که در حال حاضر قابلیت‌های منابع انسانی متخصص کشور به ویژه مدیریت مناسب این انتظارات نیست که در واقع دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها دارای قابلیت‌های کارآفرینی نیستند و ساختارهای لازم برای توسعه کارآفرینی وجود ندارد. همچنین در اختتامیه همایش ملی مدیریت صنعتی بیانیه‌ای صادر شد که از اهم موارد مطرح شده در آن، تاسیس انجمن مدیریت صنعتی ایران، تحول در نظام آموزشی دانشگاه برای ایجاد قابلیت‌های مدیریت صنعتی و کارآفرینی در دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، فضا و محیط کسب و کار به سمت رقابتی شدن و شایسته‌سازی اصلاح شود که این اصلاح در دو درس مدیریت کسب و کارهای کوچک و متوسط و اضافه شدن مبانی کارآفرینی به رشته مدیریت صنعتی است.

توسعه تشکلهای تعاونی و جذب سرمایه‌ها، توسعه صنایع تبدیلی، بسته‌بندی و بازاریابی دانست که زمینه را برای خدمات بخش کشاورزی و روستایی فراهم کرده است. مدیرعامل سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران در این حکم اظهار امیدواری کرد با اتکال به عنایات الهی و بهره‌گیری کامل از مساعدت‌های تمامی سازمان‌ها، کارشناسان و همکاران سازمان تعاون روستایی استان مدیریت جدید در انجام وظایف محوله موفق باشد.

انجمن مدیریت صنعتی ایران تاسیس می‌شود

ابرار اقتصادی: انجمن مدیریت صنعتی ایران تحت نظارت علوم تحقیقات و فناوری تشکیل می‌شود. دبیرخانه اولین همایش ملی مدیریت صنعتی ایران اعلام کرد: این انجمن با هدف یکپارچه‌سازی و هدایت تفکر مدیریت صنعتی و با همکاری اعضای هیات علمی و دانشجویان دانشگاه‌ها، مدیران و کارشناسان صنعت و مشاوران صنعتی تشکیل می‌شود. سعید صفری دبیر همایش گفت: هدف اصلی برگزاری این همایش

فعالیت‌های صنایع دستی ایران، ارتقا جایگاه صنایع دستی ایران در بازارهای جهانی و تلاش در جهت بهبود وضعیت معیشتی هنرمندان، صنعتگران و دست‌اندرکاران صنایع دستی ایران است.

اهداف بخش صنایع دستی در برنامه بیست ساله تدوین شده شامل پیگیری مجموعه‌ای از اهداف اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و اتخاذ رویکرد اهداف ترکیبی در جهت دستیابی به پایداری در صنایع دستی می‌باشد.

در این سند آموزش نیروی انسانی ماهر و مجرب مورد نیاز در سطوح مدیریتی، کارشناسی و رده‌های عملیاتی، ارتقای کیفی تسهیلات و خدمات صنایع دستی و ارتقای کیفیت صنایع دستی جدید ایرانی مورد تاکید قرار گرفته است. مهمترین اهداف اجتماعی و فرهنگی در سند چشم‌انداز بیست ساله افزایش سطح تامین و رفاه اجتماعی هنرمندان، صنعتگران و عرضه‌کنندگان صنایع دستی کشور است.

در این سند، جذب سرمایه‌های راکد استان به فعالیتهای مولد در بخش صنایع دستی، جذب سرمایه داخلی و خارجی از طریق رونق فعالیتهای تولید صنایع دستی، رونق بخشیدن به مشاغل خرد و جانی در تمام حوزه‌های ذیربط، برنامه - ریزی کلان اقتصادی در ساختار مدیریتی به‌عنوان راهکارهای دستیابی به اهداف اقتصادی معرفی شده است.

برای رسیدن به اهداف اقتصادی باید سیستم بسته‌بندی محصولات صنایع دستی متناسب با مشتری‌مداری ایجاد و شبکه بانکی نیز در امور صنایع دستی بخصوص در شهرها، بخشها و روستاهای دور افتاده تقویت شود. در این سند ضمن اشاره بر ضرورت بازاریابی، شناسایی بازارهای هدف و چگونگی دستیابی به این بازارها، بسط و توسعه راهبردهای بازاریابی متناسب با مشتری‌مداری بخصوص در کشورهای توسعه یافته، شناسایی الگوهای مورد علاقه بازارهای داخلی و خارجی، ایجاد سیستم بازاریابی هوشمند، ارتقا فعالیتهای آموزشی بازاریابی برای تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان، کشف مزیت‌های جدید رعایتی در بازار جهانی و تصویب مقررات متناسب و بهتر در کشور مورد تاکید قرار گرفته است.

برخوردار نیستند، اعطای یارانه برای تولید، صادرات و یا خرید تجهیزات و همچنین پرداخت تسهیلات ارزان قیمت و دراز مدت می‌تواند در ارتقاء این هنر - صنعت موثر باشد. وحدتی گفت: میزان صادرات صنایع دستی استان در سال گذشته به حدود هشت میلیون دلار رسید که نسبت به سال ۸۳ که رقمی حدود سه میلیون دلار بود، افزایش قابل توجهی داشت. وی عمده‌ترین کالاهای صنایع دستی صادر شده از استان همدان را شامل فرش، سفال و سرامیک و دیگر رشته‌های صنایع دستی برشمرد و افزود: این اقلام به کشورهای حوزه خلیج فارس، اسپانیا، انگلیس، هلند و آلمان صادر شد. وحدتی مهمترین برنامه سال ۸۵ صنایع دستی استان همدان را افزایش رشته‌های آموزشی شامل برنامه‌های آموزشی کوتاه، میان و بلند مدت، آموزش طراحی و بسته‌بندی و همچنین بازاریابی به ویژه در خارج کشور ذکر کرد.

وی با بیان این‌که آموزش در صدر برنامه‌های سال جاری صنایع دستی همدان قرار دارد، تاکید کرد: رشد و توسعه صنایع دستی در بخش تولید و صادرات، از طریق آموزش میسر است. وحدتی یکی از برنامه‌های بلند مدت آموزشی صنایع دستی استان را تربیت نیرو از طریق مراکز علمی - کاربردی ذکر کرد و افزود: در زمان حاضر یکصد دانشجو در رشته سفال و سرامیک و همچنین سرامیک هنری در مقطع کاردانی در استان در حال تحصیل هستند. وحدتی در پایان صنایع دستی را با گردشگری مرتبط دانست و گفت: گردشگری می‌تواند در رونق صنایع دستی، موثر باشد.

در نظر گرفتن نقش مهم برای بسته‌بندی

در برنامه توسعه بیست ساله صنایع دستی کشور

سازمان صنایع دستی با الهام از تاکیدات مسئولان عالی کشور در خصوص سیاستگذاری، برنامه ریزی و بازاریابی جهانی صنایع دستی ایران برنامه بیست ساله‌ای را در قالب چشم‌انداز توسعه صنایع دستی تدوین کرده است. سیاستهای کلان مورد تاکید در برنامه چشم‌انداز توسعه بیست ساله صنایع دستی و هنری کشور، نفی تصدی‌گرایی غیرضروری دولتی در نظام

نماینده یک شرکت اروپایی:

ورود های تک به ایران در شرایط فعلی سخت شده است

در تجارت با اروپا دچار مشکل شده ایم. سامان باقری مدیرعامل بازرگانی باقری در حاشیه برگزاری نمایشگاه صنایع غذایی و کشاورزی ایران ضمن اعلام این مطلب به خبرنگار ماهنامه صنعت بسته بندی افزود: "پیش از این در تجارت با اروپا LC های تایید نشده را آنها تایید می کردند. متأسفانه در حال حاضر وضع به گونه ای شده که بعضی از کشورها هیچ نوع گشایش اعتباری را تایید نکرده و حتی حواله مستقیم را هم قبول نمی کنند."

باقری از سوی دیگر مشکل تولیدکنندگان داخلی برای خرید تجهیزات و فن آوری های پیشرفته را کمبود اعتبارات و بالا بودن بهره ها می داند و معتقد است که این مسائل تولید را می خواباند. وی می افزاید: "در این حالت بار بر دوش مشتریان ما می افتد و آنها را بلا تکلیف می کند."

وی که شرکت متبوعش نمایندگی دو شرکت بزرگ اروپایی سازنده خطوط بسته بندی است در باره حضور شرکت های خارجی در نمایشگاه آگرو فود امسال می گوید: "اکثر شرکت های اروپایی حاضر در نمایشگاه امسال به واسطه سابقه پیشین خود و فروشهایی که داشته اند آمده اند اگر نه با وجود کاهش اعتبارات کار خاصی انجام نمی شود. اینها تنها برای حضور در صحنه این جا هستند." وی درباره شرکت هاسیا و کیفیت محصولاتش گفت: "در ظاهر هاسیا گرانترین ماشین آلات در نوع خود است. اینها خود

را بنز صنعت خود می دانند. اما اگر دقت کنیم این ماشینها نه تنها گران نیستند بلکه باصرفه تر هستند. یک ماشین هاسیا بین نود و پنج تا نود و هفت درصد راندمان کاری دارد. نکته مهم این است که این راندمان دوام خوبی هم دارد. به این معنی که سرعت استهلاک و افت راندمان ماشینهای رقیب بسیار زیادتر است. گرانی اولیه این ماشین در بالا بودن و استمرار راندمان بالای آن محاسبه شده و بصره است. شاهد این مدعا یکی از تولیدکنندگان مواد لبنی در ایران است که به گفته خودش از سال هزار و سیصد و پنجاه و دو که دستگاه هاسیا را خریده تا کنون نیاز به هیچ قطعه ای پیدا نکرده است."

بانک توسعه اسلامی ۷ میلیون یورو به آلومینیوم پارس وام می دهد

ابرار اقتصادی: بانک توسعه اسلامی در نامه ای به سازمان سرمایه گذاری و کمکهای اقتصادی و فنی ایران موافقت خود را با پرداخت هفت میلیون یورو وام به شرکت ایرانی آلومینیوم پارس اعلام کرد.

این وام به منظور تامین مالیات عملیات تجاری واردات به شرکت ایرانی آلومینیوم پارس پرداخت می شود. شرکت پارس آلومینیوم مجاز است با استفاده از این وام مواد خام، ماشین آلات و قطعات یدکی مورد نیاز خود را وارد کند. در موافقتنامه بانک توسعه صادرات آمده است، چنانچه شرکت آلومینیوم پارس مواد خام، ماشین آلات و قطعات یدکی مورد نیاز خود را از

قوانین و بخشنامه ها

عرضه و فروش نان های فاقد پروانه ساخت در سوپرمارکت ها ممنوع اعلام شد

وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی با صدور اطلاعیه ای، عرضه و توزیع نان های فاقد پروانه ساخت را در سوپرمارکت ها، ممنوع اعلام کرد. به گزارش روابط عمومی این وزارتخانه، در این اطلاعیه آمده است: طبق قانون مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی، عرضه و فروش مواد غذایی بسته بندی شده بدون درج مشخصات کامل ممنوع است و با متخلفان برابر مقررات رفتار خواهد شد.

بر اساس این اطلاعیه، تنها نان های دارای پروانه ساخت، مجاز به عرضه در سوپرمارکت ها هستند و افزودنی های مورد مصرف در این نانها نیز باید از نوع مجاز و دارای پروانه ساخت باشند.

سوپرمارکت ها و مراکز عرضه مواد غذایی و فروشگاههای بزرگ برای حفظ و ارتقای سلامت جامعه از خرید و فروش مواد غذایی غیرمجاز و بسته بندی نامشخص بویژه نانهای سرد و سوپری غیرمجاز خودداری کنند. تمامی نان های فاقد پروانه ساخت در سوپرمارکت های استان تهران، توسط بازرسان بهداشت محیط از سطح عرضه جمع آوری خواهد شد.

