

IRAN  PACK

www.iranpack.ir

ISSN1735-4749

سال بیستم / دی و بهمن ۹۵

۱۷۳

پنج هزار تومان

سنت‌بندی

ماهنامه

صنعت

Packaging Magazine

SANAT BASTEBANDI



شیرزاد

از سال ۱۳۶۰

هود استرچ
ایده‌ای جدید
برای بسته‌بندی پالت



IRANDAR
PSA LABEL INDUSTRY

ایرانداری مفتخر است طیف وسیعی از محصولات پشت چسبدار استاندارد،
بسته به نیاز و چالشهای بازار امروز ارائه کند

Tel: (+98 21)8931 6000 FAX: (+98 21)8850 1959
www.irandar.ir www.irandar.co www.irandar.net
info@irandar.com

بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع کشاورزی، مواد غذایی، ماشین‌آلات و صنایع وابسته



24th International Exhibition of Food, Food Technology and Agriculture

23-26 May, 2017

۲ تا ۵ خرداد ۱۳۹۶

Tehran International Permanent Fairground

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

Organized by :



www.iranagrofoodfair.com

ستاد برگزاری :

تلفن: ۳۶ - ۸۸۲۰۵۷۳۵

فکس: ۸۸۷۸۶۶۸۹



نوردسون

بازرگانی مدقالبی واردکننده سیستم‌های ذوب چسب،
شیلنگ، نازل و قطعات یدکی Nordson



نصب و راه‌اندازی، تعمیر و سرویس توسط تکنسین‌های مجرب Nordson در سراسر کشور



دفتر تهران: خیابان سپند، بین ویلا و سپهد قرنی، پلاک ۲۰، واحد ۱۱
تلفن: ۰۲۱ - ۸۸ ۹۰ ۷۵ ۹۶
دفتر مرکزی: تبریز، ولیعصر، بین فلکه بازار و چهارراه شریعتی، برج
آرین، واحد B3
تلفن: ۰۲۱ ۵۷ ۲۹ ۳۳ - ۹۶ ۶۲ ۳۲ ۳۳ - ۴۱
فکس: ۰۲۱ ۷۸ ۱۰ ۳۲ ۳۳ - ۴۱
info@efz.com.tr



فهرست مطالب



| | |
|--|----|
| سخن سردبیر * افزایش نقش بسته‌بندی در اقتصاد تولید و سلامت | ۶ |
| اخبار | ۸ |
| اخبار طراحی | ۸ |
| اخبار مواد و محصولات | ۱۰ |
| اخبار ماشین‌آلات و تجهیزات | ۱۴ |
| اخبار داخلی | ۱۶ |
| اطلاعیه‌ها | ۳ |
| اطلاعیه نمایشگاه صنایع غذایی و کشاورزی سال ۹۶ (ایران‌اگرو فود) | ۳ |
| اطلاعیه تغییر لوگوی ماهنامه صنعت بسته‌بندی | ۶ |
| دهمین شماره کتاب سال بسته‌بندی منتشر شد | ۲۷ |
| فراخوان جلب همکاری تجاری و علمی | ۴۳ |
| اطلاعیه استخدام در شرکت فام‌تک صنعت چاپ | ۴۲ |
| اطلاعیه نمایشگاه بسته‌بندی در آلمان (اینترپک ۲۰۱۷) | ۴۶ |
| اطلاعیه تور بازدید از نمایشگاه بسته‌بندی آلمان (اینترپک ۲۰۱۷) | ۴۸ |
| گزارش | ۲۲ |
| تلاش برای کیفیت بهتر تور نمایشگاه بسته‌بندی آلمان (اینترپک ۲۰۱۷) | ۲۲ |
| شرکت فام‌تک صنعت چاپ | ۲۴ |
| مخالفت قاطع تشکل‌های صنفی چاپ و نشر با پیشنهاد افزایش تعرفه کاغذ | ۲۶ |
| تالیف و ترجمه | ۲۰ |
| مسیر لذت بخشیدن به مصرف‌کننده | ۲۰ |
| حاشیه‌های موجود در محیط کار | ۲۸ |
| ارائه یک تصویر بزرگ از رشد و توسعه بسته‌بندی | ۳۰ |
| منابع فنی و طراحی برای پایداری بسته‌بندی | ۳۴ |
| هم‌تراز کردن انتظارات برای موفقیت پروژه | ۳۶ |
| معجزه‌ای به نام ارتباطات و مناسبات انسانی | ۳۸ |
| بازار | ۴۴ |

به نام خداوند بخشنده مهربان
به جز خدا هیچ کس کامل نیست



(چاپ و بسته‌بندی سابق) فرهنگی، اقتصادی
ISSN 1735 - 4749

دی و بهمن ۱۳۹۵ - شماره ۱۷۳

صاحب امتیاز: مدیر مسئول، و سردبیر: رضا نورائی

• نشانی مراسلات پستی:

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵

• نشانی دفتر ماهنامه: (*از آبان ۹۵*)

تهران، خیابان انقلاب، بین لاله‌زار و سعدی،

پلاک ۵۹۲، طبقه ۵، واحد ۱۵

تلفن: ۶۶۷۱۳۳۹۸ و ۶۶۷۱۱۶۰۴

تلفن سیار: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

وب سایت: www.iranpack.ir

کانال تلگرام: @bastebandi

• مشاور سردبیر: هومن اخوین محمدی

• همکاران این شماره:

نوشین بنداریان، رضا اسعدی، محمدعلی بصائری،

هومن اخوین محمدی، مانلی نورائی آشتیانی،

رضا مسلم‌پور، ویدا قبادی، نازنین همتی

• پیش از چاپ، چاپ و صحافی: خجسته

مطالب منتشر شده بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست.

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است.

با همکاری شرکت فرآورده‌های لبنی دشت ورامین

و لیتوگرافی رنگین کمان

iranpack.ir

جایی که دیده می‌شوید

روی جلد این شماره:

صنایع تولیدی شیرزاد



۳۵ سال سابقه موفق
در ساخت ماشین‌آلات شربنک و بسته‌بندی

بیش از ۵۰۰۰ دستگاه نصب شده

در داخل و خارج کشور

<<< صفحه ۱۵ را ببینید >>>

www.shirzad.biz

تلفن: ۴۴۲۲۳۷۵۷ - ۴۴۲۲۴۷۵۷
تلفکس: ۴۴۲۲۱۴۶۶



www.iranpack.ir

News Email: news@iranpack.ir

Advertise Email: ad@iranpack.ir

Subscription Email: sub@iranpack.ir

iqpo
member

international
packaging press
organisation

SANAT BASTEBANDI

Monthly
Packaging Magazine
Since 1997

No.173, Jan-Feb 2017

Editor in chief: Reza Nouraei

Editor assistant: Maneli Nouraei A.

Editor cancult: Hومان Akhavaïn

P.O.Box: 13145-1487 Tehran, Iran

Tel: +9821 66713398 - 66711704



رضانورائی
سردبیر

افزایش نقش بسته‌بندی در اقتصاد تولید و سلامت

این پیشرفت‌ها برای کشور ما ایده‌آل است. ایران کشوری است مملو از نعمت‌های خداوندی و امکاناتی که اگر درست مدیریت شوند هم ثروت آفرین هستند هم آسایش و رفاه و سلامتی را برای مردم به ارمغان می‌آورند. از طرفی کشور ما به طور پیوسته دستخوش تغییرات مدیریتی و بی‌نظمی داخلی است.

در واقع اموری که کیفیت آنها در گرو اجرای قوانین و مدیریت‌ها باشد در کشور ما از سطح اتکالی قابل اعتمادی برخوردار نیستند و هر چه مدیریت کارها به مواد و ماشین‌آلات سپرده شود باز خورد بهتری در جامعه خواهد داشت.

برای مثال، بسته‌بندی که طول زمان ماندگاری ماده خوراکی را پنج برابر افزایش می‌دهد نقش زیادی در کاهش نگرانی مصرف‌کنندگان در مورد زنجیره تامین و راستگویی دست‌اندرکاران آن دارد.

ایران با قدمت و پشتوانه قوی که در دانش شیمی و پزشکی دارد به توانمندی‌هایی رسیده که حتی می‌تواند باعث بهت و حیرت در صنعت بسته‌بندی جهان شود. به طور قطع و یقین سال‌های آینده هم در جهان هم در ایران شاهد نوآوری‌های بزرگی در بسته‌بندی خواهیم بود. البته بازدید از نمایشگاه اینترنتیک نیز نقش مهمی در فهم آینده بسته‌بندی دارد.

در این راستا سازمان ملل بر توجه به دو محور تاکید دارد. اول کنترل مصرف و بهره‌وری مناسب در استفاده از مواد غذایی است که بر پرهیز از اسراف و دور ریختن و هدر دادن تاکید دارد. محور دوم حفاظت از منابع غذایی هنگام نگهداری، جا به جایی و مصرف است که این بر عهده بسته‌بندی قرار گرفته است.

پس بازار بسته‌بندی همچنان پر رونق است به شرطی که منطبق بر این گونه نیازها باشد. خبرها از پیشرفت‌هایی حکایت دارد که وضعیت ماندگاری مواد غذایی و دارویی را دگرگون می‌کند.

اصولاً یکی از پیامدهای پیشرفت در صنعت بسته‌بندی انجام بسیاری از انتظارات توسط خود بسته است. یعنی بسته‌بندی آن قدر پیشرفت می‌کند که برای مثال مدیریت انبار را ساده می‌کند یا بنا بر ضرب‌المثل معروف "فروشنده خاموش" است. در چنین حالتی بسیاری از اموری که نیاز به مراقبت و مدیریت دارد توسط خود بسته انجام می‌شود و از مسئولیت افراد مسئول کم می‌کند.

پیشرفت بسته‌بندی بسیار خوب است. با وجودی که جهل عمومی نسبت به بسته‌بندی هنوز در سراسر جهان فراگیر است اما متخصصان و دانشمندان طراحی صنعتی و شیمی آن چنان در حال پیشبرد عملکرد بسته‌بندی هستند که فاصله این صنعت با همان شناخت پایین جوامع از بسته‌بندی هم بیشتر از گذشته شده است.

جدا از خلاقیت‌هایی که طراحان صنعتی در زمینه ساختار بسته‌بندی انجام می‌دهند و در چشم مصرف‌کننده به شعبده می‌ماند پیشرفت‌های دانشمندان شیمی در خلق مواد جدید با کارکردهای عجیبشان چیزی از کیمیاگری یا حتی جادوگری کم ندارد.

هنوز و همچنان یکی از بزرگترین چالش‌های بشریت تامین غذا است. سالها است که تمرکز بر افزایش ماندگاری و بهبود شرایط نگهداری و توزیع مواد غذایی یکی از مهم‌ترین ماموریت‌های کارشناسان عرصه صنایع غذایی است.