روابط عمومی وزارت بهداشت در این اطلاعیه از هموطنان و مصرف کنندگان خواسته است تا از خرید نان های بسته بندی شده فاقد مشخصات خودداری و در صورت مشاهده آن به نزدیکترین مرکز بهداشتی، درمانی محل مراجعه و کارشناسان بهداشت محیط مستقر در این مراکز را مطلع کنند.

رییس سازمان حمایت از مصرف کنندگان:

تولیدکنندگان مواد لبنی موظف به درج نرخ مصوب بر روی بسته بندی کالاهایشان هستند

معاون وزیر بازرگانی در خصوص نرخ مواد لبنی گفت: تولیدکنندگان مواد لبنی باید از ابتدای هفته آینده با تعرفه متعادل و افزایش حداکثر مجاز دوازده درصد مواد لبنی را به مردم عرضه کنند.

علی اکبریان اظهار داشت: با توجه به افزایش دوازده درصدی مواد اولیه (شیر) مواد لبنی، افزایش بیست درصدی فرآورده های لبنی پذیرفتنی نیست و رشد بیش از میزان اعلام شده نیز غیرقانونی است.

رییس سازمان حمایت از مصرف کنندگان و تولیدکنندگان افزود: تولیدکنندگان مواد لبنی به اعلام قیمت مصرف کننده براساس نرخ مصوب و به طور مشخص بر روی بسته بندی کالاهای تولیدی، موظف شده اند.

وی تاکید کرد، در نشست مشترک با تولیدکنندگان مواد لبنی، تمام مدارک و مستندات آنها بررسی شد و آنها دلایل سازمان حمایت را برای کاهش نرخ تا سقف مجاز، پذیرفتند.

معاون وزیر بازرگانی در پایان افزود: حداکثر میزان مجاز دوازده درصد قیمت برای مصرف کننده در خصوص اقلام پرمصرف با هر نوع بسته بندی (انواع شیر پاستوریزه، استرلیزه، انواع پنیر UF و آب نمکی، انواع ماست و دوغ) است

دستورالعمل بسته بندی چای اعلام شد

رفاه: وزارت بهداشت طی بخشنامه ای اعلام کرد: بنابر گزارش واصله برخی از واحدهای فراوری و بسته بندی چای از کیسه های مستعمل و غیر بهداشتی جهت بسته بندی چای فله استفاده می نمایند لذا خواهشمند است

اخبار بسته‌بندی

بود که البته از نظر اقتصادی موفقیت چندانی به دست نیاورده بود.

کنسرو ماهی تن با بسته‌بندی شرینگ اسلیو



کنسرو ماهی تن با بسته‌بندی شرینگ اسلیو نیز به بازار آمد. این کنسرو توسط شرکت صنایع غذایی کیانا تهیه و به بازار عرضه شده است. لیبل جانبی کنسرو از جنس پلاستیک

قابل شرینگ است که با روش چاپ فلکسوچاپ شده و بر روی قوطی کنسرو، شرینگ اسلیو شده است. سطح بالایی کنسرو نیز دارای برجستگی است که در آن فضای سفیدی برای درج نام فروشگاه عرضه‌کننده محصول در نظر گرفته شده است.

دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران:

قیمت مواد بسته‌بندی شیر افزایش یافته است

سرمایه: افزایش قیمت بسته‌بندی، دستمزدها، تورم، تفاوت نرخ ارز، نبود شرایط رقابتی، کمبود کنترل و نظارت و نوسان قیمت شیر خام از دلایل

برای جلوگیری از به خطر افتادن سلامت شهروندان از عرضه این مواد خودداری کنند. وی گفت: در صورت بی‌توجهی در عرضه این مواد علاوه بر جمع‌آوری مواد یادشده با متخلف نیز برخورد قانونی خواهد شد.

دانشگاه علوم پزشکی گیلان

چای بسته بندی "گوف" را غیر قابل مصرف اعلام کرد

دانشگاه علوم پزشکی گیلان روز شنبه با انتشار اطلاعیه‌ای چای بسته بندی با مارک "چای گوف GUF TEA" را تقلبی و غیر قابل مصرف اعلام کرد. در اطلاعیه این دانشگاه آمده است: این محصول تقلبی از کارخانجات چایسازی طلای سبز مازندران به دلیل فقدان مجوزهای بهداشتی غیر قابل مصرف است

چند بخشناه مربوط به بسته بندی در قم

به گزارش روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی قم نمکهای یددار بسته‌بندی شده در پاکتهای زرد رنگ غیر قابل مصرف و تهیه و توزیع آن غیر مجاز می‌باشد.

در این گزارش آمده است: شهروندان از نمکهای تصفیه‌شده یددار دارای پروانه ساخت تولید شده از سوی شرکتها معتبر استفاده کنند. وی همچنین استفاده از پاکتهای دسته‌دار مشکی و رنگی تهیه شده از مواد ضایعاتی با ویژگی بوی مشتمل‌کننده و شکلی رگه رگه در مقابل نور را غیر بهداشتی و سرطان‌زا ذکر کرد.

گزارش استفاده از مایع ظرفشویی اشی مشی در وزن بیست کیلو، واکس های موی WAVE AND GROOM و SHORT AND NEAT و آلوچه کمند با تاریخ تولید آبان سال ۸۴ فاقد مجوز لازم بهداشتی می‌باشد.

کشورهای عضو بانک وارد کنند، نرخ کارمزد این تسهیلات برابر با ۱۲ ماه نرخ لایبور (نرخ بهره بین بانکی در لندن) به اضافه ۱/۵ درصد سود سالانه خواهد بود و چنان چه مواد خام و ماشین‌آلات و قطعات یدکی از کشورهای غیر عضو بانک توسعه اسلامی تامین شود، برابر با ۱۲ ماه نرخ لایبور به اضافه ۱/۸۵ درصد سود سالانه است. همچنین بانک تجارت به عنوان بانک ایرانی باز پرداخت تسهیلات یاد شده را ضمانت می‌کند.

عرضه آزمایشی ظروف خود گرم کننده مواد غذایی

صنایع همگن: ظروف مواد غذایی که خود غذا را گرم می‌کنند به تازگی به صورت آزمایشی در سوپر مارکت‌های بزرگ انگلستان عرضه شده است. این ظرف، محصول مشترک شرکت‌های Dragon Plastic و Steam To Go است که به ترتیب سینی و درب پلی‌پروپیلنی ظرف و فناوری خود گرم کننده آن را تامین کرده‌اند. این ظروف برای اولین بار در انگلستان عرضه شده است. گرما در اثر واکنش بین آب و عصاره لیموترش برای ایجاد بخار به کار می‌رود. این بخار از طریق روزنه‌هایی که در کف ظرف قرار دارند به سمت مواد غذایی هدایت شده و آن را گرم می‌کنند. شرکت‌های سازنده امیدوارند که با توجه به ویژگی و قیمت مناسب آن بازار مناسبی برای این ظروف پیدا کنند. شرکت Steam To Go در سال ۲۰۰۲ و با همکاری شرکت Nestle، از این فناوری در ظروف خود گرم کننده قهوه استفاده نموده

واحدهای فوق را ملزم نمایند تا از کیسه‌های نو و نوع Food grade و ترجیحاً دو لایه و دارای پروانه ساخت استفاده و نتیجه را اعلام فرمایند.

دانشگاه علوم پزشکی بوشهر مصرف ۱۴ ماده غذایی و بهداشتی را ممنوع کرد

مدیر روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی بوشهر گفت: بر اساس گزارش اداره نظارت بر مواد غذایی و بهداشتی و آرایشی این دانشگاه، مصرف ۱۴ ماده غذایی و بهداشتی ممنوع است.

دکتر داود عیسی زاده افزود: زعفران بسته‌بندی سالار طلایی، ژله بسته بندی صنایع غذایی قشلاق سماء تبریز، حبوبات بسته‌بندی نگین تبریز، قند حبه مژگان اهواز، گلاب و عرقیات بسته‌بندی در ظروف PET و سرکه بسته‌بندی شده در ظروف PET، ژل‌های موی خارجی بانامهای IMAJFA, TETU, DaVID, BOBY, از جمله این مواد است.

وی اظهار داشت: ژل‌های مو ساخت داخل با نام‌های تجاری ارکید، سورمن و صدف و برنج بسته‌بندی لذیذکام از دیگر موادی است که مصرف آنها ممنوع است. عیسی زاده تصریح کرد: نداشتن مجوزهای بهداشتی، نداشتن پروانه تاسیس و بهره‌برداری بهداشتی، اتمام اعتبار پروانه ساخت، تعطیلی کارخانه و تمام شدن مدت زمان ماندگاری علت ممنوعیت مصرف این مواد است. وی گفت: همچنین استفاده از شورت گره‌ای پرهام نیز به علت نداشتن مجوزهای بهداشتی ممنوع است.

مدیر روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی بوشهر از شهروندان خواست علاوه بر استفاده نکردن از مواد یادشده در صورت مشاهده این مواد در بازار نیز موضوع را به اداره نظارت بر مواد غذایی، بهداشتی و آرایشی این دانشگاه اطلاع دهند. عیسی زاده از فروشندگان مواد غذایی و بهداشتی نیز خواست

بین‌المللی را عدم شناسایی ظرفیت‌های صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط عنوان کرد و اظهارداشت: سازمان توسعه تجارت ایران برای رفع این نقیصه، موانع رشد تجاری را مطالعه کرده و سعی بر شناسایی ظرفیت‌های صادراتی بنگاه‌های کوچک و متوسط دارد. به نحوی که انتخاب صادرکنندگان نمونه، پرداخت جوایز و یارانه‌های صادراتی و نظارت بر پرداخت جوایز صادراتی استان‌ها را در دستور کار قرار داده است.

معاون وزیر بازرگانی، گفت: تسهیلات و مشوق‌های لازم در امر توسعه صادرات غیرنفتی بررسی و نتایج آن در قالب پروژه‌ای تعریف شده، ضمن این‌که روش‌های جدید قیمت‌گذاری کالاهای صادراتی، طرح شناسنامه کالا و خدمات صادراتی نیز در نظر گرفته شده است. وی، تصریح کرد: وزارت بازرگانی در زمینه تاثیر پرداخت یارانه نمایشگاهی و هیات‌های تجاری در توسعه صادرات تحقیقاتی را به عمل آورده؛ ضمن این‌که روش‌های تولید کالاهای جدید با ارزش افزوده بالای صادراتی را در قالب پروژه‌هایی بررسی خواهد کرد. غضنفری، با بیان این‌که توسعه زیرساخت‌ها و ارائه خدمات مناسب برای صادرات در دستور کار وزارت بازرگانی است، گفت: بر این اساس پروژه راهبردی خدمات طراحی و بسته‌بندی کالا در کشور تعریف شده است.

کالاهای ساخت ایران در بسته‌بندی‌های استاندارد صادر می‌شود

سرپرست دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی سازمان توسعه تجارت ایران گفت: کالاهای ساخت ایران از این پس در بسته‌بندی‌های شکیل، استاندارد و مطابق سلیقه خریداران خارجی به بازارهای جهان عرضه می‌شود. "عزیز گسیلی" با اعلام این مطلب افزود: هم‌اکنون برای

عمده افزایش قیمت فرآورده‌های لبنی است، محمد شبنم، دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران، با بیان این‌که شیر یکی از رقابتی‌ترین کالاهای موجود در بازار است، گفت: «اگر تولید کالای رقابتی بر مبنای اصول نبوده و در تولید آن کیفی نباشد در این بازار شکست می‌خورد، بنابراین اصول بر این است که در بازار رهاسازی قیمت شود تا تولیدات در شرایط رقابتی قیمت بازار را متعادل کنند.»

وی گفت: «نوع قیمت‌گذاری فعلی همواره مورد اعتراض ما بوده است که هر سال ۱۰ درصد و یا پنج درصد اضافه کنیم، چون قابل کنترل نیست بنابراین منطقی هم نیست.»

شبنم عنوان کرد: «در شرایط بازار رقابتی باید کنترل قیمت‌ها وجود داشته باشد ولی آنالیز قیمت‌ها بر اساس ضوابطی باشد که دستگاه‌های ناظر تعیین می‌کنند که ما معتقدیم چنین کنترلی درباره شیر خام وجود ندارد.» به اعتقاد وی این‌که یک عامل عمده در تامین مواد اولیه را شیر تشکیل می‌دهد و قیمت آن در اختیار کارخانجات نیست از عوامل تعیین کننده و تاثیرگذار در قیمت نهایی تولیدات لبنی است. دبیر انجمن صنایع فرآورده‌های لبنی ایران همچنین با اشاره به افزایش دستمزدها و تاثیر مستقیم این اقدام در افزایش هزینه‌های تولید، افزود: «علاوه بر این افزایش قیمت تولیدات پتروشیمی که در بسته‌بندی مواد لبنی کاربرد دارد، عامل بزرگی در رشد قیمت مواد لبنی بوده که با افزودن تفاوت نرخ ارز، تورم و سایر موارد شاهد افزایش بیشتری خواهیم بود که همواره نیز مطرح بوده است.»

معاون وزیر بازرگانی: پروژه راهبردی خدمات طراحی و بسته‌بندی کالا در کشور تعریف شده است

معاون وزیر بازرگانی، یکی از مشکلات صادرات و توسعه تجارت

کشاورزی استفاده شود که در این راستا با بخش خصوصی نیز صحبت‌هایی انجام شده است تا با سرمایه‌گذاری آنها زمینه‌های رشد و گسترش این فناوری در کشور فراهم شود.

نخستین همایش کاربرد فناوری نانو تکنولوژی در آبان ماه

اولین همایش کاربرد فناوری نانو تکنولوژی ۱۱ آبان‌ماه در موسسه اصلاح و تهیه بذر نهال کرج برگزار می‌شود. دکتر علی مراد سرافرازی در خصوص این همایش گفت: هدف از برگزاری این همایش، آشنایی کارشناسان، محققان و شرکت‌های خصوصی و مراکز دانشگاهی برای استفاده از کاربردهای استفاده از فناوری نانو در بخش کشاورزی است.

وی افزود: سلامت و امنیت غذایی از محورهای اصلی این گردهمایی است و موضوعاتی چون استفاده از بسته‌بندی‌های نانویی در بخش کشاورزی یکی از مباحث مورد بررسی در این گردهمایی خواهد بود. دکتر سرافرازی در خصوص موضوع مقالات گفت: موضوعات مقالات در کلیه جوانب استفاده از این فناوری در بخش کشاورزی آزاد است و تعداد ۸ مقاله علمی که توسط کمیته داوران تایید شود به عنوان سخنرانی کلیدی در همایش خواهد بود و چندین مقاله پوستر هم پذیرفته خواهد شد. وی در پایان گفت: این فناوری در کلیه بخش‌های کشاورزی از جمله دام، زراعت، باغبانی گیاه پزشکی و... کاربرد دارد.

بسته‌بندی و نانو تکنولوژی

بسته‌بندی‌های نانو تکنولوژی عمر مواد غذایی را تا ۱۸ ماه افزایش می‌دهد

بسته‌بندی‌هایی که با استفاده از فناوری نانو تکنولوژی انجام می‌شود به دلیل کاهش تبدلات CO2 و O2، عمر مواد غذایی را تا ۱۸ ماه افزایش می‌دهد. دکتر علی مراد سرافرازی دبیر کمیته نانو تکنولوژی وزارت جهاد کشاورزی با اعلام این مطلب گفت: حفظ امنیت و سلامت غذا یکی از اولویت‌های این کمیته است، وی افزود: این کمیته با پژوهش‌کننده صنعت نفت جلساتی را در جهت تولید بسته‌بندی‌های نانویی برگزار کرده است.

دکتر سرافرازی در ادامه گفت: معطل ماندن میوه و تره‌بار به مدت طولانی در گمرک جهت صادرات باعث افزایش میزان ضایعات محصولات می‌شود که براساس پژوهش‌های انجام شده با استفاده از این فناوری این مشکل حل می‌شود.

وی افزود: علاوه بر پژوهش‌کننده نفت با همکاری دانشکده‌ها و معاونت‌های اجرایی وزارت جهاد کشاورزی از جمله باغبانی، زراعت و صنایع هماهنگی‌هایی انجام شده است. دکتر سرافرازی در پایان گفت: فناوری نانو نیاز به حمایت‌های مالی دارد تا بتواند در سایر عرصه‌های بخش

اخبار بسته‌بندی

ظروف سرمایه خود را صرف ایجاد مشاغل خدماتی در شهرها و روستاهای تولیدکننده سبزیجات و مرکبات و مواد خوراکی کنندوی با یادآور شدن خطر استفاده مواد خوراکی داغ در برخی ظروف یکبار مصرف گفت: اشاعه فرهنگ استفاده از این نوع ظروف در مجموع به ضرر خانواده‌ها و جامعه است.

ژاپن مصرف کیسه‌های پلاستیکی را کاهش می‌دهد

هر چند استفاده از کیسه‌های پلاستیکی ارزان قیمت، کار بسته‌بندی و حمل و نقل کالاها را بسیار آسان کرده است، اما طرفداران حفظ محیط زیست می‌گویند مصرف عظیم این مواد علاوه بر آلودگی هوا و آب در تشدید فرایند گرم شدن زمین نیز نقش دارد.

هر ساله پانصد میلیارد تا یک تریلیون کیسه پلاستیکی در سراسر جهان مصرف می‌شود. در این میان سهم ژاپن سیصد میلیارد کیسه پلاستیکی است یعنی هر فرد بزرگسال ژاپنی سیصد کیسه پلاستیکی مصرف می‌کند. به گزارش پایگاه اینترنتی آسوشیتدپرس، این آمارها روکش‌های پلاستیکی برای لباس‌ها در خشکشویی‌ها، بسته‌بندی کوچک برای شیرینی را شامل نمی‌شود.

کارشناسان می‌گویند ژاپن جزو بزرگترین مصرف‌کنندگان ورقهای پلاستیکی است و مصرف آن از بیشتر کشورها بالاتر است.

اولین بار در کشور کار مطالعه و تحقیق روی پنج قلم کالای صادراتی ایران شامل خرما، مرکبات، پسته، زعفران و گل‌های تزئینی در این دفتر به پایان رسیده و اطلاعات آن آماده آرایه به تولیدکنندگان و صادرکنندگان است. وی سپس گفت: در صورت توجه تجار و مدیران بنگاههای تولیدی و صادراتی به یافته‌ها و اطلاعات مذکور، صادرات پنج قلم کالاها یادشده از این پس با برنامه و در بسته‌بندی‌های مطابق با سلیقه مصرف‌کنندگان وارد بازارهای خارجی خواهد شد.

سرپرست دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی سازمان توسعه تجارت افزود: کارشناسان این دفتر در طول یکسال گذشته با بررسی بازار کشورهای مختلف مشخص کردند که کالاها یادشده چگونه و با چه استانداردی باید وارد این کشورها شوند. گسیلی سپس شناسایی بازار هدف برای این که چگونه محصول خود را صادر کنیم، از جمله راهکارهای توسعه صادرات غیرنفتی است.

وی گفت: همچنین مطالعه روی سه قلم گیاه دارویی، تخم مرغ و انار توسط کارشناسان سازمان توسعه تجارت ایران آغاز شده است و انتظار می‌رود اطلاعات لازم در خصوص طراحی و بسته‌بندی مناسب این کالاها تا پایان نیمه اول سال جاری به اتمام برسد.

خط تولید لیوان‌های EPS همراه با فناوری IML در انتظار اولین مشتری

صنایع همگن: شرکت Nova Innovene اعلام کرده است که انتظار دارد در چند هفته آینده مراحل نهایی قرارداد انتقال فناوری تولید برچسب‌زنی داخل قالب (IML) برای لیوان‌های پلی‌استایرن اسفنجی (EPS) را به انجام رساند. این فناوری با ترکیب موفقیت‌آمیز روش برچسب‌زنی داخل قالب و فرآیند تولید لیوان‌های پلی‌استایرن اسفنجی، فضای جدیدی را در بازار این ظروف ایجاد کرده است.

شرکت Nova Innovene انتظار دارد که اولین مشتری این سیستم از اروپای شرقی باشد و دومین مشتری، متعاقب آن از اروپای غربی. در کنار این فرآیند جدید، پیشرفت‌های جدید دیگری در این زمینه، از جمله تولید گونه‌های مخصوص مواد غذایی، گونه‌های کویلیمری قابل استفاده در میکروویو و موارد مشابه دیگر نیز به بازار آرایه شده است.

استفاده از ظروف یکبار مصرف به لحاظ اقتصادی درست نیست

صنایع همگن: مدیرعامل سازمان بازیافت و تبدیل مواد شهرداری تهران گفت: استفاده از ظروف یکبار مصرف به لحاظ تحمیل هزینه‌های جمع‌آوری و عدم تجزیه آن به طور طبیعی برای خانواده‌ها و شهرداری به صرفه نیست.

دکتر ابوالفضل ابراهیمی با بیان این مطلب افزود: هزینه هر ظرف یکبار مصرف یک دهم استفاده از ظروف معمولی است و به عبارت دیگر با هزینه هر ۱۰ ظرف یکبار مصرف می‌شود یک ظرف معمولی تهیه کرد. وی تصریح کرد: علاوه بر این جمع‌آوری و بازیافت ظروف یکبار مصرف به دلیل عدم تجزیه‌پذیری این مواد پلاستیکی در محیط برای شهرداری هزینه‌بر است. وی پیشنهاد کرد تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف به جای تولید این

شرکت فن آوری کاغذ آذر نوید
The Paper of AZAR NAVID TECHNOLOGEI CO.
مزایای بازیافت

E-mail: azarnavid_co@yahoo.com

تلفن: ۰۲۱-۴۵۳۳۳۳۳۳ - تلفن فکس: ۰۲۱-۴۵۳۳۳۳۳۳
تلفن: ۰۲۱-۴۴۴۰۲۴۸ - شماره: ۰۲۱-۱۲۲۰۳۱۷ - ۰۲۱-۱۲۲۰۳۱۷
آدرس: تهران، کوی قزوین، پلاک ۱۰۰

می‌بلعند. در آلمان پس از آنکه دولت مالیات کمی را در سال ۲۰۰۲ وضع کرد، مصرف کیسه‌های پلاستیکی تا هفتاد درصد کاهش یافت. راهبردهای مشابهی نیز با موفقیت در کشورهای ایرلند، آفریقای جنوبی، بنگلادش، استرالیا، شانگهای و تایوان بکار گرفته شده است.

هرچند قانون اصلاحی در ژاپن فقط جنبه هشدار دارد، اما به گفته یوچی هوریگوم یک مقام اداره سیاست بازیافت وزارت محیط زیست هدف از این قانون افزایش آگاهی و احساس مسئولیت است.

روشهای سنتی تر و زیست بوم بجای پلاستیک نیز در حال حاضر مد نظر است. اخیرا طرحی برای احیای یک شیوه سنتی به اجرا گذاشته شده است که شامل استفاده از یک قطعه پارچه برای حمل کالا است که خیلی ساده بطور کالا پیچیده می‌شود. هوریگوم می‌گوید ژاپنی‌ها این اندازه اسراف کار نبوده‌اند. زمانی ما رهبری شیوه زندگی دوستدار محیط زیست را به عهده داشتیم. اکنون نیز می‌توانیم این مسئولیت را به عهده بگیریم.