پیام تغییرات

به اطلاع خوانندگان و اعضای محترم شبکه اطلاع‌رسانی ماهنامه صنعت بسته‌بندی می‌رساند نماد و لوگوتایپ ماهنامه صنعت بسته‌بندی در حال تغییر می‌باشد.

بنا به توصیه اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از یک سو و راهنمایی‌های اساتید گرافیک کشور از سوی دیگر بر آن شدیم اصلاحاتی در لوگوتایپ مجله انجام دهیم تا هم با نام کامل و ثبت شده هماهنگ باشد و هم از نظر طراحی گرافیک ساختار بهتری پیدا کند.

ما در ماهنامه صنعت بسته‌بندی امیدواریم طرح جدید مورد توجه و استقبال مخاطبان محترم مجله قرار گیرد.

ممکن است به مرور زمان تغییرات و اصلاحات دیگری نیز در لوگوتایپ انجام شود تا به شکل کامل و نهایی خود برسد.

آن چه در حال حاضر ارائه شده حاصل کار و اعمال نظر تعدادی از طراحان گرافیک برجسته کشور می‌باشد که با دلسوزی و علاقه به این ماهنامه در عین وفاداری به ترکیب قبلی لوگوتایپ مجله عهده‌دار اصلاح و طراحی مجدد آن شدند.

اما در این راستا نظرات نیز شما چراغ راه ما خواهد بود زیرا مسیر کمال، پایانی ندارد و همیشه علاقمند بهتر شدن هستیم.

صنایع بسته بندی

سیحون

SAEHON

Packing Industries



Email: saehon.pack@yahoo.com
www.saehonpack.com
telegram.me/saehon اخبار سیحون

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۵۰۱۶۴
فکس: ۰۲۱-۳۳۹۹۱۰۴۶





رنگ سال ۲۰۱۷ پنتون: Greenery (سبزی گیاهان)

رنگ طراوت و تجدیدقوا، نمادی برای آغازی نو

رنگ Greenery تازه و دلپذیر زرد متمایل به سبز است که تداعی کننده روز اول بهار هنگامی که سبزی طبیعت احیاشده، بازگردانده و تجدید شده می باشد. بیانگر شکوفایی شاخ و برگ و سرسبزی خارج از منزل بوده، ویژگی اصلی Greenery برای مصرف کنندگان تقویت نفس عمیق کشیدن و اکسیژن گرفتن و تجدید قوا کردن است.

Greenery طبیعت طبیعی است. بیشتر مردم غوطه‌ور در زندگی مدرن هستند، بیشتر میل شدید ذاتی در غرق کردن خود در زیبایی فیزیکی و وحدت ذاتی جهان طبیعی دارند. این تغییر با گسترش Greenery در همه جنبه‌های زندگی روزمره از طریق برنامه‌ریزی شهری، معماری، شیوه زندگی و طراحی جهانی انتخابی منعکس شده است. ثبات در پیرامون خود، Greenery در حال حاضر در صدر اولویت‌ها بوده و این رنگ در همه جا و در سراسر جهان حضور دارد.

رنگ تاییدکننده زندگی، Greenery مظهر پیگیری احساسات شخصی و نشاط است.

رنگ سال پنتون چیست؟

انتخاب رنگ نمادین؛ تصویر لحظه‌ای رنگ از آن چه که ما در حال وقوع در فرهنگ جهانی می بینیم است که به‌عنوان بیان کننده خلق و خوی و نگرش است.

Lee Eisemann · Greenery رنگ سال ۲۰۱۷ پنتون

تطابق رنگ GREENERY

طبیعت بی طرف، Greenery پنتون رنگ تطبیق پذیر فصلی که از ترکیب بسیاری از رنگ‌ها به‌وجود می آید. همان طور که در ده پالت روبرو نمایش داده شده است، Greenery با رنگ خنثی، روشن، رنگ‌های تیره‌تر، پاستل، متالیک و حتی حضور پایدار در رنگ ۲۰۱۶ پنتون رز کوارتز و آرامش بخش برابر است. پالت‌ها به راحتی از مد، زیبایی، برنامه‌های کاربردی طراحی گرافیک محصول می گذرند.

ظهور پیش از موعد greenery در سال ۲۰۱۷ اطمینان خاطری برای آرزوهای ما در محیط اجتماعی و سیاسی پر سر و صدا فراهم می آورد. ارضای رشد تمایلات ما به جوانی و احیای آن، greenery نماد اتصال مجدد ما با طبیعت و هدف بزرگی است که ما در جستجوی آن هستیم.

RGB: R136-G176-B75 HEX/HTML: 88B04B CMYK: C51-M9-Y88-K0

رنگهای سالهای گذشته



TRANSITIONS



ETHEREAL MATERIAL



GRAND CANYON



FOREST FLOOR



REV IT UP



FATHOMLESS



ANALOGOUS



MOODY BLOOMS



DEEP ROOTED



CALM IT DOWN





Flexibles

Gravure

Solvent Ink on White Film
Solvent Ink Reverse printed on Clear Film Laminated to White Film
Solvent Ink Reverse printed on Clear Film Laminated to Clear Film

Flexo Solvent Ink

Heavy Coverage on White Film
Reverse printed on Clear Film
Reverse printed on Clear Film over White Ink
Reverse printed on Clear Film Laminated to White Film
Reverse printed on Clear Film Laminated to Clear Film

Flexo Water

White Recycled Kraft
White Kraft
Brown Kraft
Coated Paper



Cartons

Offset Virgin Carton Board with gloss neutral coating
Offset on Recycled Carton Board with gloss neutral coating
Offset UV on Virgin Carton Board with gloss neutral coating
Offset UV on Recycled Carton Board with gloss neutral coating
Flexo Solvent Ink on Virgin Carton Board



Labels

Offset UV on Coated Paper with gloss neutral coating
Offset on Coated Paper with gloss neutral coating
Flexo UV on White Film
Flexo UV on Coated Paper with gloss coating

تجسم بسته‌بندی پیش از تولید

پروسه چاپ و انواع مرکب را ارائه می‌دهد. این امکانات به سرعت و با قیمتی مناسب در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. می‌توان نتایج را به صورت فایل pdf در زنجیره تامین برای ارتباط بهتر طراحی به اشتراک گذاشت.

پنتون لایو و ویژوالایز با X-Rite eXact کار می‌کند که اسپکتروفتومتر دستی به کاربرها امکان اندازه‌گیری طیف رنگ و مواد موجود و مقایسه چند مواد بر اسکرین را می‌دهد.

استفاده از اطلاعات طیف، نرم‌افزار هم نمونه رنگ‌های موضعی را به یک پنتون مشخص و مرجع پنتون لایو برای ارتباط رنگی دقیق بین تامین‌کننده‌ها تبدیل می‌کند.

چاپ گراور با استفاده از حلال مرکب چاپی بر لایه فیلم با رنگ سفید و لاک رنگی خنثی. پروسه گراور منعطف با حلال رنگ و مرکب سفید چاپ رو بر سطح فیلم معکوس می‌کند.

-پروسه بسته‌بندی انعطاف‌پذیر چاپ گراور با استفاده از حلال و مرکب سفیدی که بر آلومینیوم لمینیت شده است رنگ لایه فیلم را برمی‌گرداند.

-پروسه بسته‌بندی انعطاف‌پذیر چاپ گراور با استفاده از حلال رنگ چاپی بر لایه آلومینیوم با رنگ سفید با لاک رنگی خنثی.

پنتون لایو برای کمک بصری به طراحان و نام‌های تجاری X-Rite را گسترش داده است که قابلیت تغییرپذیری رنگ در پایه مواد،

مبدل‌های رنگی در بسته‌بندی انعطاف‌پذیر متالیک و ساختار لیبل طراحی شده‌اند. در کل پنتون لایو بیست و هشت مجموعه پنتون جامد و رنگ مایه ارائه می‌دهد که مناسب چاپ بسته‌بندی و تکنولوژی‌هایی مانند کارت، لیبل، فلکسو و بسته‌بندی کاغذ می‌باشد.

مجموعه‌های جدید شامل موارد زیر است:

-پروسه چاپ لیبل‌های گراور با استفاده از حلال رنگ چاپی بر کاغذ گلاسه با لاک رنگی خنثی
-پروسه بسته‌بندی انعطاف‌پذیر چاپ گراور با استفاده از حلال رنگ چاپی بر لایه فیلم با لاک رنگی خنثی
-پروسه بسته‌بندی انعطاف‌پذیر

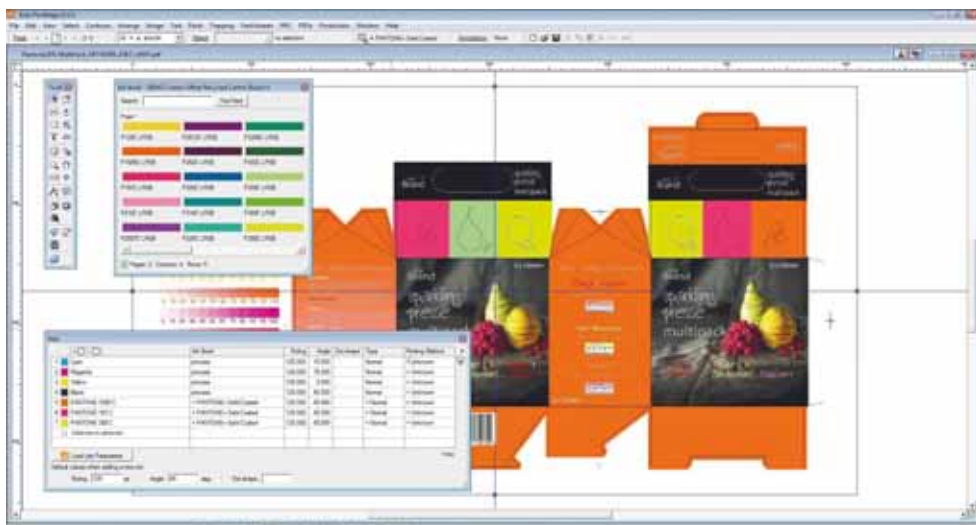
پنتون لایو PantoneLIVE راه‌حلی را برای ارتباط رنگی دیجیتال به علاوه شش رنگ جدید برای چاپ گراور ارائه می‌کند.

همچنین نرم‌افزار جدید PantoneLIVE Visualizer به طراحان و شرکت‌ها و تامین‌کنندگان چاپ کمک می‌کند بتواند بهتر چند بستر و تکنولوژی چاپ را ارزیابی و مقایسه کنند. پنتون لایو به دقت رنگ‌های مورد نیاز چاپ را تامین می‌کند.

آدریان فرناندز رییس گروه Pantone/X-Rite می‌گوید: با همکاری با مشتریان خود ما به طور پایدار تحولات گسترده‌ای را در برنامه‌های کاربردی بسته‌بندی انجام داده‌ایم و به واسطه آن طراحان می‌توانند به آسانی چاپ نهایی را ببینند.