نخستین کارخانه تبدیل ضایعات پلاستیک ها به سوخت دیزل در اروپا

مجله صنایع همگن: انتظار می‌رود که فرآیند تبدیل پلاستیک‌ها به سوخت دیزل در سال جاری میلادی در اروپا آغاز به کار کند. شرکت هلندی Envosmart چند هفته پیش قراردادی را با شرکت استرالیایی Ozmotech برای خرید ماشین‌آلات منعقد کرده بر اساس آن، این شرکت اولین خط از ۳۱ خط تولید تبدیل پلاستیک به دیزل را در نزدیکی شهر برلین آلمان به راه

در حال حاضر در پی انتقاد طرفداران محیط زیست و این کشور می‌کوشد مصرف پلاستیک را کاهش دهد.

در یک اصلاحیه قانونی که اخیرا در مجلس ژاپن به تصویب رسید دولت مجاز است به خرده فروشانی که برای کاهش مصرف، استفاده مجدد و بازیافت پلاستیک همکاری نمی‌کنند هشدار دهد.

اما در کشوری که به بسته‌بندی معروف است این کار چندان آسان نیست. در این کشور بسته بندی بخشی از کالا محسوب می‌شود.

تحویل کالا به مشتری بدون کیسه پلاستیکی غیربهداشتی و بی‌ادبانه محسوب می‌شود، با این حال در این کار افراط شده است. در برخی فروشگاهها هر میوه داخل یک کیسه پلاستیکی پیچیده شده است و موقع خرید هم باز همه داخل یک کیسه پلاستیکی دیگر گذاشته می‌شوند.

این شیوه از نگرش سنتی هدیه دادن ژاپنی‌ها برخاسته است که شیوه اهدا بیشتر از خود هدیه اهمیت دارد. تعداد لایه‌های بسته بندی نیز اهمیت اجتماعی زیادی دارد هرچه بیشتر باشد نشانه رسمیت و ادب بیشتر است.

تحلیل گران می‌گویند پایین بودن بهای این کیسه‌ها علت دیگر نبود انگیزه برای مصرف مجدد یا بازیافت کیسه‌های پلاستیکی است.

کیسه‌های پلاستیکی منابع ارزشمند نفت را هدر می‌دهند و انرژی که برای تولید آنها مصرف می‌شود به افزایش گرم شدن زمین کمک می‌کند. برخی کیسه‌ها وقتی می‌سوزند سموم مضر در فضا منتشر می‌کنند و بسیاری از آنها وارد دریا شده که می‌توانند باعث مرگ لاک پشت‌های دریایی و دیگر پستانداران آبی شوند که با تصور اینکه این کیسه‌ها غذاست آنها را

بسته بندی در بورس

کارتن ایران ۳۰ تومان سود تقسیم کرد

ابرار اقتصادی: مدیریت نظارت بر ناشران اوراق بهادار سازمان بورس گزارش جلسه مجمع عادی سالانه شرکت کارتن ایران را که روز ۸۵/۳/۱ برگزار شد را منتشر کرد.

بر اساس این گزارش در این جلسه پس از طرح و بررسی گزارش‌های هیات مدیره و بازرس قانونی مجمع برای هر سهم ۳۳۱ ریال درآمد و ۳۰۰ ریال سود نقدی تصویب کرد. به موجب مصوبه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۸۴/۱۱/۲۹، پایان سال مالی شرکت از پایان آذرماه به پایان اسفندماه تغییر یافت و مقرر گردید اولین دوره مالی جدید شرکت به صورت ۳ ماهه، از ابتدای دی ماه سال ۸۴ آغاز شود و اسفندماه سال ۸۴ به پایان برسد.

نمایندگان اعضای حقوقی هیات مدیره جدید "بسته بندی پارس" معرفی شدند

شرکت بسته بندی پارس (سهامی عام)، نمایندگان اعضای حقوقی هیات مدیره جدید خود را معرفی کرد. شرکت بسته بندی پارس طی نامه شماره ۴۳۴-۲-۸۵ مورخ ۸۵/۳/۱، اسامی و سمت نمایندگان اشخاص حقوقی عضو هیات مدیره جدید (با توجه به مصوبات مجمع عمومی عادی سالیانه مورخ ۸۵/۲/۱۳ صاحبان سهام) و مدیرعامل شرکت را اعلام کرد. بر این اساس، آقایان "حسین داویدان" به نمایندگی از شرکت تولیدی سموم

علفکش (سهامی عام) به سمت رییس هیات مدیره، "مهدی تبریزی" به نمایندگی از شرکت پارس فرآورد (سهامی خاص) به سمت نایب رییس هیات مدیره، "سیدعلیرضا عظیمی پور" به نمایندگی از شرکت سرمایه‌گذاری توسعه و گسترش پارس (سهامی خاص) به سمت عضو هیات مدیره، "زین العابدین ایمانلو" به نمایندگی از شرکت صنایع حفاظتی پارس (با مسوولیت محدود) به سمت عضو هیات مدیره، "رضا حاج اسماعیلی" به نمایندگی از شرکت مهندسی شبکه توزیع (سهامی خاص) به سمت عضو هیات مدیره و "ابوالفضل داویدان" خارج از اعضای هیات مدیره به عنوان مدیرعامل شرکت تعیین شده‌اند.

مدیران جدید صنایع کاغذسازی کاوه

ابرار اقتصادی: مدیریت نظارت بر ناشران اوراق بهادار سازمان بورس پس از پایان روز ۸۵/۳/۱ شرکت صنایع کاغذسازی کاوه در پی مصوبه هیات مدیره روز ۸۵/۱/۲۱ اسامی نمایندگان جدید اعضای حقوقی هیات مدیره این شرکت و سمت آنان و مدیرعامل جدید را به این شرح اعلام کرد: شرکت فیبر بابلسر محمدتقی منجذبی به جای غلامرضا زمانی فرد رئیس هیات مدیره، شرکت صنایع چوب و خزر محمدطاهر سلیمانی به جای بهزاد پورمحمدی رودسری نایب رئیس هیات مدیره، شرکت صبا تامین رضا زنگنه‌نژاد به جای خسرو هاشم عضو هیات مدیره و مدیرعامل، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی ابوالفضل روغنی گلپایگانی به جای بهروز خالق ویردی عضو هیات مدیره و شرکت سرمایه‌گذاری صنایع پتروشیمیایی و شیمیایی تامین احمد طاهریان عضو هیات مدیره.

اخبار بسته بندی

نوع جوهرافشان و رنگی مورد نیاز در این خدمات نیز توسط شرکت «هیولت پکارد» طراحی و ساخته شده است.

شرکت «پریستو» اعلام کرده است که پرینتر مقصد تنها باید به خط تلفن و برق متصل شود. فرد ارسال کننده تصاویر که مشترک خدمات «پریستو» شده، تصاویر خود را از طریق اینترنت به این خدمات ارسال می کند و هر زمانی که دستگاه پرینتر موجود در مقصد روشن شود، تصاویر ارسالی او به صورت خودکار چاپ خواهند شد.

فرد ارسال کننده تصاویر حتی می تواند از طریق همین خدمات وضعیت پرینتر موجود در مقصد را از لحاظ میزان جوهر و یا کاغذ بررسی کرده و به طور مثال به والدین پیر خود که دریافت کننده تصاویر هستند در مورد برطرف کردن مشکل پرینتر، آموزش بدهد.

شرکت «پریستو» به مدت دو سال برای ابداع این فن آوری تلاش کرده است. این شرکت هنوز قیمت اشتراک خدمات پرینت از راه دور خود را اعلام نکرده و شرکت «هیولت پکارد» نیز قیمت پرینتر ویژه استفاده در این خدمات را منتشر نکرده است.

استفاده از بارکدهای نوری برای برچسب گذاری

محققان دانشگاه Southampton انگلیس موفق به ابداع نوعی شیوه برچسب زنی نوری، مبتنی بر الگوهای شبکه های نانو ساختاری شدند. به گفته اعضای این تیم با این شیوه می توان بیش از ۱۰۹ ذره متمایز از هم را کدگذاری کرد که این موفقیتی بسیار مطلوب در زمینه بارکدهای غیرتماسی

خواهد انداخت. این پروژه نیاز به سرمایه گذاری معادل ۴۰ میلیون یورو دارد و انتظار می رود که عملیات اجرایی آن تا نیمه سال ۲۰۰۷ طول بکشد. سایر خطوط در نقاط دیگری از اروپا راه اندازی خواهند شد. این فناوری در چند دهه گذشته در ژاپن مورد استفاده قرار می گرفته است و با استفاده از این روش می توان سوخت دیزلی با کیفیتی مناسب مصرف تهیه کند. تخمین زده می شود که اولین کارخانه از این سری ۶۸۰۰ تن ضایعات پلاستیک ها را در سال به ۶ میلیون لیتر دیزل تبدیل نماید.

پرینتری که با اتصال به خط تلفن و بدون نیاز به رایانه تصویر چاپ می کند ساخته شد

ابرار اقتصادی: یک شرکت آمریکایی در حال آماده سازی خدمات جدیدی است که در آن کاربر می تواند از طریق رایانه خود تصاویر را برای پرینتری که در مکانی دیگر بدون اتصال به رایانه تنها به خط تلفن و برق متصل شده، ارسال کرده و چاپ کند.

به طور مثال تصویر کنید فردی که دور از خانواده خود زندگی می کند بخواهد تصاویر جدید خود را برای خانواده که با رایانه آشنایی نداشته و یا اصلاً رایانه ندارند، ارسال کند. چنین فردی تنها کافی است این تصاویر را به یک پرینتر ویژه که در مقصد قرار داشته ایمیل کرده و آن پرینتر نیز درست همانند دستگاه فکس و بدون نیاز به اتصال به رایانه، تنها از طریق خط تلفن تصاویر را دریافت کرده و چاپ می کند. خدمات جدید توسط شرکت «پریستو سرویسز» ابتدا شده و پرینتر از

مدیرعامل جدید تولیدی شیشه دارویی رازی

ابرار اقتصادی: مدیریت نظارت بر ناشران اوراق بهادار سازمان بورس به نقل از نامه روز ۸۵/۳/۱ شرکت کارخانجات تولیدی شیشه دارویی رازی اعلام کرده که به استناد مصوبه هیئت در روز ۸۴/۱۱/۱۵، احسان صنعتی به جای محمدحسین افشار به عنوان مدیرعامل شرکت تعیین گردیده است.

بسته بندی البرز گزارش عملکرد منتشر کرد

شرکت صنایع بسته بندی البرز گزارش عملکرد خود در سال ۱۳۸۴ را منتشر کرد. در بخشی از این گزارش آمده است:

سالی که گذشت همواره از واحدهای تولیدی که مشتریان عمده این شرکت بوده اند همواره با فراز و نشیب های محدودی در زمینه های اقتصادی و تولیدی مواجه بوده اند که اثرات آن عملاً در بخشی از برنامه های این شرکت بی تاثیر نبوده، همانگونه که مستحضر می باشید، تولیدات شرکت هایی که ماهیت تولید آن به عنوان حلقه تکمیلی تولید سایر شرکتها مطرح است همواره متأثر از برنامه های طرف قرارداد یعنی مشتریان خود بوده، به گونه ای که اگر این شرکتها از یک روند روبه رشد برخوردار باشند شرکت های ارائه دهنده خدمات متأثر از روند آنها برخوردار خواهند بود و چنان چه به دلایل مختلف اقتصادی تولید فروش با مشکل مواجه گردند به مراتب اثرات آنها بر روند سفارش و تولیدات این گونه شرکت هایی که ماهیت حلقه تکمیل کننده کالا دارند بی تاثیر نخواهند بود.

روند تولیدات جاری شرکت در زمینه محصولات بسته بندی در سطح کشور اگر چه در حال حاضر در بخشی از تولیدات اولین نستیم ولی همواره

سعی بر این شده و خواهد شد که در کیفیت بهترین باشیم. کیفیت یعنی مشتری مداری از کیفیت به دو معنای ارزش و تعالی هم تعبیر می شود، در گذشته سوال اصلی صاحبان صنایع این بود که چگونه باید تولید کرد؟ ولی امروزه سوال اصلی این است که چه باید کرد و پاسخ این سوال در ارتباط با مشتری و تطبیق نیاز با مشتری است و مشتری جواب را تعیین می کند و ضمناً واردات از سایر کشورها مانند چین و ... را نباید نادیده گرفت.

مع الوصف مدیریت شرکت علیرغم مسائل و مشکلات فراوان نقدینگی، اقتصادی و تولیدی همواره با تمام توان سعی نمود با کوشش و تلاش بی وقفه و جذب سهم بازار کلیه سفارشات اخذ شده را تولید و تحویل نماید و با استفاده از امکانات موجود و بهره گیری از آن ضمن حفظ دستاوردهای گذشته همان گونه که در گزارش ارائه شده کاملاً مشهود است وضعیت جاری شرکت در تمامی امور منجمله تولید، فروش و نهایتاً سود از وضعیت مناسبی برخوردار می باشد.

در ادامه این گزارش برنامه های آتی این شرکت به شرح زیر آمده است:

- ۱- تدوین برنامه های میان مدت و بلندمدت آتی شرکت
- ۲- طرح توسعه و جایگزین خطوط پیشرفته در واحد پلاستیک (در صورت عدم جایگزینی تداوم واحد مربوط به علت ماشینهای فرسوده و هزینه های تولیدی و ... توجیه نخواهد داشت).
- ۳- خرید دستگاه چاپ جهت انواع فویل لمینیت و لیبیل و ...
- ۴- طرح توسعه ظرفیت تیوبهای لمینیت در سایزهای مختلف
- ۵- طرح توسعه خرید ماشین آلات برای تولید ظرفهای PET.
- ۶- افزایش سرمایه

شبکه‌های بدست آمده از کتابخانه تراشه‌ی طراحی کردند، که این عمل به ساخت تقریباً ۶۸۰۰۰ برچسب متمایز از هم منجر شد که پس از قراردادن شبکه‌ها روی هم تولید شدند و شامل سه شبکه اصلی بودند.

تعداد شبکه‌هایی که می‌توان با روی هم قرار دادن، ساخت، بواسطه تفکیک‌پذیری ساخت ۱۰۰ نانومتری محدود می‌شود.

یک برچسب شامل تعداد بیشتری از شبکه‌های قرار گرفته روی یکدیگر می‌باشد که عموماً شامل اجزاء کوچکتری است که نمی‌توان آنها را با همان دقت اولیه دوباره‌سازی کرد.

به گفته Birtwell بین شبکه‌های قرار گرفته روی یک برچسب فعل و انفعالاتی رخ می‌دهد که ممکن است به محدود شدن تعداد شبکه‌هایی منجر شود که می‌توانند بر روی یکدیگر قرار گیرند. این گروه در حال بهبود ظرفیت‌های خازن‌ها و نیز بهینه‌سازی پتانسیل فن‌آوری برای چنین کاربردهایی می‌باشد.

Birtwell اضافه کرد: ما کارمان را جهت تولید برچسب‌هایی با مواد زیست‌سازگار به منظور استفاده برای کاربردهای زیستی و شیمیایی، آغاز کرده‌ایم و هم‌اکنون در حال مطالعه بر روی الگوهای پیچیده‌تری از شبکه‌ها، به منظور افزایش ظرفیت برچسب‌ها و رمزگذاری‌های بیشتر هستیم. گفتنی است، این محققان نتایج کار خود را در Optics Express به چاپ رسانده‌اند.

می‌باشد. Sam Birtwell از اعضای این تیم اظهار داشت: مهمترین برنامه ما برای این بارکدها استفاده از آنها به عنوان برچسب، برای ترکیبات شیمیایی، برای برچسب‌گذاری مولکول‌های منفرد با میکرومهره‌های برچسب‌دار است.

از کاربردهای زیستی این روش می‌توان برچسب‌گذاری گیاهان، حیوانات، پرندگان، حشرات و هر سلول منفردی را نام برد. همچنین کاربردهای بسیار گسترده‌ای در زمینه‌های امنیتی مانند اسکناس‌ها، کارت‌های اعتباری، برچسب‌گذاری محصولات و نیز برچسب‌گذاری اجزاء الکترونیکی کوچک روی تراشه‌ها دارد.

به گفته وی، کد مربوط به هر برچسب به صورت تناوب‌هایی از شبکه‌ها ذخیره شده و با تشخیص زاویه اولین پرتو تنظیمی پراشیده شده از برچسب خوانده می‌شود.

یکی از مهمترین چالش‌های موجود در این شیوه، طراحی یک دستگاه نوری می‌باشد که بتواند تمام پرتوهای پراشیده شده را جمع‌آوری کند.

این گروه از روش لیتوگرافی پرتو الکترونی برای لایه‌نشانی شبکه‌های پراش کروم ۵۰×۵۰ میکرونی با ضخامت ۶۰ نانومتر، روی بستری شیشه‌ی با قدرت وضوح ۱۰۰ نانومتری، استفاده کرد و حاصل این کار اختراع یک کتابخانه تراشه‌ی شامل بیش از ۷۴۰۰ شبکه منحصر به فرد بود.

این گروه سپس الگوهایی برای برچسب‌های منظم‌تر با بررسی تئوری

بسته‌بندی در بورس

جام دارو ۴۵ درصد کاهش سود پیش‌بینی کرد

ابرار اقتصادی: شرکت صنعتی جام دارو با در نظر گرفتن تقسیم ۱۰۰ درصد سود پیش‌بینی شده در مجمع سالانه، درآمد هر سهم را مبلغ ۶۸۷ ریال برای سال ۸۵ پیش‌بینی کرد. مدیریت نظارت بر ناشران اوراق بهادار روز ۸۵/۳/۱ گزارش پیش‌بینی درآمد هر سهم شرکت صنعتی جام دارو را منتشر کرد. بر اساس این گزارش درآمد هر سهم شرکت برای سال مالی ۸۵/۱۲/۲۹ با سرمایه یک میلیارد تومان مبلغ ۶۸۷ ریال پیش‌بینی شد.

این شرکت پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۴/۱۲/۲۹ را در تاریخ‌های ۸۴/۳/۲۹، ۸۴/۶/۲۲ و ۸۴/۹/۲۱ مبلغ ۷۹۸ ریال و در تاریخ ۸۴/۱۱/۸ مبلغ ۱۲۲۴ ریال (به بازار منعکس نگردید) اعلام کرده بود که دلایل تعدیل را عمدتاً افزایش در راندمان تولید، افزایش نرخ فروش، عدم تحقق افزایش نرخ پیش‌بینی شده مواد اولیه در سال مالی ۸۴، تعدیل نیروی انسانی و افزایش کارایی و بهره‌وری پرسنل شرکت اعلام کرده است.

پیش‌بینی عملکرد سال مالی منتهی به ۸۵/۱۲/۲۹ در مقایسه با پیش‌بینی عملکرد سال مالی قبل به ترتیب فروش بدون تغییر، بهای تمام شده کالای فروش رفته ۲۳ درصد افزایش، سود عملیاتی ۳۹ درصد کاهش و سود پس از کسر مالیات ۴۵ درصد کاهش نشان می‌دهد که شرکت دلایل تغییرات را افزایش نرخ مواد اولیه (شمش روی)، افزایش هزینه دستمزد و سربار و همچنین عدم کشش بازار برای محصولات به دلیل ورود تیوب‌های آلومینیومی و لمینیت و عدم افزایش نرخ فروش محصولات اعلام کرده است. شرکت پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۸۵/۱۲/۲۹ را در

تاریخ ۸۴/۱۲/۲۰ مبلغ ۱۰۰۹ ریال (به بازار منعکس نگردید) اعلام کرده بود که دلایل تغییرات را افزایش نرخ مواد اولیه به ویژه آلومینیوم، افزایش هزینه دستمزد و سربار و اخذ تسهیلات مالی جدید اعلام کرده است.

شرکت اعلام کرده است برنامه افزایش سرمایه به میزان ۱۰۰ درصد از محل سود انباشته را در دستور کار خود دارد. همچنین شرکت اعلام نکرده است هیات مدیره در نظر دارد ۱۰۰ درصد سود پیش‌بینی شده سالیانه را جهت تقسیم بین سهامداران به مجمع عمومی عادی سالیانه پیشنهاد نماید.

در پایان سال مالی ۸۴

۳۶۷ ریال زیان به ازای هر سهم صنایع بسته‌بندی ایران

سرمایه: اطلاعات و صورت‌های مالی حسابرسی نشده ۱۲ ماهه منتهی به پایان اسفند ۸۴ صنایع بسته‌بندی ایران منتشر شد. به گزارش خبرنگار ما، صنایع بسته‌بندی ایران در پایان سال ۸۴، مبلغ ۳۶۷ ریال زیان کنار گذاشت. این در حالی است که خالص فروش شرکت در مدت یاد شده مبلغ ۲۹۴ میلیارد و ۲۵۰ میلیون ریال بود که پس از کسر بهای تمام شده کالای فروش رفته، سود ناخالص شرکت مبلغ ۲۱ میلیارد و ۱۰۸ میلیون ریال اعلام شد. از این مبلغ هزینه‌های عمومی و اداری و سود عملیاتی و هزینه‌های مالی کسر شد. بنابراین خالص درآمد و هزینه‌های متفرقه به مبلغ ۲۴ میلیارد و ۴۵۸ میلیون ریال رسید و زیان خالص دوره مبلغ ۱۶ میلیون و ۵۷۷ میلیون ریال بود که به ازای هر سهم ۳۶۷ ریال زیان کنار گذاشته شد.

به علاوه صنایع بسته‌بندی ایران در دوره ۱۲ ماهه ۸۴، میزان ۱۶ هزار و ۴۲۵ تن انواع قوطی و ۱۱ هزار و ۳۲ تن انواع کارتن تولید کرد. به موازات ۱۶ هزار و ۴۵۷ تن انواع قوطی و ۱۰ هزار و ۹۶۲ تن انواع کارتن را در مجموع به مبلغ ۲۹۴ میلیارد و ۲۵۰ میلیون ریال به فروش رساند.



دارای هشت زیر مجموعه و آژانس فروش در سراسر دنیا است. همچنین برنامه این شرکت در منطقه خاورمیانه نیز به سرعت در حال اجرا است. حضور در دو نمایشگاه فودتک پاکستان و

ایران آگرو فود که خرداد امسال برگزار شد نشان از آن دارد که مدیران این شرکت واقعا قصد دارند شعارهای خود را عملی کنند.

شرکت Oji در نظر دارد ماشین تولید لاینر بورد Nayoro را بازسازی کند

شرکت مقوای Oji (زیر مجموعه شرکت Oji Paper) در نظر دارد سیستم آماده سازی خمیر ماشین تولید مقوای لاینر خود را در شهر Nayoro ژاپن بازسازی کند. طبق برنامه ریزی ارتقاء خط تولید در ژانویه سال آینده

منجر به زیان شده و با لحاظ کردن زیان انباشته سنوات قبل، مانده زیان انباشته شرکت در پایان دوره مالی مذکور، به مبلغ هشت میلیارد و ۶۰۹ میلیون ریال بدون احتساب تاثیر مفاد یاد شده در بند قبلی رسیده است. بنابراین اجرای ماده ۱۴۱ اصلاحیه قانون تجارت جهت دعوت و تشکیل مجمع عمومی فوق العاده برای دستیابی به راهکار مناسبی برای خروج شرکت از وضعیت فعلی ضروری است.

سرمايه ۴/۵ میلیارد تومانی شیشه همدان ثبت شد

ابراهیم اقتصادی: روز ۸۵/۳/۲۴ مدیریت نظارت بر ناشران اوراق بهادار سازمان بورس اعلام کرد که «افزایش سرمایه شرکت از مبلغ ۳۰۰۰ میلیون ریال به مبلغ ۴۵۰۰۰ میلیون ریال روز ۸۵/۳/۱۲ به ثبت رسیده است».