با پنتون لایو، نام‌های تجاری و طراحان قادرند پروسه طراحی بسته‌بندی را تسریع کنند و محصولات را چهار برابر سریعتر وارد بازار کنند. گفته می‌شود که مجموعه جدید تکنولوژی چاپ گراور پنتون لایو برای بسته‌بندی انعطاف‌پذیر و لیبل ایده‌آل است. در حال حاضر پنتون لایو پنجاه هزار رنگ را در اختیار طراحان گذاشته که هشتاد درصد کاربردهای بسته‌بندی را شامل می‌شود.

دو مجموعه جدید در جهت کمک به نام‌های تجاری و



ویژگی‌های تکنولوژی جدید در لیبل‌های پشت چسب‌دار

Hague هلند، مشخصات تکنیکی جهانی جدید لیبل‌های پشت چسب‌دار، ISO DTS 18614، در آگوست ۲۰۱۶ که توسط ISO چاپ شد تا چشم‌انداز نوینی در پروسه سفارش و مشخصات بین مصرف‌کننده‌گان و تامین‌کننده ایجاد کند. محتوای آن از ورودی صنعت به صورت همکاری بین انجمن لیبل در آلمان، اتریش و سوییس، Ver-band der Hersteller selbstklebender Etiketten und Schmalbahnconverter (VskE) و FINAT انجمن جهانی لیبل سود برده است. اصل نیاز این گونه مشخصات تکنیکی از کاربران نهایی عمده لیبل پشت چسب‌دار اریکسون و IKEA می‌آید، کسانی که پروپوزالی را در انیستیتو استاندارد سوئدی ثبت کردند. پروپوزال پذیرفته شد و پروژه گروهی ایزو در

نتیجه رای اکثریت اروپا تاسیس شد. در کنار آن vske، FINAT با موسسه استاندارد آلمان DIN کارگروهی با نمایندگان صنعت لیبل klemens Eh- rlitzer و Herma و کورت والکر رئیس قبلی finat همکاری داشتند.

چک لیست استاندارد سفارش دادن لیبل‌های پشت چسب دار در کارگروه متخصصان این صنعت با شرکت کاربران و تامین‌کنندگان تعریف شد و توسط VskE و FINAT گردآوری شد که بخش مهمی از ویژگی‌های تکنیکی است. پیوست ISO DTS 18614 FINAT با پیوست C در کاربران نهایی پارامترهای مواد لیبل اکنون با دامنه عمومی به صورت رایگان از ایزو دانلود قابل دانلود می‌باشد standards.iso.org/iso/18614

جولز لجنه مدیر FINAT می‌گوید: نتیجه این است که ویژگی‌های مرتبط با نیاز کاربردی مالکین یک نام تجاری با متخصصان صنعت لیبل سنجیده شود. آن تمام عملکرد حرفه‌ای در پارامترهای ضروری را با تبدیل و کاربرد لیبل به عملکرد در بسته، تاثیرگذاری، امنیت و مشتری‌مداری ثبت می‌کند.

UPM Raflatac در نمایشگاه PackExpo 2016:

اما با افزایش سختی برای توزیع بهتر در تجهیزات استاندارد. این صفحات نازک محصولاتی در عین حال قوی زمینه مناسبی برای تصاویر ابتکاری که قبلاً توسط طراحان خلاق دست‌نیافتنی بود را فراهم می‌کند. بعلاوه ثبات ابعادی آنها، پذیرش عالی جوهر و توزیع همزمان خواص به تولیدکنندگان اجازه می‌دهد که کارایی دستاوردهای جدید را بپذیرند، از هزینه‌های بسته‌بندی و مواد اولیه بکاهند و فضای ذخیره‌سازی را افزایش دهند.

دستوری برای موفقیت در صنعت بسته‌بندی مواد غذایی

مواد اولیه برچسب UPM Raflatac برای اجرا در بخش مواد غذایی در انواع گوناگون بسته‌بندی (شامل شیشه، پلاستیک‌های سخت و نرم، فلزات و مواد مبتنی بر فیبر، همانند کاغذ و ورقه‌های فیبر راه‌راه) نام تجاری چشم‌نوازی را ارائه می‌دهد که انگیزه خرید و فروش را ایجاد می‌کند، و اطلاعات مواد مغذی حیاتی از جمله مواد تشکیل‌دهنده محصول و فروش براساس تاریخ محصول منتقل می‌کند. بعلاوه، این محصولات عملکردی استثنایی در محیط‌های چالشی، از سطوح سرد، مرطوب و چرب گرفته تا شرایط انجماد ایفا می‌کنند.

خالی با یک برچسب فیلم روشن در قسمت جلویی UPM Raflatac در محل برچسب اپلیکاتور دریافت کردند. ایستگاه بعدی طراحی است، جایی که آنها یک برچسب منحصربه‌فرد مورد تقاضای خود را چاپ می‌کنند و آن را به بالای شیشه خود با دست بچسبانند. از همه بهتر آخرین محل توقف عملکرد است، در جایی که مهمان می‌توانند قوطی‌های خود را با آب‌نبات رنگی خوشمزه پر کنند و نکات الصاق برچسب و روش‌های آن را فرا بگیرند.

راه حل‌های فیلم جدید

برای تناسب کامل تزئین کالا

به عنوان مکملی برای عملکرد بالای موجود محصولات فیلم روشن و سفید شرکت برای ظروف سخت و مناسب (همانند چسب متناسب با استفاده خاص) UPM Raflatac با هیجان به استقبال گزینه‌های جدید PP و PET برای متالیزه کردن و روکش‌دار کردن محصولات خانواده‌شان می‌روند. با جلوه درخشان و روشن آنها، این مواد روی زمینه برای تصاویر گرافیکی که "پاپ" نام دارد مناسب است (و تجربه نهایی ارائه محصول تزئین شده و جذاب بر روی قفسه‌ها است). این که آنها در بالای صفحه (PP کروم و TC) یا در زیر صفحه (PET و PP متالایز شده با نقره) متالایز شوند، هر کدام از این محصولات پذیرش عالی جوهر داشته و عملکرد آنها مناسب با کاربرد در بسته‌بندی برای محصولات مراقبت شخصی، نوشیدنی و مواد غذایی است.

همچنان نامرئی

محصولات جدید VANISH™ 120، UPM Raflatac از یک صفحه به نازکی ۱/۲ میل از ماده PET ساخته شده که کلیه مزایای مواد VANISH™ 92 را ارائه می‌دهد.

در نمایشگاه Packexpo امسال در شیکاگو، UPM Raflatac رویکردی چندوجهی برای پیدا کردن راه‌های جدید برای تشخیص مارک‌های خود و جلب توجه مصرف‌کننده در زمان فروش نمایان ساخت. بازدیدکنندگان که چگونه راه‌حل‌های شرکت‌های برچسب‌زنی تناسبی کامل برای دنیای بسته‌بندی تزئینی از پایداری و کارایی گرفته تا طراحی و عملکرد هستند دعوت شدند.

بازدیدکنندگان به محض ورود به غرفه، چهار حوزه متمایز می‌دیدند. جایی که آنها را به سمت زنجیره مواد و ارزش بسته‌بندی هدایت می‌کند. اولین ایستگاه پایداری است، جایی که UPM Raflatac برچسب Life tool خلاقانه را به نمایش گذاشت. سپس، آنها را به سمت کارایی هدایت می‌کنند، جایی که آنها افزایش سودمندی مواد نازک‌تر را یاد می‌گیرند و قادر به نمایش کارایی حسابگرها می‌شوند. در این مرحله، بازدیدکنندگان یک شیشه آب‌نبات



نظر شرکت، فیلم‌های شرینگ به سرعت رشد می‌کنند زیرا امکان بی‌نظیری برای طراحی بسته‌بندی، شکل و نمای ۳۶۰ درجه دارند. با استفاده از فیلم‌های شرینگ مالکان برندها انتخاب‌های مناسب جدید و امکان بازیافت را در زمان برندنینگ و بسته‌بندی محصولاتشان دارند.

در نامه UPM APR از شرکت بابت همکاری در این موضوع مهم تشکر کرد. همچنین انگیزه‌ای در بهبود کیفیت بطری‌های بازیافتی ایجاد کرده است. گفته می‌شود جلسه سند راهنمایی حیاتی گام مهمی در اثبات قابلیت بازیافت لیبل UPM Raflatac و نمایش محصولات دارد. مدیر شرکت UPM Raflatac گفت: ما به پرورش نمونه کارهایمان ادامه می‌دهیم تا تا خواسته‌های متفاوتی که مالکین برندهای جهانی از لیبل شرینگ در محصولاتشان دارند را برآورده کنیم.

شرینگ اسلیو موفق UPM Raflatac

UPM Raflatac گزارش می‌دهد که راهنمایی مهم به رسمیت شناخته شده‌ای را از انجمن بازیافت پلاستیک (APR) در مورد دو فیلم جدید شرینگ دریافت کرده است. تحقیقات تایید می‌کند UPM RafShrink PO MDO 40 LS و 45 HS فیلم‌های شرینگ با بازیافت و برآوردن خواسته‌های عنوان شده در سند راهنمای ساخته شده در جهت بهبود کیفیت پلاستیک‌های مصرف‌شده‌ای که وارد بازیافت می‌شوند سازگازند. بر طبق



بازدیدکنندگان بیشتر در مورد آخرین روند تبلیغاتی برای بسته‌بندی مواد غذایی و مراقبت شخصی و همچنین مزایای برچسب‌های فیلم حساس فشاری روشن و فوق‌العاده نازک مانند VANISH که می‌توانند در کسب و کار خود به کار گیرند می‌آموزند. هنگامی که به راه حل‌های دیگر فیلم روشن برچسب مقایسه می‌شوند، برچسب‌های فوق‌العاده نازک VAN-ISH از مواد اولیه کمتر استفاده کرده، و آنها را به یک انتخاب مقرون به‌صرفه‌تر و پایدارتر تبدیل می‌نماید.

Label Life - ساخت انتخاب‌های پایدارتر
به عنوان بخشی از رویکرد جامع پایداری، UPM Raflatac به چرخه عمر برچسب محصول توجه کرده است. Label Life ابزار کاربرپسند این شرکت برای کمک به چاپگرهای برچسب و کاربران نهایی برای درک اثرات چرخه عمر برچسب محصولات مختلف طراحی شده و اطلاعات معتبر از عملکرد زیست‌محیطی برچسب از نظر مصرف انرژی، مصرف آب و انتشار دی‌اکسیدکربن ارائه می‌دهد. این ابزار LCA در هر مرحله از چرخه Label Life از منابع مواد خام از تا پایان استفاده می‌کنند.