اعلام نحوه پرداخت سود کارتن البرز

روزنامه سرمایه: نحوه پرداخت سود سهام سال مالی ۸۴ شرکت کارتن البرز اعلام شد. شرکت کارتن البرز اعلام کرد، سود عملکرد سال مالی ۸۴ به سهام دارانی که شماره حساب بانکی خود را به شرکت ارائه کرده اند مطابق جدول زمان بندی ذیل پرداخت خواهد شد.

دارندگان ۱ تا ۱۰۰۰ سهم	تیرماه ۸۵
دارندگان ۱۰۰۰۱ تا ۱۰۰۰۰۰ سهم	مردادماه ۸۵
دارندگان ۱۰۰۰۰۱ تا ۱۰۰۰۰۰۰ سهم	شهریورماه ۸۵
دارندگان بیش از ۱۰۰۰۰۰۰ سهم	مهرماه ۸۵

همچنین سهام دارانی که شماره حساب بانکی خود را تاکنون اعلام نکرده اند می توانند با تکمیل فرم به نشانی تهران، خیابان شهید مطهری، خیابان جهانتاب، خیابان شهید قندی، پلاک ۲۳ ارسال کنند.

استرالیایی ها وارد بازار منطقه می شوند

شرکت استرالیایی TNA سازنده انواع ماشین آلات بسته بندی به قصد توسعه بازار خود اقدام به تأسیس شعبه هایی در مناطق مختلف جهان کرده است. این شرکت در چارچوب توسعه شدید بازار خود شهرهایی را به عنوان درگاه ورودی به بازارهای بزرگ جهان انتخاب کرد. در این راستا کشور فیلیپین به عنوان نقطه ورود به بازارهای شرق آسیا، منطقه دبی به عنوان نقطه ورود به بازارهای خاورمیانه و کشور برزیل به عنوان نقطه ورود به بازارهای آمریکای لاتین از سوی این شرکت برگزیده شده اند.

در حال حاضر شرکت Asia system TNA Packaging به عنوان شعبه ای از شرکت مادر در فیلیپین در زمینه فروش تولیدات و موارد مرتبط با تکنولوژی بسته بندی، مشغول فعالیت است و مدیران آن اعتقاد دارند بکارگیری این استراتژی پس از حدود دوازده سال سرمایه گذاری در آسیا سبب تقویت روند مشتری گرایی و افزایش میزان دسترسی به بازارهای آسیایی خواهد شد. شرکت TNA ارائه سرویس ها و خدمات بهتر به مشتریان را سرلوحه برنامه خود قرار داده و در پی افزایش تعداد مشتریان خود است. مدیران این شرکت امیدوارند تعداد رو به افزایش مشتریان، توسعه تحقیقات در زمینه محصول و تمرکز مستمر بر ارائه سرویس به متقاضیان موقعیت شرکت را به خاطر داشتن یک نرخ رشد قابل قبول در طول ۶ تا ۱۲ ماه آینده در بازارهای محلی و بین المللی ارتقاء دهد. این شرکت هم اکنون

سهامداران کارتن پارس از مجمع دست خالی برگشتند

سرمایه: مجمع عمومی عادی دوره سه ماهه منتهی به پایان سال ۸۴ شرکت کارتن پارس بدون تقسیم سود بین صاحبان سهام پایان یافت. مجمع عمومی عادی دوره سه ماهه شرکت کارتن پارس در تاریخ ۱۱ خرداد ماه امسال تشکیل شد و طی آن شرکت با سرمایه هشت میلیارد ریال به ازای هر سهم مبلغ ۱۷۰ ریال زیان واقعی کسب کرد که در پایان با موافقت سهامداران هیچ سودی بین صاحبان سهام تقسیم نشد. قابل توجه این که شرکت در اولین و آخرین اطلاعیه خود پیش بینی زیان هر سهم دوره با به ترتیب ۱۵۸ و ۱۷۰ ریال زیان اعلام کرده بود. لازم به ذکر است، به موجب مصوبه مجمع عمومی فوق العاده مورخ ۲۵ اسفندماه ۸۴ پایان سال مالی شرکت از پایان آذرماه به پایان اسفندماه تغییر یافت و مقرر شد، اولین دوره مالی جدید شرکت به صورت سه ماهه از ابتدای دی ماه سال ۸۴ آغاز و اسفندماه همان سال به پایان برسد.

بنابراین گزارش مطابق بند سه گزارش حسابرس و بازرس قانونی شرکت در رابطه با صورت های مالی دوره سه ماهه، احتساب ذخیره مطالبات مشکوک الوصول به مبلغ ۹۶۷ میلیون ریال (به ازای هر سهم مبلغ ۱۲۱ ریال) از بابت حساب های دریافتی راکد و معوق سنواتی ضروری است که در صورت اعمال تعدیل یاد شده، زیان انباشته در پایان سه ماه از مبلغ (هشت میلیارد و ۶۰۹ میلیون ریال) به مبلغ (۹ میلیارد و ۵۷۶ میلیون ریال) به ازای هر سهم مبلغ یک هزار و ۱۹۷ ریال زیان افزایش می یابد.

در عین حال مطابق بند هفت گزارش مذکور اوضاع مالی و نتیجه عملیات شرکت نشان دهنده وضع مناسبی نیست. به طوری که به دلایل متعدد از جمله بازار فروش محصولات، ضمن آن که روند تولید کماکان در حد ظرفیت کارخانه نبوده، عملیات شرکت در دوره مالی سه ماهه جاری نیز

میلیون دلار آمریکا) است. همچنین هدف دیگر این سرمایه‌گذاری بهبود کارایی تولید و رنگبری در کارخانه و نیز حذف مصرف اسید هیدروکلریک و هیپوکلریت سدیم است. ضمناً شرکت صنایع کاغذ Nippon ساخت دیگ بخار جدیدی در کارخانه Ishinomaki در استان Miyagi در تاریخ ۲۷ ژوئن آغاز کرد. طبق برنامه ریزی این پروژه در اکتبر سال آینده به بهره برداری خواهد رسید. این واحد که به ارزش ۵/۳ میلیارد ژاپن است عمدتاً با خرده چوبهای وارد سیستم به میزان سالانه ۱۵۰۰۰۰ تن تغذیه می‌شود.

هدف این طرح کاهش مصرف گازوئیل و در نتیجه کم شدن میزان تولید دی اکسید کربن حاصل از استفاده از سوخت های فسیلی به میزان ۱۲۰۰۰۰ تن در سال یا ۱۰ درصد است.

پروژه Solplas

این خبر قابل توجه صنایع غذایی، تولیدکنندگان کالاهای الکترونیکی کوچک و قابل حمل، تولیدکنندگان حسگرهای زیستی می‌باشد. مدتی است که فرآیند کوتینگ بر روی فیلم‌های بسته‌بندی جهت حفظ کیفیت بسته‌بندی مواد غذایی به وجود آمده است (پروژه Solplas). این فرآیند برای افزایش طعم دهنده‌ها و نگهدارنده‌ها به غذا طراحی شده است. مواد بسته‌بندی مقاوم به میکروب، یکی از موارد بسیار مطرح در صنعت بسته‌بندی مواد غذایی است. با این وجود مشکلات مربوط به هزینه‌های تولید موجب شده است که محصولات تجاری اندکی در بازار اروپا وجود داشته باشد. فناوری های کنونی (پروژه Solplas) که برای لایه‌نشانی بر

صورت خواهد پذیرفت. طبق گزارش هدف این عملیات بهبود کیفیت مقوای تولید ماشین کاغذ شماره ۲ می‌باشد که ظرفیت سالانه آن ۶۶۰۰۰ است. شرکت AES kadant دو سیستم آماده سازی خمیر را از نوع اختاپوسی (نوعی سیستم آماده سازی خمیر جدید) تأمین می‌کند. کارخانه Nayoro دو ماشین تولید مقوای بسته‌بندی دیگر را نیز به ترتیب با ظرفیت‌های ۶۰۰۰۰ تن در سال لاینر بورد و ۱۸۰۰۰۰ تن در سال فلوتینگ در اختیار دارد. شرکت Nippon خط تولید خود در Wakuni را به فرآیند عاری از کلر عنصری (ECF) تغییر می‌دهد.

شرکت صنایع کاغذ Nippon تبدیل خط شماره ۳ کرافت خود را به رنگبری عاری از کلر عنصری (ECF) در کارخانه Iwakunil واقع در استان Yamaguchi ژاپن تکمیل کرده است. واحد تولید خمیر سوزنی برگ در ماه گذشته تولید خود را با ظرفیت ۲۵۰ تن در روز از خمیر ECF آغاز کرد. خمیر تولیدی این کارخانه شش ماشین کاغذ را تغذیه می‌کند که عمدتاً کاغذهای چاپ و تحریر تولید می‌کنند.

همچنین یکی دیگر از کارخانجات مهم گروه کاغذ Nippon در حال اصلاح خط تولید خمیر کرافت شماره ۵ خود برای تولید خمیر ECF است. طبق برنامه ریزی صورت گرفته این کار باید تا پایان سال جاری تکمیل شده و پیش بینی می‌شود که خط تولید خمیر پهن برگ با ظرفیت ۱۵۵۰ تن در روز تولید خمیر ECF خود را در ژانویه ۲۰۰۶ آغاز کند. این واحد تولیدی نیز ماشین های کاغذ کارخانه را در مجموع با ظرفیت سالانه ۶۰۰۰۰۰ تن تغذیه می‌کند. سرمایه گذاری برای این پروژه به ارزش ۲/۵ میلیارد یین ژاپن (۲۲)

کاغذ

توضیح موسسه استاندارد در خصوص شمول استاندارد اجباری به خمیر کاغذ و خمیر لینتر

رفاه: مدیر کل صنایع بسته‌بندی سلولزی موسسه استاندارد طی بخشنامه‌ای اعلام کرد: خمیر کاغذ و خمیر لینتر مورد مصرف در فرآورده‌های بهداشتی یک بار مصرف (پوشک بچه و نوار بهداشتی) به شماره‌های ۵۹۱۱ و ۵۵۳۰ مشمول مقررات استانداردهای اجباری بوده ولی مابقی خمیرهای کاغذ که برای تولید کاغذ، تیشو و سایر مصارف صنعتی کاربرد دارند، خارج از شمول استانداردهای اجباری است و لازم به ذکر است که تشخیص انواع خمیر در آزمایشگاه ذیصلاح سلولزی امکان‌پذیر می‌باشد.

چوب و کاغذ جزء اولویت‌های تحقیقاتی منابع طبیعی استان گلستان اعلام شد

اولویت‌های تحقیقاتی بخش منابع طبیعی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان گلستان اعلام شد. مهندس سیدزیدالله میرکازمی، رییس مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان گلستان با اعلام این مطلب گفت: این اولویت‌های تحقیقاتی در شش محور جنگل، مرتع، حفاظت و حمایت، گیاه شناسی، گیاهان دارویی و تحقیقات چوب و کاغذ است.

مهندس میرکازمی جمع‌آوری و شناسایی آفات و دشمنان طبیعی آنها در جوامع جنگلی و مرتعی استان گلستان، بررسی آفات مهم گونه‌های جنگلی و آفات مهم چوب‌های استحصالی را از جمله اهداف بخش تحقیقات حفاظت و حمایت جنگل نام برد.

وی در پایان افزود: همچنین در بخش تحقیقات چوب و کاغذ خواص فیزیکی، مکانیکی و شیمیایی مهمترین گونه‌های چوبی، خصوصیات کیفی سوزنی‌برگان دست کاشت و سازگاری کلن‌های صنوبر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

جشنواره "کاغذ زباله نیست" در مراغه

همزمان با هفته محیط زیست روز یکشنبه جشنواره "کاغذ زباله نیست" با همکاری تشکل‌های زیست محیطی در مراغه برگزار شد.

مسئول اداره حفاظت محیط زیست مراغه گفت: در این جشنواره عده کثیری از مردم با جمع‌آوری کاغذهای باطله و تحویل آن به چادر ویژه این جشنواره در حاشیه رودخانه صوفی چای شرکت کردند.