تناسبی کامل برای بسته‌بندی تزئینی

متنوع و امنیت بازار برچسب، مانند نوشیدنی، لوازم آرایشی، لوازم الکترونیکی، و بسیاری دیگر ارائه می‌دهد. محصولاتمان مانند Raffle Holo sec می‌توانند برای ضد جعل و تقلبی بودن مناسب شما باشند.

پایداری با طراحی

فیلم‌های تایید شده APR چسب‌های RW85C را نمایان ساختند. چسب زدودنی RW85C برای برچسب‌زنی روی بطری‌های PET ایده‌آل بوده، در جایی که برندهای بین‌المللی اصلی نوشیدنی در حال حرکت به سمت مواد قابل بازیافت به منظور بهبود نام تجاری و پایداری طرح‌های خود می‌باشند. این ترکیب محصول پلی‌پروپیلنی روشن و سفید می‌تواند فرآیندهای بازیافت PET رایج را بدون هرگونه آلوده شده ورقه‌های PET را انجام دهد.

در مرحله نوآوری ما را از دست ندهید!
به عنوان بخشی از حضور UPM Raflatac در نمایشگاه PackExpo شیکاگو،

مواجهه با تقاضای صنایع دارویی و بهداشتی

در زمینه پزشکی UPM Raflatac آماده مواجه شدن با تقاضاهای برچسب‌زنی صنایع می‌باشد. مواد اولیه کاغذ و فیلم با کارایی بالا این شرکت چندین دهه توسط R&D جهانی حمایت شده و به‌گونه‌ای طراحی شده که حتی در کاربردهای دارویی، مراقبت‌های بهداشتی و آزمایشگاهی که بیشترین تقاضا را دارند از جمله بسته‌بندی دارو، شیشه و لوله‌های آزمایش، کیسه‌های خون، ذخیره‌سازی سرد و پرودتی، سترون‌سازی و غیره بدرخشد.

برچسب‌های امنیتی برای هر کاربرد

برچسب‌های امنیتی نه تنها اعتبار محصولات را برای مصرف‌کنندگان تایید می‌کند، بلکه آنها همچنین از نام تجاری شرکت و بازده در بازار در کنار بررسی محصولات در طول سفر در زنجیره تامین حمایت می‌کنند. UPM Raflatac مجموعه جامعی برای کاربردهای گوناگون در حفاظت از نام تجاری



امکان ضد عفونی کردن با فناوری پیشرفته پلاسمای سرد در ایران



تولید پلاستیک با استفاده از درخت کاج

ساینس دیلی/ایرنا - محققان مرکز فناوری‌های شیمیایی پایدار در دانشگاه بٹ انگلیس، نوع جدیدی از پلاستیک قابل بازیافت را با استفاده از ترکیبات شیمیایی برگ‌های سوزنی درخت کاج تولید کردند.

این پلاستیک جدید که pinene نام دارد، یک ماده شیمیایی معطر است که بوی خاص درخت کاج را تولید می‌کند و از ضایعات صنایع کاغذسازی به دست می‌آید. این نوع پلاستیک در طبیعت به طور کامل تجزیه می‌شود و هیچ اثری از آن باقی نمی‌ماند.

در حال حاضر پلیمرهایی که به عنوان پلاستیک زیست‌تخریب پذیر شناخته می‌شوند، در واقع حاصل ترکیب مواد عالی به دست آمده از نیشکر یا ذرت با ماده‌ای موسوم به کاپرولاتون هستند که موجب انعطاف‌پذیری پلیمر می‌شود. کاپرولاتون از نفت خام به دست می‌آید و در نتیجه پلیمرهایی که به این شیوه تولید می‌شوند، به طور کامل قابل تجزیه در طبیعت نیستند.

این تحقیقات به عنوان بخشی از یک پروژه بزرگتر با هدف شناسایی و استفاده از مواد شیمیایی زیستی به عنوان جایگزینی برای مواد خام حاصل از نفت به منظور تولید محصولات کاربردی به اجرا درآمده است.

این تحقیقات هنوز در مراحل اولیه قرار دارد و تنها چند گرم از پلاستیک pinene تولید شده است؛ اما محققان در تلاشند تا فرآیند تولید آن را به گونه‌ای توسعه دهند که در آینده نزدیک امکان تولید انبوه و صنعتی این نوع پلاستیک فراهم شود.

محققان امیدوارند این نوع پلاستیک در زمینه‌های مختلف از جمله صنایع بسته بندی و مواد غذایی و حتی صنایع پزشکی کاربرد داشته باشد. گزارش کامل این تحقیقات در نشریه Polymer Chemistry منتشر شده است.

محمدباقر رضایی با اشاره به این که تکنولوژی پلاسمای سرد در دنیا در حال شکل گیری است، اظهار کرد که ما هم باید با برنامه‌ریزی مناسب این فناوری نوین را در کشور نهادینه کنیم. رضایی به کاربردهای فراوان فناوری پلاسمای سرد اشاره کرد و گفت: ضد عفونی و پاک کردن گیاهان دارویی از آلودگی‌های میکروبی و باکتریایی از جمله کاربردهای این فناوری پیشرفته است.

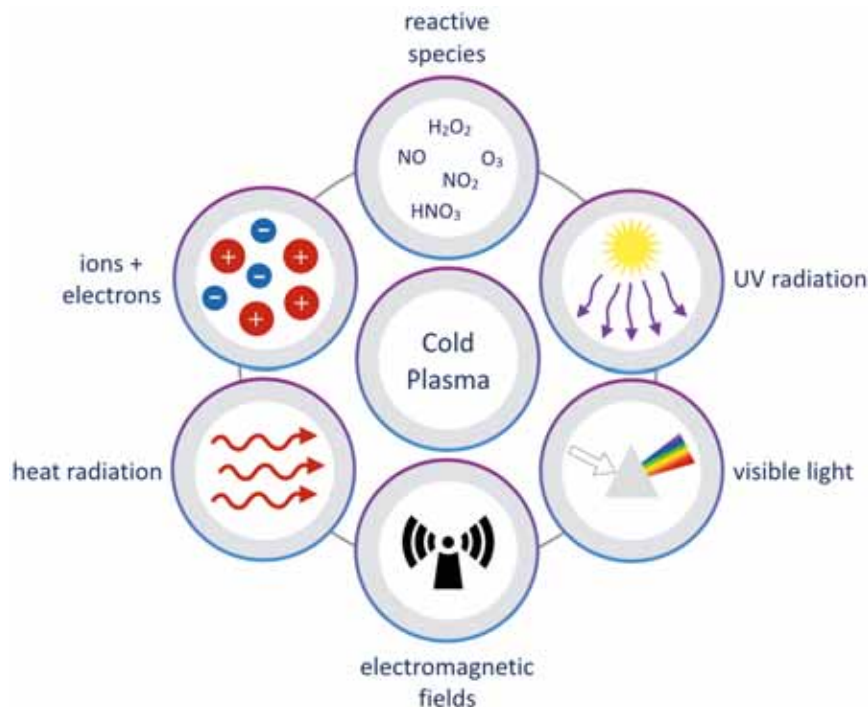
وی افزود که از این فناوری می‌توان برای رفع معضل آلودگی‌ها از جمله میکروبی و باکتریایی در گیاهان دارویی استفاده کرد تا سلامت مردم به خطر نیفتد. این اقدام ضمن حفظ سلامتی و تندرستی، زمینه توسعه صادرات گیاهان دارویی را هم فراهم می‌آورد. رضایی اظهار کرد که ضد عفونی برخی از محصولات کشاورزی مانند زعفران، کشمش، زرشک، انجیر که ارزش صادراتی هم دارد بزودی آغاز می‌شود تا آنها از لحاظ بهداشتی مشکلی نداشته باشند.

وی اظهار کرد که در روش‌های فعلی مانند پرتوتابی با اشعه گاما و ازون هر چند آلودگی‌های میکروبی کاهش پیدا می‌کند اما تأثیری بر مواد موثره گیاه هم دارد ولی در روش جدید ضمن رفع معضلات، تأثیر منفی بر روی مواد موثره ندارد. رضایی بیان کرد: تابحال برداشت، جمع‌آوری و نگهداری گیاهان دارویی اغلب به صورت دستی انجام می‌شد که در روش پلاسمای سرد کار به صورت مکانیزه صورت می‌گیرد.

ایرنا- یک شرکت دانش بنیان ایرانی در صدد بومی‌سازی فناوری پیشرفته پلاسمای سرد است و تاکنون به موفقیت‌های خوبی دست یافته که یکی از کاربردهای این فناوری، ضد عفونی کردن گیاهان دارویی است. پلاسمای سرد چهارم ماده و گاز یونیزه است که سه حالت دیگر شامل جامد، مایع، گاز می‌باشد. پلاسمای شامل الکترون‌ها، بارهای مثبت و یون‌های منفی، رادیکال‌های آزاد و اتم‌های گازی است که توسط محدوده وسیعی از دما و فشار تولید می‌شود.

مزیت این روش سریع و ارزان بودن، انجام فرآیند در فشار اتمسفری و دمای محیط، نفوذ پذیری کم می‌باشد. کاربردهای پلاسمای سرد رو به افزایش است که از جمله آن می‌توان به صنعت غذا، پارچه، کاربردهای پزشکی، گیاهان دارویی، صنایع بسته‌بندی، استرلیزاسیون و کاربردهای میکروبی و محیط زیست اشاره کرد.

از این تکنولوژی مدرن می‌توان برای ضد عفونی کردن بسیاری از محصولات از جمله صنایع غذایی، تجهیزات پزشکی و گیاهان دارویی استفاده کرد که این شرکت دانش بنیان درصد بهره‌گیری این فناوری پیشرفته در حوزه گیاهان دارویی است. رییس انجمن علمی گیاهان دارویی در این خصوص به خبرنگار علمی ایرنا گفت که این فناوری در برخی از کشورهای پیشرفته مانند آمریکا و آلمان مورد بهره‌برداری قرار گرفته و کشورهایمانند ترکیه هم فعالیت خود را در این زمینه آغاز کرده‌اند.



ایراندار، ۱۰۷ پله رشد، فقط در یک سال

و گروه‌های صنعتی (رشته‌های مختلف کسب و کار) گسترش رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی و کمک به سیاستگذاران اقتصادی کشور انجام می‌شود. امسال نیز در نوزدهمین سال این رتبه‌بندی، شرکت ایراندار نیز جزء ۵۰۰ شرکت برتر بود. این جهش بزرگ و کسب رتبه ۳۹۶ بر خانواده بزرگ گروه صنعتی گلرنگ تبریک می‌گوییم.

جاری صعود کرد. سازمان مدیریت صنعتی هر سال اقدام به رتبه‌بندی شرکت‌های برتر ایران (IMI-۱۰۰) می‌کند. این رتبه‌بندی که پانصد شرکت بزرگ و تاثیرگذار در اقتصاد کشور را معرفی می‌کند با هدف شناسایی جایگاه بنگاه‌های اقتصادی

نوزدهمین همایش شرکت‌های برتر ایران چهارم بهمن نود و پنج برگزار شد و شرکت ایراندار جزء پانصد شرکت برتر ایران قرار گرفت. امسال رتبه شرکت ایراندار نسبت به سال گذشته یکصد و هفت پله صعود داشته و از جایگاه ۴۹۳ در سال گذشته به ۳۸۶ در سال

فیلم‌های Oven base در ایران



می‌توانند دمای بالا را تحمل کنند که در مورد این محصول ما در ایران کاملاً بی‌رغیب هستیم و تنها عرضه‌کننده این فیلم‌ها در ایران شرکت سودپک است.

شرکت سودپک در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی امسال در تهران دو محصول بسیار قوی به صنایع بسته‌بندی کشور معرفی کرد. یکی از این دو محصول فیلم‌های اسکین بود که در بسته‌بندی‌های اسکین پکیجینگ استفاده می‌شود.

در حال حاضر فقط دو یا سه شرکت در دنیا اسکین فیلم تولید می‌کنند که قویترین آنها سودپک می‌باشد. ما در ایران چند مشتری خوب و قوی پیدا کردیم که این شرکت‌ها در نمایشگاه دومی قابلیت رقابت با شرکت‌های خارجی را دارند و این از افتخارات سودپک است.

محصول دوم ما فیلم‌های اون بیس (Oven base) است که این فیلم‌ها بدون تغییر شکل

Skin Film Packaging

در Skin Film تمامی سطوح خارجی محصول، مانند پوست دوم کاملاً پوشانده می‌شود. علیرغم اینکه تأثیری در شکل ظاهری محصول ایجاد نمی‌شود. با استفاده از Skin Packaging حتی می‌توان محصولات لبه تیزی مانند استخوان را بدون پارگی و یا سوراخ‌شدگی بسته‌بندی نمود. شرکت SUDPACK از پیشگامان تولید فیلم‌های چندلایه تخصصی رویه و زیره برای بسته‌بندی‌های Skin می‌باشد.



Chees Packaging

شرکت SUDPACK فعالیت خود را با بسته‌بندی پنیر در سال ۱۳۹۴ آغاز کرده است. در طول این سال‌ها تجربه فراوان و ارزشمندی در زمینه انواع بسته‌بندی پنیر کسب شده است. نتیجه تجربیات منحنی تولید طیف وسیعی از انواع فیلم‌های سخت، فیلم‌های نرم، فیلم‌هایی با قابلیت چندبار باز و بسته شدن و پاکت‌های آماده برای انواع پنیر بوده است.



SUDPACK®



SUDPACK MIDDLE East Official Representative

Tehran Address: No. 15, 3rd floor, 12th East St.

Beyhaghi Blvd, Arjantin Sq.

P.o. Box: 1515656713

Tehran, Iran

Work Tel: +98 21 88175024

Email: info@seebwhitesads.com

Ready Meal Packaging

امروزه پختن و گرم کردن مواد غذایی بسته‌بندی شده در ماکروویو مورد توجه بسیاری از تولیدکنندگان فیلم قرار گرفته است. با استفاده از تکنولوژی Steam Solution سودپک این قابلیت وجود خواهد داشت که سبزیجات تازه یا یخ زده، ماهی، گوشت، و غذاهای آماده در ماکروویو بدون هیچ تغییری در طعم و با حفظ تازگی در داخل بسته‌بندی به راحتی آماده و پخته شوند.



Vacuum Packaging

در بسته‌بندی‌های وکیومی از ورود اکسیژن به بسته و خروج مایعات از داخل آن جلوگیری می‌شود. این خصوصیت از طرفی مانع رشد میکروارگانیسم‌های موجود در بسته شده و از طرف دیگر باعث تازه ماندن محصول می‌گردد.



شخصی سازی هدایا با چاپگر جدید رولند

قیمت پایه چاپگر جدید عکس MPX-95 Roland فقط ۴۹۹۵ دلار است، در حالی که قیمت بسته هدیه اختیاری ۱۳۹۵ دلار است.



شرکت Roland DGA، ارائه دهنده اصلی ابزار دیجیتال ساخت از جمله ماشین آلات فرز سه بعدی، پرینتر سه بعدی و دستگاه های حکاکی راه اندازی یک چاپگر جدید عکس -MPX-95، METAZA، IMPACT و همچنین به عنوان یک بسته اختیاری ۹۵، و هدیه، برای شخصی سازی اقلام پلاستیکی و فلزی با عکس ها، آرم ها، نام ها، پیام ها و تزئینات دیگر را اعلام کرد.

با قلم الماس و نیروی ضربه ای قدرتمند، MPX-95 می تواند بر روی فلزاتی مانند فولاد ضد زنگ، آهن، تیتانیوم، پلاتین، طلا، نقره، مس، نیکل و آلومینیوم، و همچنین پلاستیک، به سرعت و با دقت نوک سوزنی چاپ را انجام دهد. امکانات شامل قلم های شخصی، دستگاه های هوشمند، طلا و جواهر و آویز، جوایز و مدال ها، ساعت و سگک های کمربند است.

به گفته مت اندرسون، رییس راه حل های محصول سه بعدی، ROLAND DGA، MPX-95 و بسته هدیه در درجه اول برای کیوسک ها، مغازه های هدیه، فروشگاه طلا و جواهر و بازارهای فروش محصولات دیگر

با توجه به نیازهایشان ایجاد شده است. اندرسون می گوید: "آنها همراه یکدیگر شکل بی نظیری از راه حل های اصلاحی برای سفارشی کردن انواع محصولات خرده فروشان اراده می دهند." مجهز بودن MPX-95 و بسته هدیه، حتی مبتدی می تواند آیتم های شخصی خیره کننده ای دارای جزئیات گرافیکی، متن و عکس ایجاد کنند.

الحاق یک میز و صفحه قابل حمل، MPX-95 را قادر به کار کردن با آیتم های بزرگتر مانند چوب باشگاه های گلف، گلدان ها و لیوان ها می نماید. استاندارد آن با نرم افزار METAZA Studio و ساخته شده از اشاره گر لیزری است که در شناسایی منطقه علامت دار کمک می کند و برای کاربران چاپ موارد بدون هیچ آموزش ویژه ای را آسان می سازد.

بسته هدیه شامل یک گیره مرکزی به طور کامل قابل تنظیم با پین گیره است که دارای آیتم هایی با شکل نامنظم برای تکرار شخصی سازی است، به علاوه گیره مرکزی استاندارد قادر است که بر روی آیتم های مختلف به صورت ردیفی سریع چاپ انجام دهد.

MULTI PACKAGING SOLUTIONS برنده شرکت بسته بندی سال در انگلستان

خلافتان تا تولید تشویق و پشتیبانی می کند. MPS در حال حاضر در حال کاوش در مورد کاربرد فناوری های جدید در حال ظهور از جمله ارتباط از راه نزدیک و این که چگونه این تکنیک های تعاملی می توانند به بهترین نحو در بسته بندی به کار روند است.

Tim ادامه می دهد: "ما می دانیم بسته بندی به کار سخت بر روی قفسه، کمک به شکیبایی برای تطابق و یا افتراق محصولات اعلاء در محیط های خرده فروشی شلوغ نیاز دارد. در Multi Packaging Solutions، ما برندهای بزرگ جهان را همانند بسیاری از متخصصان تجاری حمایت و ترویج می کنیم.

درباره Multi Packaging Solutions

Multi Packaging Solutions، ارائه دهنده جهانی راه حل های بسته بندی با ارزش افزوده به مشتریان گوناگون در بازارهای محصولات بهداشتی و برندهای مشتریان است. MPS برای مشتریان یک بسته بندی تخصصی چاپی با نظمی زیاد فراهم می آورد. از جمله جعبه های مقوایی اعلاء، لیبل ها، نوشتارها/جزوات، بسته بندی تخصصی انواع سفره ها و بسته های روغنی. این شرکت دارای ۶۰ مکان تولیدی در شمال آمریکا، آسیا و اروپا است و حدود ۸۸۰۰ نفر را در استخدام دارد.



Multi Packaging Solutions ("MPS") پیشرو بازار جهانی در بهداشت و درمان، شیرینی سازی و بسته بندی رسانه ها، برنده شرکت بسته بندی سال در اخبار اخیر بسته بندی انگلستان است. جوایز بسته بندی مراسم برگزار شده در هتل پارک گروسونور لندن اهدا شد. از هشت شرکت در فهرست نهایی برای این جایزه، MPS بهترین شرکت بسته بندی سال بر اساس توسعه، نوآوری و عملکرد کلی در نظر گرفته شد. از سال ۲۰۱۴، کسب و کار موفقیت آمیز در چهارده موقعیت تولیدی جدید ایجاد شد.

Tim Whitfield، مصرف کننده اروپایی برند EVP، کسی که جایزه را به نمایندگی از MPS دریافت نمود اظهار داشت: "ما خوشحالیم که نماینده این جایزه معتبر هستیم که به همه کارمندان ما اعتبار بخشیده و در کارهای سخت و تخصصی ما منعکس شده است. این شرکت به شدت در تجهیزات جدید به منظور بهبود قابلیت های آن و ارائه به مشتریان با طیف بیشتری از گزینه های تولید برای مطابقت با نیازهای دراز مدت آنها سرمایه گذاری کرده است.

همچنین تجهیزات جدید، ما در آموزش کارکنان و توسعه سرمایه گذاری برای اطمینان از هر گونه سرمایه گذاری در دارایی های جدید به طور مساوی در مردم همسان به کار گرفته شده است. امروزه، MPS دارای ۶۰ سایت تولیدی، بیش از ۸۷۰۰ کارمند و اپراتور در موقعیت های مکانی شمال آمریکا، اروپا و آسیا است. اگر چه کسب و کار دارای دسترسی جهانی است، فلسفه ما همواره ارائه راه حل های محلی به مشتریان است.

داوران این دسته اظهار داشتند: "MPS به طور کامل سزاوار برنده بودن قوی تر و قوی تر از طریق یک سری از مزایا است. سرمایه گذاری خود را در ماشین آلات هنری همراه با کارکنان بسیار ماهر و وفادار انجام می دهد که حرکت رو به جلوی آنها منجر به ایستادگی شرکت شده است." MPS از نوآوری ها در تمام زمینه های بازرگانی خود از طراحی

پالت در شیب ۳۰ درجه، بدون ریزش، با هود استرچ شیرزاد



به خط را داراست و دیگر مزیت این دستگاه پوشش کامل محصول (سقف پالت و کناره‌ها) می‌باشد، البته لازم به ذکر است برای محصولات خاص که نیاز به عدم پوشش سقف و مقاومت بالایی بسته‌بندی دارند نیز این ماشین پاسخگوی نیاز بازار خواهد بود.