حمید پیغامی، افزود: در این جشنواره پانصد کیلوگرم کاغذ باطله توسط اعضای تشکل زیست محیطی حیات سبز سهند این شهرستان از مردم جمع‌آوری شد. او گفت: در این جشنواره به بیست نفر از اهالی این شهرستان که در این آیین شرکت کرده بودند، جوایزی به رسم یادبود اعطا شد. وی افزود: مردم و مسوولان این شهرستان برای کاهش آلودگی‌های زیست محیطی منطقه و پاکسازی محیط شهری باید بسیج شوند.

وی گفت: این شهرستان از نظر ظرفیت‌های محیط زیست یک

اخبار بسته بندی

PVC موجب پیشرفت‌هایی در دیگر مواد از جمله ترکیبات چندلایه از پوشش‌های لاک‌ی و پوشش‌های Meo X شده است، اما این فناوری‌ها پیچیده و هزینه‌بر می‌باشند.

www.bakeryandsnacks.com

تتراپک به دنبال چینی‌ها

در سال ۱۹۹۵ کشور چین تنها حدود ۱۲۳۷ کارخانه در زمینه تولید و پروسه انواع میوه و سبزیجات فعالیت می‌کردند. در حال حاضر این کشور بالای یکصد خط تولید کنسانتره دارد که حدود هفتاد مورد از این خطوط تولید به کنسانتره سیب اختصاص دارد و یکصد و شصت خط تولید تتراپک است.

کنسانتره سیب چین اکثراً با بسته‌بندی اسپتیک در بشکه‌های فلزی عرضه می‌شود و معروفترین نوع بسته‌بندی برای محصولات جعبه‌های کارتنی است. البته عمومی‌ترین روش تولید، تولید در بسته‌بندی اسپتیک به صورت داغ و سرد است. مصرف آب میوه‌ها به خصوص نوشیدنی‌های مغذی همزمان با افزایش استانداردهای زندگی افزایش یافته است. متوسط مصرف سرانه چین معادل یک کیلوگرم به طور سرانه محاسبه گردیده است. شرکت بزرگ بسته‌بندی اروپا، تتراپک به دنبال ایجاد یک کارخانه جدید بسته‌بندی مواد غذایی و نوشیدنی در چین است. در واقع علت اصلی ارائه این پروژه هزینه‌بر، افزایش علاقه چینی‌ها به مصرف محصولات لبنی است. این سرمایه‌گذاری مشترک که توسط شرکت تتراپک و شریک تجاری او در چین یعنی شرکت: pulps beijing&mill experimenttal paper



روی فیلم‌های پلیمری استفاده می‌شود به دو گروه اتمسفری و خلاء تقسیم می‌شود. فناوری‌های اتمسفری شامل استفاده از یک حفاظ لاک‌ی به همراه یک مرحله تشعشع حرارتی، ماوراء بنفش یا الکترونی است. محافظ‌های خلاء از آلومینیوم یا اکسیدهای فلزی معدنی (Meo X) ساخته می‌شوند. محافظ‌های خیلی خاص، معمولاً از هر دو فناوری بهره می‌گیرند.

تقریباً در نیمی از بازار بسته‌بندی مواد غذایی با فیلم‌های پلی پروپیلن از پلی‌وینیلیدین کلراید (PVDC) به عنوان ماده حفاظت‌کننده استفاده می‌شود. این ترموپلاستیک شفاف و اغلب بی‌رنگ، نفوذپذیری پایینی داشته و به نگهداری طعم و بو کمک می‌کند.

خاصیت نگهداری آن نسبت به PVC که قبلاً برای این منظور بکار می‌رفت، بسیار بهتر است. هرچند نگرانی‌های زیست‌محیطی در مورد

نیز به مدت چهار روز قطع و موجب توقف تولید در این واحد صنعتی شد. اداره گاز شهرستان رضوانشهر در آن زمان علت قطع چهار روزه گاز مصرفی این کارخانه را بدهی چهار میلیارد ریالی این کارخانه به شرکت گاز عنوان کرده بود.

صنایع چوب و کاغذ ایران (چوکا) در ۳۵ کیلومتری جاده انزلی به تالش و در کنار جنگل‌های انبوه پونل رضوانشهر در سال ۱۳۵۲ تاسیس شده است. شرکت صنایع چوب و کاغذ ایران یکی از شرکت‌های بزرگ در زمینه صنعت چوب و کاغذ محسوب می‌شود که با تولید سالیانه ۱۵۰ هزارتن کاغذ کرافت چندین هزار نفر کارمند و کارگر دارد.

بیست درصد زباله‌های لرستان کاغذ است

رییس دانشگاه علوم پزشکی لرستان گفت: حدود بیست درصد از حجم زباله‌های استان را کاغذهای باطله تشکیل داده‌است. دکتر "قدرت‌اله شمس خرم‌آبادی" در کارگروه بررسی پسماندهای لرستان افزود: در صورت تفکیک این حجم وسیع کاغذ می‌توان از قطع صدها درخت برای تولید کاغذ جلوگیری کرد. وی اظهار داشت: فرهنگ‌سازی در امر جمع‌آوری و تفکیک زباله در جلوگیری از هدر رفتن این مقدار کاغذ بسیار حائز اهمیت است. مدیرکل شهر و روستای استانداری لرستان نیز گفت: باید با فرهنگ‌سازی مطلوب از هدر رفتن این کاغذها جلوگیری کرد.

"شهرام ملکی راد" همچنین از تهیه ۱۴۰ خودروی وانت جمع‌آوری زباله برای مناطق زلزله زده خبر داد و افزود: این خودروها بزودی در اختیار این مناطق قرار داده می‌شود.

مجموعه کامل از موزه تاریخ طبیعی و باستانی است و نیاز به توجه و رسیدگی مردم و مسوولان دارد.

شهرستان دویست و پنجاه هزار نفری مراغه در جنوب غربی استان آذربایجان شرقی واقع است. مراغه بیلاقی و قشلاقی دامنه‌های سهند در این شهرستان به عنوان یکی از مناطق مهم زیست محیطی در کشور محسوب می‌شود.

برق کارخانه چوب و کاغذ ایران (چوکا) در رضوانشهر به دلیل بدهی قطع شد

یک مقام مسوول در کارخانه چوب و کاغذ ایران (چوکا) در شهرستان رضوانشهر استان گیلان گفت: برق این کارخانه از دو روز قبل قطع و فعالیت‌های تولیدی این کارخانه متوقف شده‌است.

وی که خواست نامش فاش نشود به خبرنگار ایرنا افزود: قطع برق علاوه بر تعطیلی کارخانه برای ساکنان شهرک پنج هزار نفری این واحد تولیدی نیز مشکلاتی بوجود آورده است.

روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای گیلان با تایید قطع برق این کارخانه دلیل آن را بدهی بسیار سنگین این کارخانه به شرکت برق اعلام کرد و افزود: مسوولان چوکا تاکنون برای تسویه حساب و روشن کردن وضعیت بدهی کارخانه مراجعه نکرده‌اند.

این روابط عمومی میزان بدهی این کارخانه به شرکت برق منطقه‌ای را بیش از ۱۰ میلیارد ریال ذکر کرد. زمستان پارسال نیز گاز مصرفی کارخانه چوکا

بسته بندی چین بسیار توانمند است و هنوز امکان افزایش سرمایه گذاری تترایک و ادامه همکاری ها وجود دارد. تترایک بیش از دو بیست میلیون دلار در چین از سال ۱۹۷۲ سرمایه گذاری نموده و در سال ۲۰۰۲ نیز به عنوان بزرگترین بازار شرکتهای اروپایی شناخته شده است.

چشم انداز بخش لبنیات در چین، به عنوان یک بخش نوشکفته قابل توجه است و انتظار ۱۵٪ رشد در سال وجود دارد. دولت چین پیش بینی می کند مصرف سرانه شیر این کشور در سال ۲۰۱۰ به ۳۲ کیلوگرم در شهر و به ۷ کیلوگرم در مناطق روستایی برسد. این صنعت با بازدهی معادل ۲۹/۲ میلیارد یوان (۳/۵۲ میلیارد دلار آمریکا) در سال گذشته، نسبت به سال ۲۰۰۱ معادل ۴۹٪ افزایش داشته است. تترایک در ۹ استان این کشور دارای مراکز تجاری است و دفتر مرکزی آن در شانگهای است و ۸٪ فروش این شرکت در سال ۲۰۰۳، متعلق به چین (معادل ۵ میلیارد CYN) اعلام شده است.

ممنوعیت تولید بطری های PET آلیاژی

مجله صنایع همگن: انجمن بازیافت اروپا (EuPR) به تازگی تولیدکنندگان بطری های PET را مجبور کرده است که برای تولید این بطری ها از مواد آلیاژی استفاده نکنند. استفاده از مواد آلیاژی در بطری ها و یا درب و برچسب بطری ها باعث به وجود آمدن مشکلاتی در بازیافت آنها می شود.

از آن جا که با فناوری فعلی امکان جداسازی بطری های معمولی و آلیاژی خواهند بود که این موضوع موجب بروز مشکلاتی در حین بازیافت آنها خواهد شد. بطری های آلیاژی PET ویژگی های ناعبوری مناسبی را برای بسته بندی آب میوه و یا آبجو از خود نشان می دهند. انجمن بازیافت اروپا تولیدکنندگان را مجبور کرده است که برای این محصولات از فناوری های جایگزین مانند پوشش دهی سطح بطری ها و یا ساختارهای سه لایه که برای بازیافت مناسب هستند استفاده نمایند.

برای اولین بار در جهان

اطلس کوپکو توانست هوای بدون روغن تولید کند

کلاس صفر، هوای فشرده مطلقا عاری از روغن، توسط محصولات شرکت اطلس کوپکو در استاندارد ISO 8573-1 محقق گردید. شرکت اطلس کوپکو موفق شد برای اولین بار در جهان استاندارد جدیدی در زمینه هوای عاری از روغن را محقق ساخته و گواهی نامه ISO 8573-1 CLASSO را دریافت نماید. این استاندارد مبتنی بر تولید و در اختیار قرار دادن هوای فشرده ۱۰۰٪ عاری از روغن به مصرف کننده می باشد که در سال ۲۰۰۱ مورد تجدید نظر قرار گرفته و شرکت اطلس کوپکو اولین سازنده ای است که این استاندارد جدید را محقق ساخته است.

مصرف هوای ۱۰۰٪ عاری از روغن مصارف گسترده، روزافزون و بسیار تعیین کننده ای در بسیاری از صنایع از جمله تولید مواد غذایی و نوشیدنی، تولید و بسته بندی مواد دارویی، تولید تجهیزات الکترونیکی، رنگ آمیزی اتومبیل، پاشش پودری، تولید منسوجات و صنایع نفت، گاز و پتروشیمی داشته و در اکثر موارد عدم استفاده از هوای ۱۰۰٪ عاری از روغن تبعاتی همچون خرابی محصول، کیفیت پایین محصولات، هزینه تعمیر و نگهداری بالاتر، زمان کمتر در بهره برداری تجهیزات، موارد قانونی در رابطه با محیط زیست و غیره را به همراه خواهد داشت.



انجام شده است حدود هشتاد میلیون دلار آمریکا ارزش داشته و ظرفیت تولید این شرکت سوئیسی - سوئدی را تا شش میلیارد بسته بندی در سال افزایش خواهد داد.

تترایک مدت هاست که به دنبال افزایش سرمایه گذاری، توسعه ظرفیت تولید خود در صنعت لبنی و توسعه بازار و ارتقاء توانمندی های تولید مواد غذایی در چین است؛ تا آن جا که مقامات دولتی چین از تترایک به خاطر سرمایه گذاری های عظیم این شرکت و تلاش جهت توسعه صنعت بسته بندی مواد غذایی و نوشیدنی طی سالهای قبل تقدیر کرده اند.