مقاومت بالایی بسته‌بندی به روش هود نسبت به روش‌های دیگر جهش بزرگی را در نوع بسته‌بندی ایجاد کرده است. بطوری که پس از بسته‌بندی محصول حتی در صورت خم کردن پالت تا ۳۰ درجه بسته‌بندی شکل خود را از دست نمی‌دهد و مانع ریزش محصول می‌گردد.

چاپ لوگو روی نایلون از دیگر مزایای این روش می‌باشد بطوری که لوگو به رنگ دلخواه و به صورت واضح روی محصول خودنمایی می‌کند (به دلیل عدم استفاده از حرارت در فرایند بسته‌بندی) عملکرد ظاهر را ساده این ماشین‌آلات با سیستم‌های کنترل قابل برنامه‌ریزی زیمنس (sie-mens plc) کنترل می‌شود به همین منوال این کیفیت در تمام اجزا استفاده شده در دستگاه به صورت جزء به جزء رعایت شده است.



شرکت شیرزاد
مفخر است که سی و
پنجمین سالگرد تاسیس
خود را در صنعت
بسته‌بندی سپری می‌کند.

در راستای سیاست‌گذاری شرکت شیرزاد، استفاده از تکنولوژی روز دنیا و تولید ماشین‌آلات تمام اتوماتیک صنعت بسته‌بندی از جمله ماشین‌آلات زیر در زمره تولیدات این شرکت قرار دارند.

- دستگاه شرینگ پک (و در صورت نیاز به سرعت‌های بالا اورلپ تک‌لاین و دولاین)

- پالتایزر شیشه و آب معدنی (بصورت شیشه تکی و بسته شرینگ شده)
- بسته‌بندی پالت به سه روش صفحه‌گردان، دکل‌گردان و هوداسترچ پالت (شرینگ سرد)

بسته‌بندی اورلپ

تولید دستگاه بسته‌بندی اورلپ در دو روش تک‌لاین (۲۵ بسته در دقیقه) و در نوع دبل‌لاین (۵۰ بسته در دقیقه) صورت می‌پذیرد که قابلیت استفاده از نایلون چاپدار هم در آن تعبیه شده است.

پالتایزر

در مرحله بعد دستگاه پالتایزر وظیفه چیدمان محصولات را روی پالت مشخص عهده‌دار است که این روش بسته به ظرفیت ورودی به دستگاه قابل تعریف است و لایه‌گذاری طبقات هم توسط دستگاه صورت می‌پذیرد.

هوداسترچ

دستگاه هوداسترچ که بروزترین سیستم بسته‌بندی پالت در جهان می‌باشد قابلیت اتصال

که تجربه بسیار خوبی بود. این تجربه منجر به تولید ماشین‌آلات بسیار با کیفیت با قابلیت رقابت ماشین‌آلات اروپایی شد.

انجمن ماشین‌سازان صنایع غذایی محل بسیار خوبی برای همفکری در راستای ارتقاء صنعت بسته‌بندی ایران است که با درایت جناب مهندس نائلی به بار نشست، بسیار خوشبین هستیم که این انجمن دستاوردهای بسیار مثبتی را خواهد داشت.



پرکن آرادپک برای هر میزان ویسکوزیته

تجربه چند ساله بتواند قدم‌های خوبی در جهت ساخت ماشین‌آلات با کیفیت بردارد.

ما در سال ۹۵ موفق به صادرات ماشین‌آلات به کشورهای اروپایی نیز شده‌ایم. برای اولین بار در ایران با شرکت همکار (بهار ماشین) با مدیریت مهندس ملکی ساخت مشترک بخشی از ماشین‌آلات را شروع کردیم

علی علمیه، مدیرعامل ماشین‌سازی آرادپک به خبرنگار ماهنامه صنعت بسته‌بندی گفت: محصول جدیدی که ما در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران ارائه کردیم، جدیدترین دستگاه پرکن و دربندی است که در سیستم شوینده‌ها، پرکن‌ها با هر ویسکوزی برای مواد غذایی و دارویی با سرعت بالا کاربرد دارد.

شرکت ما در حال طراحی و ساخت دستگاه‌های خط بسته‌بندی کامل جهت خطوط دارویی نیز هست که انشالله در نمایشگاه‌های سال ۹۶ رونمایی خواهد شد این دستگاه‌ها شامل پرکن و دربندی و اتیکت‌زن با استانداردهای دارویی خواهد بود که تقریباً در ایران اگر نگوییم اولین، بدون شک جز اولین‌ها خواهد بود. در همین مورد با چند شرکت معتبر دارویی وارد مذاکره شدیم که اولین دستگاه‌ها را نصب و راه‌اندازی خواهیم کرد.

بدون شک در خصوص ساخت ماشین‌آلات خطوط بسته‌بندی دارویی تا کنون رشد مناسبی نداشتیم که امیدوارم این شرکت با تحقیقات و





جشن دهمین سال تولد انجمن ماشین سازان صنایع غذایی ایران

صنعت نیز در کنار صالحی نیا بخشی از راه‌های حمایتی دولت برای ماشین سازان بیان کرد. در شماره‌های آینده درباره گفته‌ها و شنیده‌های این گردهمایی بیشتر خواهیم نوشت. تصاویر بیشتر در لینک روبرو قابل دیدن است:



از یک جشن صنفی به سوی یک مراسم رسمی برد اما این معاون وزیر با مشارکت فعال در بحث‌ها و پاسخگویی به مطالبی که مطرح می‌شد ضمن ایجاد ارتباط نزدیکتر با ماشین سازان صنایع غذایی، پیام‌ها و برنامه‌های دولت و حتی نظرات شخصی خود را در باره موضوعات مطرح شده بطور صریح بیان کرد. بهشتی‌پور معاون اداره ماشین سازی وزارت

شامگاه چهارشنبه ششم بهمن هتل پارسیان اوین در تهران شاهد برگزاری مراسم دهمین سالگرد شکل گیری انجمن ماشین سازان صنایع غذایی ایران بود. این مراسم یک مهمان ویژه و سرزده داشت که او محسن صالحی نیا معاون امور صنایع وزارت صنعت، معدن و تجارت بود. با آن که حضور صالحی نیا فضای مراسم را



سیستم‌های چسب در حال رخ دادن است. ۳- روش‌های کنترل کمی و کیفی در سیستم چسب زنی.

۴- راه حل‌هایی برای رفع عیوب در کار گفتنی است بخش آخر به صورت پرسش و پاسخ انجام شد که تعامل خوبی بین افراد برقرار گردید، زیرا بسیاری از مشکلاتی که مطرح می‌شد قبلاً برای دیگران نیز پیش آمده بود و در واقع حاضران راه‌حل‌های انجام شده را با هم به اشتراک گذاشتند. در پایان دکتر منظورالاجداد کارشناس کاغذ و کارتن درباره ضرورت تعامل بین کارتن سازان و کاغذسازان مسائلی را مطرح کرد. پیشنهاد

تصاویر بیشتر در لینک زیر



وی در مورد برگزاری سمینارهای آینده این بود که مدیران این دو صنعت با هم در سمینارها شرکت کنند تا نتایج بهتری از این برنامه‌ها حاصل شود.



انجمن علوم و فنون بسته‌بندی با مدیریت دکتر مصطفی امام‌پور برگزار شد. مدرس سمینار دکتر شادمان پور موسی، عضو هیات علمی دانشگاه و متخصص در زمینه کاغذ، کارتن، مقوا و دستمال کاغذی بود. سرفصل موضوعات مطرح شده در سمینار شامل بخشهای زیر بود: ۱- معرفی مواد اولیه ای که در دنیا مورد استفاده قرار می‌گیرد و مقایسه با آن چه در ایران استفاده می‌شود و محدودیت‌های آنها ۲- چسبندگی و اتفاقاتی که در

روز چهارشنبه ۱۳ بهمن ۹۵ سمیناری با موضوع چسب نشاسته در صنایع کارتن سازی با حضور جمعی از مدیران و کارشناسان صنعت کارتن سازی در محل شرکت تعاونی انجمن مدیران صنعت کارتن کشور برگزار شد. با توجه به تعداد زیاد حاضران در سمینار به نظر می‌آید استقبال خوبی از سمینار شد. شرکت کنندگان در سمینار با جدیت مطالب را دنبال کرده و به مسائل و مشکلات رایج در این صنعت پرداختند. این سمینار با همکاری علمی



ماه ماشین آریا
MAH MACHINE

www.mah-machine.com

روبات



ماشین
کیسه
پرکن



ماشین کیسه پرکن



نم زن اتوماتیک



باسکول توزین عبوری



میکرو فیدر



پایه
چرخ دودت



ویبراتور
کیسه



دفتر و کارخانه:

تهران، شهرک صنعتی شمس آباد،

بلوار نارنجستان، گلبرگ ۲، پ ۱۰

تلفن: ۸۸۵۱۰۷۶۸-۹

۵۶۲۳۳۴۰۰-۴

فکس: ۸۸۷۳۸۴۱۹

تاکید سازمان غذا و دارو بر اصلاح بسته‌بندی داروها

بسته‌بندی نموده است. در این مقررات داروها باید به نحوی و به تعدادی بسته‌بندی شوند که داروخانه‌ها امکان باز کردن و خرده‌فروشی داروهای بسته‌بندی شده را نداشته باشند. این ضابطه با همکاری داروخانه‌ها و شرکت‌های تولیدی باعث ارتقاء کیفیت خدمات دارویی و کاهش خطاهای دارویی و عوارض ناشی از آن خواهد شد.

در حوزه کیفیت بسیار بالاتر از وضعیت موجود است. لازم است شرکت‌های داروسازی با اصلاح و ارتقای سیستم‌های مدیریت کیفیت خود، بهانه مصرف‌کنندگان برای اقبال به داروهای خارجی را سلب نمایند. عبدالهی اصل اظهار داشت: اداره کل نظارت و ارزیابی دارو و مواد مخدر از سال ۹۳ برای ارتقاء خدمات دارویی در داروخانه‌ها، شرکت‌های داروسازی را موظف به اصلاح

مهر- دکتر اکبر عبداللہی اصل مدیرکل نظارت دارو و مواد مخدر سازمان غذا و دارو، گفت: وضعیت خطاهای بحرانی در خطوط داروسازی خوب نیست اما ناگفته نماند که شرکت‌های خصوصی داروسازی در زمینه اصلاح خطوط بهتر عمل کرده‌اند. وی در گردهمایی مدیران عامل صنایع داروسازی کشور، افزود: در حال حاضر انتظار مردم و نظام سلامت از صنعت داروسازی کشور

مرکز بسته‌بندی کالا در هیرمند راه‌اندازی خواهد شد

داشت: مرحله نخست پایانه تخصصی صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی از سوی سیدمحمدحسن میری یکی از صادرکنندگان نمونه استان با سرمایه‌گذاری ۳۵ میلیارد ریال راه‌اندازی شده است. نادر میرشکار با بیان این که این پایانه مرزی در مجموع با گستره ۱۵۰ هزار متر مربع در سه مرحله ساخته می‌شود، گفت: عملیات ساخت مرحله نخست این پایانه تخصصی صادراتی از اوایل امسال آغاز شد و در مدت هشت ماه به اتمام رسید. وی افزود: مرحله نخست این پایانه شامل باسکول ۸۰ تنی، ساختمان‌های اداری برای استقرار ادارات دولتی و شرکت‌های صادراتی، سردر و گیت ورود و خروج، مهمانسرا، محل تخلیه و بارگیری و استراحتگاه رانندگان است. وی ادامه داد: در دو مرحله بعدی انبارهای مسقف، سردخانه، مرکز بسته‌بندی کالا و سرسرای برگزاری نمایشگاه تخصصی مرزی میان ایران و افغانستان ساخته و راه‌اندازی خواهد شد.



ایرنا: افزایش صادرات غیرنفتی، توسعه روابط و افزایش تردد کامیون‌های ایران و افغانستان در مرز با هدف روان‌سازی مبادلات اقتصادی تجار از جمله اهداف و مزایای راه‌اندازی پایانه تخصصی صادرات محصولات کشاورزی و مواد غذایی در مرز میلک شهرستان هیرمند در شمال سیستان و بلوچستان است. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت سیستان و بلوچستان اظهار

کمپوت خرما برای اولین بار در کشور تولید شد

از تولید است. وی گفت: از اغلب انواع خرما کشت شده در کشور می‌توان برای تولید کمپوت استفاده کرد ولی برای انتخاب خرما یک سری فاکتورها لازم است که در صورت داشتن می‌توان خرما را وارد فرآیند کمپوت‌سازی کرد. وی یادآور شد: این محصول پروژه پایان نامه دانشجویی بوده، ثبت اختراع شده و برای آن نیز مقاله انگلیسی نیز نوشته شده است. به گفته کشتی‌بان، انواع روش‌های مختلفی که برای نگهداری خرما همانند روش سنتی شست و شو، استفاده از ازن و گاما به کار می‌رود، همه هزینه‌های تولیدکننده را بالا می‌برد، اما روش جدید به ویژه برای دارندگان کارخانه تولید کمپوت یا مربا، کم‌هزینه است و به راحتی می‌توانند با همان تجهیزات و فرمولاسیون این کمپوت را تولید کنند. کمپوت خرما در پنجمین فستیوال دارایی فکری در حوزه صنایع مواد غذایی در معرض دید سرمایه‌گذاران قرار داده شده بود.

چسبیده و از بین می‌رود، ولی با فرآوری خرما این پیوند می‌شکند و ژلی فنول کاملاً مورد استفاده بدن قرار می‌گیرد. کشتی‌بان افزود: در روش جدید همچنین ماندگاری خرما بدون هیچگونه ماده افزودنی حفظ می‌شود. وی با اشاره به این که بسته‌بندی این محصول در ظروف فلزی می‌تواند در زمان بحران‌هایی همچون زلزله به راحتی مورد استفاده قرار گیرد، گفت: این محصول در دمای معمولی قابل نگهداری است اما میوه خرما از زمان تولید و چیدن تا سال بعد نیاز است که در سردخانه نگهداری شود و این امر هزینه‌های نگهداری را بالا می‌برد و حتی در صورت نگهداری در سردخانه، با وجود انواع حشره میوه خرما از بین خواهد رفت. وی با اشاره به این که مدت ماندگاری کمپوت خرما بالاست، گفت: مدت نگهداری این محصول حتی تا سه سال بعد از تولید نیز هست اما بهترین زمان مصرف آن یک سال بعد

ایرنا- یکی از فارغ‌التحصیلان علوم و صنایع غذایی دانشگاه علوم پزشکی تبریز برای نخستین بار در کشور موفق به فرموله و تولید کمپوت خرما شد. 'عطا کشتی‌بان' گفت: یکی از مشکلات صنعت خرما کشور، قدیمی بودن تکنولوژی‌ها در این زمینه و استفاده از روش‌های قدیمی برای عرضه این محصول به بازارهای داخلی و خارجی است. وی بیان کرد: در روش‌های قدیمی پرس کردن خرما و عرضه آن به بازار، خرما نه ماندگاری بالایی دارد و نه قابل رقابت برای صادرات است؛ اما در این پروژه، برای افزایش ماندگاری خرما، کمپوت آن در شیره خرما تولید شده است تا تاژگی و خاصیت میوه حفظ شود. وی بیان کرد: داخل خرما ماده‌ای به نام ژلی فنول وجود دارد که خاصیت آنتی‌اکسیدانی و ضد سرطان دارد. وقتی خرما به صورت میوه استفاده می‌شود و فرآوری روی آن انجام نشده باشد، ژلی فنول به فیبرهای خرما



شادمهر

متمایزترین سازنده و صادر کننده انواع ماشین آلات مدرن بسته بندی با کامل ترین خطوط تولید

۳۰ ماه گارانتی ۱۵ سال خدمات پس از فروش

سه دهه تحقیق و نوآوری



SM-909

دستگاه بسته بندی چهار توزین

جهت بسته بندی انواع مواد گرانولی مانند: حبوبات، خشکبار و ...



SM-6030AH+SM-6040

دستگاه دوخت و نونل شیرینگ



SM-904

دستگاه بسته بندی پودری

جهت بسته بندی مواد پودری مانند انواع آرد و ...



SM-FGS

دستگاه تی بگ هرمی با انولوپ

جهت بسته بندی چای تی بگ به صورت هرمی



SM-917

دستگاه کیسه پرکن پدالی دو توزین

جهت کیسه کردن انواع مواد گرانولی مانند: حبوبات، غلات، خشکبار، مواد پتروشیمی و ...



SM-80P

دستگاه بسته بندی سانه پودری (مدادی)



SM-2600

دستگاه بسته بندی عمودی دوقلو (با مالتی هد ۱۶ توزین)

بسته بندی انواع مواد گرانولی با سرعت بالا



SM-911

دستگاه بسته بندی قوطی پرکن پودری (ریلی)

قابل استفاده در انواع قوطی های پلاستیکی، مقوایی، شیشه ای و فلزی



SM-100G

دستگاه بسته بندی سانه چهار طرف دوخت گرانولی

با کاپه حجمی

وعده دیدار ما ورودی سالن ۴۱ نمایشگاه ایران اگر وفود ۲۰۱۶ تهران ۱۰ الی ۱۳ خردادماه ۱۳۹۵

آدرس دفتر مرکزی: تهران-فلکه دوم صادقیه-ابتدای بلوار آیت الله کاشانی-بوستان یکم-پلاک ۲۱-طبقه ۴- واحد ۱۵

تلفن (خط ویژه): ۰۲۱-۴۴۰۱۴۹۱۹۰ فاکس: ۰۲۱-۴۴۰۱۹۳۷۹۰ کدپستی: ۱۴۷۱۶۹۴۵۵۷

نماینده نهاوند در مجلس: نهاوند نیازمند صنایع تبدیلی و بسته‌بندی است

مهر- نماینده مردم نهاوند در مجلس شورای اسلامی گفت: شهرستان نهاوند نیازمند صنایع تبدیلی و بسته‌بندی است.

حسن بهرام در جلسه بررسی مشکلات تولیدات دامی شهرستان نهاوند که با حضور معاون وزیر جهاد کشاورزی برگزار شد، جایگاه کشاورزی و دامداری نهاوند جایگاه برتری است که در واقع کسب این جایگاه حاصل زحمات کشاورزان است.

وی بابیان اینکه به واسطه تحریم‌ها و افزایش قیمت‌ها از جایگاه اصلی خود در گذشته افول داشته‌ایم، گفت: در حال حاضر در بحث ارزش افزوده حلقه‌های مفقوده‌ای در شهرستان وجود دارد چراکه تولید محصول داریم اما بسته‌بندی و صنایع مربوط به آن را نداریم و به ناچار خام فروشی صورت می‌گیرد که هیچ ارزش افزوده‌ای را برای شهرستان به همراه ندارد.

بهرام با تاکید بر این که نهاوند ۲۰ درصد گوشت قرمز استان همدان را تأمین می‌کند، گفت: در این حوزه شهرستان نیازمند صنایع تبدیلی، بسته‌بندی و فرآوری است چراکه علاوه بر ایجاد اشتغال، درآمد برای سرمایه‌گذار و تولیدکننده به دنبال دارد.

خط جدید سیلندر سازی در نگار حک تبریز



شرکت نگار حک با داشتن واحدهای حکاکی سیلندر چاپ روتوگراور و کلیشه‌سازی فلکسو و فیلم و زینک چاپ افست، مدعی مقام اول پیش از چاپ در کشور است. محمد اکبرزاده مدیرعامل این شرکت، در گفت و گو با ماهنامه صنعت بسته‌بندی اعلام داشت؛ شرکت نگار حک از سال ۱۳۷۹ با نصب و راه اندازی اولین ماشین پلیت‌ستر کلیشه در ایران، خدمات ساخت کلیشه لیزری را به کلیه چاپخانه‌های فلکسو آغاز کرد.

همچنین از سال ۱۳۸۹ با تجهیز به پیشرفته‌ترین ماشین‌آلات سیلندر سازی از کشور سوئیس و آلمان، توانست پاسخگوی بخشی از نیاز مملکت به محصول سیلندر حکاکی شده باشد. این مرکز در سال جاری با خرید خط دوم سیلندر سازی خود، در آینده نزدیک به ظرفیت تولید هشتاد سیلندر در روز دست خواهد یافت.

مدیرعامل شرکت نگار حک با اشاره به این که "حمایت از تولید داخلی" نماد رشد فرهنگی در هر جامعه‌ای است و البته در کشور ما، در سالهای اخیر تحت عنوان سیاسی "اقتصاد مقاومتی" مطرح می‌شود، اظهار امیدواری کرد که این شرکت با افزایش ظرفیت تولید و به طور همزمان با ارتقاء کیفیت محصولات خود، میهن عزیزمان را به خود کفایی در این زمینه رسانده واز سوی دیگر، مدیران، صنعتگران، هنرمندان و تمامی دست اندرکاران متعهد و فهیم صنعت چاپ، با استفاده از محصولات این شرکت و تحریم تولیدات غیر ایرانی، اعتلای فرهنگی ایرانی را نشان داده و در رشد اقتصادی و سازندگی کشور سهیم باشند.

حریق در بخش بسته‌بندی سیمان شاهرود

مهر- آتش‌سوزی مهیب در بخش پاکت‌های بسته‌بندی کارخانه سیمان شاهرود باعث پدید آمدن دود غلیظ در منطقه امیریه در کیلومتر ۱۵ جاده شاهرود-توسکستان شد.

به گفته شاهدان عینی، آتش از بخش بارگیری و پاکت زنی سیمان‌ها آغاز شده و آب برای اطفای حریق به دلیل نا معلومی قطع بود.