بنا به گفته شبکه خبری اینترنتی www.Xinhuanet.com صنعت

ضوابط جدید صدور پروانه کسب برای جعبه سازان، کارتن سازان، سلفون کش ها و ...

ضوابط جدید صدور پروانه کسب برای اعضای اتحادیه صنف صحاف شهرستان تهران اعلام شد. اتحادیه صنف صحاف شهرستان تهران در تماس با دفتر ماهنامه صنعت بسته بندی ضوابط زیر را اعلام کرد.

ماده ۱- فرد صنفی در این اتحادیه به شخصی اطلاق می شود که طبق قانون نظام صنفی، آیین نامه اجرایی ضوابط صدور پروانه کسب و رعایت این ضوابط خاص با تحصیل پروانه، محل کسب مناسبی جهت یکی از رسته های تحت پوشش اتحادیه دایر نموده و با قبول مسئولیت، شخصا یا به وسیله مباشر و اجد شرایط در محل مزبور به کار اشتغال ورزد.

ماده ۲- در این اتحادیه صنفی برای ۱۲ رسته شغلی به شرح ذیل پروانه کسب صادر می شود.

- ۱- آلوم ساز (با حداقل مساحت لازم ۳۰ مترمربع)
- ۲- سری سازی کتاب (با حداقل مساحت لازم ۶۰ مترمربع)
- ۳- کارتن ساز مقوایی (با حداقل مساحت لازم ۱۰۰ مترمربع)
- ۴- جعبه ساز مقوایی (با حداقل مساحت لازم ۴۰ مترمربع)
- ۵- پاکت ساز (با حداقل مساحت لازم ۱۲ مترمربع)
- ۶- تک جلد ساز (با حداقل مساحت لازم ۱۲ مترمربع)
- ۷- سازندگی جلد پلاستیک (با حداقل مساحت لازم ۲۰ مترمربع)
- ۸- کلاسور ساز (با حداقل مساحت لازم ۱۲ مترمربع)
- ۹- یادداشت ساز (با حداقل مساحت لازم ۳۰ مترمربع)
- ۱۰- دفتر ساز (با حداقل مساحت لازم ۹ مترمربع)
- ۱۱- دفتر کار (با حداقل مساحت لازم ۲۰ مترمربع)
- ۱۲- سلفون کشی (با حداقل مساحت لازم ۲۰ مترمربع)

تبصره: ایجاد دفتر کار در مکانهای با کاربری اداری جهت رسته شغلی یازده بلامانع می باشد.

ماده ۳- رعایت ضوابط صلاحیت فنی از مراجع مربوط.

ماده ۴- وسایل و ابزار کار مناسب با رسته مربوط.

آشنایی با

دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی

منبع: دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی

ذیربط جهت ارتقاء فرایندهای تعریف محصولات و بسته‌بندی‌های متناسب با قوانین جمع‌آوری، بررسی، طبقه‌بندی و تحلیل آخرین دستاوردهای جدید طراحی و بسته‌بندی و تأثیرات آن در سهم صادراتی و توسعه تجارت خارجی

• ارائه رهنمودها و راهکارهای مورد نیاز جهت ارتقاء کیفیت اجزاء تشکیل دهنده محصولات صادراتی و بسته‌بندی آن با هدف پیشگیری از اثرات زیانبار و نامطلوب در محیط زیست.

آینده دفتر توسعه طراحی

و ترویج امور بسته‌بندی

با توجه به ماموریت‌های محوله، این دفتر در نظر دارد که طی دو برنامه میان مدت و بلندمدت، دو حلقه مفقوده بین صنعت و تجارت ایران را به شکلی مطلوب جاگذاری نماید. این دو حلقه مدیریت طرح کالا، خدمات و اطلاع‌رسانی صحیح کالا که شامل مفاهیم، ارزشها، هویت، اعتمادپذیری و ... در کالا می‌باشد، تعامل بین تجارت و صنعت را در راستای اهداف توسعه تجارت ایران تسهیل می‌سازد.

اعضای دفتر توسعه طراحی

و ترویج امور بسته‌بندی

ساختار پرسنلی دفتر با توجه به نوپا بودن آن، دارای دوازده نفر نیروی انسانی کارشناس و متخصص در شاخه‌های طراحی صنعتی، مدیریت بازرگانی و مهندسی نرم‌افزار می‌باشد. این ساختار عبارت است از:

• دکتر عزیز گسیلی: سرپرست دفتر

(دکترای پژوهش هنر)

• پروانه طهماسبی: معاون دفتر توسعه طراحی و

ترویج امور بسته‌بندی

(کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی)

• رضا ظریفیان: دستیار پروژه

(کارشناس ارشد طراحی صنعتی)

• سیما صادقی خانقاه: سرپرست گروه بررسی و

تحقیق طراحی و بسته‌بندی محصولات

(کارشناس ارشد طراحی صنعتی)

• فروزنده: سرپرست گروه توسعه طراحی و ترویج

بسته‌بندی

(کارشناس ارشد طراحی صنعتی)

• سیما قاسم‌خانی: سرپرست گروه نوآوری‌های

طراحی و فناوری دانش بسته‌بندی

(کارشناس انفورماتیک - نرم‌افزار)

گفتنی است در حال حاضر این دفتر در

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی سالن

شانزده (سازمان توسعه تجارت ایران) مستقر و

شماره تلفنخانه آن ۲۱۹۱۹ می‌باشد.

• مطالعه روشها و شیوه‌های کاربردی در راستای پاسخگویی به نیازهای بازار خارجی، به جهت اصلاح و بهبود طراحی زیباشناختی محصولات و بسته‌بندی آنها

• برنامه‌ریزی و انجام تحقیقات میدانی جهت بررسی، شناسایی و تحلیل روشها و شیوه‌های طراحی و بسته‌بندی محصولات در بازارهای جهانی

• ارائه پیشنهادات و راهکارهای کاربردی در جهت ارتقاء سطح توان طراحی محصولات و بسته‌بندی آنها و ایجاد تعامل اطلاعاتی صحیح بین محصول و مخاطبین بازارهای جهانی

• ماموریت گروه توسعه طراحی و ترویج بسته‌بندی محصولات به شرح ذیل تعریف شده است:

• ارائه و ترویج راهکارهای توسعه‌ای در طراحی و بسته‌بندی محصولات صادراتی به بازارهای هدف

• ترویج برنامه‌های توسعه‌ای متناسب با استانداردهای کشورهای هدف با الهام از موازین فرهنگی کشور جهت ارتقاء سطح طراحی محصولات تولیدی و بسته‌بندی کالاهای صادراتی

• برنامه‌ریزی جهت ایجاد اقدامات حمایتی از مراکز طراحی و بسته‌بندی از طریق تخصیص تسهیلات به منظور ارتقاء سطح تخصصی و فناوریهای مورد نیاز

• انجام اقدامات لازم به منظور ایجاد تشکلهای و مراکز خدمات طراحی کالا و بسته‌بندی محصولات

• ترویج و اطلاع‌رسانی راهکارهای صادراتی کالا در راستای بهینه‌سازی بسته‌بندی محصولات صادراتی

• ماموریت‌های محوله در گروه بررسی نوآوری‌های طراحی و فناوری دانش بسته‌بندی عبارتند از:

• برنامه‌ریزی در راستای بسیج امکانات آموزشی و پژوهشی بین دفتر و مراکز، سازمانهای علمی و مشاورین حقیقی و حقوقی داخلی و خارجی

فعالیت دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی در حوزه معاونت بررسی بازار و بازاریابی سازمان توسعه تجارت ایران رسماً از مردادماه سال ۸۴ آغاز گردید.

این خبر که در آغاز سال ۸۵ به طور عمومی، به آگاهی رسانده می‌شود، نشان دهنده آینده فضای طراحی و توسعه صادرات کالا از طریق بسته‌بندی در کشور که جای آن در سالیانتمادی و جایگاه‌های مختلف خالی بوده و کمبود آن باعث از هم گسیختگی فعالیت بخشهای خدماتی مرتبط و کاهش نام و اعتبار کالاهای ایرانی در داخل و خارج گردیده است.

اکنون که صدای زنگهای تجارت جهانی و بازارهای باز بین‌المللی در گوشه کشور شنیده می‌شود متولیان تجارت جهانی ایران را ملزم به تشکیل ساختار نموده است. اکنون این ساختار با عنوان دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی در معاونت بررسی بازار و بازاریابی سازمان توسعه تجارت ایران شکل گرفته و فعالیت خود را در جهت اهداف گسترش تجارت صادراتی ایران ایجاد نموده است.

اهداف و ماموریت‌های

دفتر توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی

ماموریت این دفتر برنامه‌ریزی، هدایت و نظارت بر کلیه امور مربوط به توسعه طراحی و ترویج امور بسته‌بندی و تدوین استراتژیهای راهبردی طراحی کالا و تعریف وظایف مربوط به بسته‌بندی کالاهای صادراتی، می‌باشد.

فعالیت این دفتر در جهت دستیابی به این ماموریت، که ساختار صادرات کالا را به صورت تکیه بر ارزشهای ماهیت فیزیکی بهبود می‌بخشد، در سه گروه به انجام می‌رسد:

۱- گروه بررسی و تحقیق طراحی و بسته‌بندی محصولات

۲- گروه توسعه طراحی و ترویج بسته‌بندی محصولات

۳- گروه بررسی نوآوری‌های طراحی و فناوری دانش

بسته‌بندی

• ماموریت گروه اول در انجام فعالیت‌های زیر خلاصه می‌شود:

In the name of God
the Beneficent the merciful



Cover:

Pack Company L.T.D
The manufacturer of packing
machinery

Tel: +98 311 5723838-40

Fax: +98 311 5723841

Po. Box: 81595-144 Esfahan - Iran

Email: info@packesfahan.com

SANAT BASTEBANDI
(Monthly Packaging magazine)

9th year, No.79, 2006

7200 Copies

Editor: **Reza Nooraei**
editor@iranpack.org

P.O.Box: 13145-1487 Tehran, Iran

Tel: +98 21 77607963 - 77513341

Fax: +98 21 77512899

Email: info@iranpack.org

Web: www.iranpack.org

Scanning and Layout: **Zaynab Sadeghi**

Writers:

Reza Nooraei

Soheil Chehrehei
soheil@iranpack.org

Arastoo Shahabi
shahabi@iranpack.org

Mustafa Imampour - Hashem habibi

Soosan Khakbiz - Farzad Vosoughi

Azar Kahvaei - Hamidreza Taheri

Fatemeh Jalili - Mohammad Amanbaee



شما
به این کتاب نیاز دارید
۷۰۰۰ تومان

ماهنامه صنعت بسته بندی
با همکاری نشر هیراد منتشر کرد

راهنمای بسته بندی محصولات شیمیایی

حاصل کار کمیته بسته بندی مواد شیمیایی
انستیتو حرفه ای های بسته بندی آمریکا (IoPP)
۸۰ صفحه - ۱۲۰۰ تومان



ماهنامه صنعت بسته بندی
با همکاری نشر هیراد منتشر کرد

مبانی فن آوری بسته بندی (شناخت)

حاصل کار کمیته بسته بندی مواد شیمیایی
انستیتو حرفه ای های بسته بندی آمریکا (IoPP)
۱۲۸ صفحه - ۱۶۰۰ تومان



صنایع بسته بندی عمرانی

تولیدکننده انواع کارتن سه لایه، پنج لایه، E فلوٹ
با چاپ یک رنگ تا چهار رنگ مرکب

انواع کارتن های لمینت و دایکات

جاده قدیم کرج، اول شادآباد، انتهای خیابان شهید عزیزی (کارتن سازی)
مجتمع صنعتی وحدت، پلاک ۲۵ تلفن: ۶۶۶۹۰۹۸۸ - ۶۶۶۹۷۵۵۰ - فکس: ۶۶۶۱۰۹۸۲
http: WWW.OMRANIPACKAGE.COM Email: info@omranipackage.com