استقبال از کتاب‌های تخصصی بسته‌بندی در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی

ماهنامه صنعت بسته‌بندی دوره هفت جلدی کتاب‌های «مبانی فن آوری بسته‌بندی» را در نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران با تخفیف بالایی عرضه کرد. این موضوع باعث شد تعداد زیادی از کتاب‌ها خریده شد و دو عنوان از آنها نیز تمام شد. ماهنامه صنعت بسته‌بندی در نظر دارد با چاپ تعداد محدودی از دو عنوان کتابی که به اتمام رسیده کتاب‌های باقیمانده را مجدداً کامل کرده و فروش کل کتاب‌ها را به پایان رساند. از این رو علاقمندان در زمان باقی مانده نسبت به ثبت سفارش این کتاب‌ها اقدام کنند. مجموعه کتاب‌های مبانی فن آوری بسته‌بندی نوشته پروفیسور والتر سورکا استاد جهانی بسته‌بندی و از جمله معتبرترین و پر فروش‌ترین مراجع علمی بسته‌بندی است. این مجموعه هفت جلدی شامل کتاب‌هایی با عناوین زیر می‌باشد که با زبانی ساده بیان شده‌اند:



- ۱- شناخت
- ۲- مدیریت تغییر و ترکیب
- ۳- کارتن و مقوا
- ۴- پلاستیک‌ها
- ۵- ماشین‌آلات
- ۶- حمل و توزیع
- ۷- چسب و لایه‌گذاری

استفاده از روش‌های جدید بسته‌بندی در صنعت سنگ

مهر- مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان قم از ارتقاء کیفیت و استفاده از روش‌های جدید بسته‌بندی در صنعت سنگ متناسب با بازارهای صادراتی خبر داد.

امیر طیبی‌نژاد در جلسه هفتگی خوشه سنگ با اعلام این خبر اظهار داشت: یکی از موضوعات مهم و علمی در بازارهای صادراتی و عرضه محصولات و کالاهای تولیدی، توجه به بسته بندی است که در دنیای امروز خود به یک صنعت با عنوان صنعت بسته بندی تبدیل شده است.

وی افزود: توجه به بسته بندی و ارتقاء کیفیت آن از مقدمات لازم برای صادرات محصول به سایر کشورها به حساب می‌آید که ضروری است با شناخت صحیح از نیازهای بازارهای هدف، شیوه حمل و نقل، مسافت و... محصولات را در بسته بندی‌هایی عرضه کنیم که مورد پسند مشتری باشد. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی قم با تأکید بر اهمیت ارزیابی رقبا در بازارهای صادراتی عنوان کرد: پس از حضور اعضاء کنسرسیوم سنگ قم در چهل و سومین نمایشگاه تخصصی بازرگانی بغداد، بررسی بازارهای منطقه ایی توسط کارشناسان و فعالان این خوشه و ارزیابی و شناخت بهتر سنگ کشورهای رقیب و شناخت نقاط قوت و ضعف سنگ‌های ایران در مقایسه با آن‌ها به صورت میدانی صورت گرفت.

وی یکی از نقاط ضعف سنگ‌های ایران نسبت به رقبا را بسته بندی نامناسب عنوان کرد و بیان داشت: عامل توسعه و فعالان خوشه سنگ قم توانستند با شناخت مناسبی که از نمونه‌های موفق بسته بندی سنگ بدست آوردند پس از حضور در ایران اقدام به مذاکره با تولیدکننده‌های پالت نموده و در مدت کوتاه توانستند پالت‌های بسته بندی سنگ با کیفیتی به مراتب بهتر از پالت‌های ایتالیایی و اسپانیایی تولید کنند.

طیبی‌نژاد افزود: پس از تلاش‌های صورت گرفته شاهد تغییر در نحوه ساخت پالت بوده‌ایم و این الگو به سرعت در حال تسری به سایر واحدهای تولیدی می‌باشد زیرا معتقدیم الگوسازی مناسب سبب جریان سازی و ایجاد روند رو به رشد و توسعه صنایع کوچک و متوسط استان قم می‌شود.

صندوق امید از صنایع بسته‌بندی حمایت می‌کند

ایرنا- مدیرعامل صندوق کار آفرینی امید گفت: تاکنون ۱۲ هزار میلیارد ریال تسهیلات برای ایجاد اشتغال از سوی صندوق پرداخت شده که ۱۰ هزار میلیارد ریال آن در بخش کسب و کار بوده است. «اصغر نورالله زاده» از ایجاد ۶۰۰ صندوق خرد تامین مالی در مناطق روستایی کشور خبر داد و افزود: تاکنون ۵۷۴ صندوق راه اندازی شده است که تا پایان سال بقیه آنها عملیاتی می‌شود. وی تاکید کرد صندوق کار آفرینی امید حمایت از صنایع روستایی و عشایر را در اولویت کار خود دارد و افزود: این صندوق از صنایع تبدیلی بسته‌بندی و به طور کلی صنایع روستایی حمایت می‌کند.

بسته‌بندی، بزرگترین مشکل میوه‌فروشی‌های اصفهان

مهر- محمد جواد رضوانی عضو هیئت رئیسه اتحادیه صنف میوه و سبزی فروش شهرستان اصفهان گفت: مرکز بهداشت در حالی با بهانه‌های مختلف مانع کار میوه‌فروشی‌ها می‌شود که هیچ یک از کارشناسان آنها چک لیست واحدی ندارد.

وی ادامه داد: بزرگترین مشکل میوه‌فروشی‌ها، موضوع بسته‌بندی آن است؛ در حال حاضر ۸۰ درصد مرکبات شمال و تنها ۲۰ درصد مرکبات شیراز بسته‌بندی می‌شود در حالی‌که مرکبات جیرفت بدون بسته‌بندی و با گونی عرضه می‌شود.

عضو هیئت رئیسه اتحادیه صنف میوه و سبزی فروش شهرستان اصفهان ادامه داد: بخشی از سبزی مصرفی در شهر اصفهان از شهرهای دزفول، شوشتر و اهواز در استان خوزستان تامین می‌شود، همچنین شهرهای در غرب اصفهان مانند فلاورجان تامین‌کننده سبزی مصرفی در اصفهان است.

چاپ و بسته‌بندی در اولویت بسته‌حمایتی اصناف

رئیس اتاق اصناف ایران با اشاره به جزئیات بسته‌حمایتی اصناف، گفت: در پرداخت این تسهیلات صنف پوشاک، کیف، کفش، چوب و صنایع چاپ و بسته‌بندی در اولویت قرار دارند.

علی فاضلی با اشاره به جزئیات بسته‌خروج از رکود اصناف، گفت: طرح این بسته‌حمایتی از سوی اصناف تهیه و به دولت ارائه شده است و امیدوارم که جواب مثبت بگیریم و این کار به اجرا برسد.

وی با اشاره به اینکه در مرحله اول تسهیلات به ۱۰۰ هزار بنگاه اختصاص می‌یابد، افزود: در این طرح اولویت با پوشاک، کیف، کفش، چوب و صنایع چاپ و بسته‌بندی است، البته به این معنا نیست که سایر اصناف مشمول نخواهند شد بلکه این ۵ صنف در اولویت هستند.

رئیس اتاق اصناف ایران با اعلام اینکه ۱۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات برای اصناف تعریف شده است که حداقل به ۱۰۰ هزار بنگاه پرداخت می‌شود، اظهار داشت: در این مرحله بهسازی و نوسازی ماشین آلات و تجهیزات کارگاههای تولیدی اولویت است و این تسهیلات نباید برای تامین مواد اولیه و یا سایر موارد هزینه شود.

فاضلی با بیان اینکه بسته‌به‌نوع ماشین آلات و نوع فعالیت، بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون تومان برای هر بنگاه صنفی تخصیص می‌یابد، افزود: مدت بازپرداخت این تسهیلات چهار ساله و با نرخ سود ۱۶ درصد است.

وی با تاکید بر اینکه تا به امروز چنین تسهیلاتی به بنگاه‌های صنفی و کوچک اختصاص نیافته بود و این رویکرد دولت جای تقدیر دارد، اظهار داشت: تا به امروز هر تسهیلات بوده، فقط به صنایع بزرگ اختصاص یافته اما در حال حاضر دولت پذیرفته که باید به بنگاه‌های صنفی و کوچک هم توجه کند.

وی با بیان اینکه بی‌صبرانه منتظر تصویب بسته‌اصناف در دولت هستیم، گفت: سقف تسهیلات بنابر نیاز هر صنف تعیین می‌شود و نمی‌توان برای همه اتحادیه‌ها یک رقم واحد تعیین کرد. این تعاریف به‌دنبه اتحادیه‌ها بر می‌گردد که باید در زمان تصویب این طرح، مشخص شود که هر صنف تا چه میزانی تسهیلات نیاز دارد.

وزیر کشاورزی:

کشور به جای خام‌فروشی و فروش بدون بسته‌بندی به طور جدی به سمت ایجاد صنایع تبدیلی، فراوری و بسته‌بندی برود

کارهایی است که با حجم سرمایه‌گذاری کم، ضمن ایجاد اشتغال پایدار، درآمد مناسبی نیز نصیب فعالان این حوزه می‌کند.

وی یادآور شد: طبق برآوردهای جهانی تا سال ۲۰۵۰ سالانه پنج هزار میلیارد دلار از محل تولید، بسته‌بندی و صادرات گیاهان دارویی عاید کشورهای تولیدکننده می‌شود که در ایران با وجود ظرفیت‌های خدادادی و نیروی انسانی باید سهم مناسبی از این درآمدها را بدست آوریم. در این نشست برخی از مدیران دستگاه‌های اجرایی استان ایلام به ارائه گزارش‌های از دستگاه‌های خود در حوزه صنعت، پژوهش، گردشگری در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی پرداختند.

از ظرفیت‌های عظیم طبیعی می‌تواند به رشد قابل توجهی در جهان برسد، افزود: بدست آوردن بازار برای فروش محصولات کشاورزی نیازمند داشتن صنایع تبدیلی و بسته‌بندی مطابق با نیاز بازار روز جهان است.

به گفته وی، کشورهای هند و چین با تکیه بر صنایع خرد و صنایع تبدیلی و با تقویت صنعت بسته‌بندی در حوزه‌های مختلف به ویژه کشاورزی ضمن دستیابی به اقتصاد پایدار و اشتغال‌دراهمند، کشور خود را در این زمینه‌ها به پویایی جهانی رسانده‌اند.

حجتی تاکید کرد: ایجاد طرح‌هایی همچون پرورش ماهی در قفس و برداشت سالانه یک تن ماهی از این طریق از جمله

ایرنا- وزیر جهاد کشاورزی گفت: دولت لایحه‌ای به مجلس ارائه کرده است که در صورت تصویب، یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار تسهیلات با نرخ سود ۱۴ درصد برای اجرای برنامه‌های خرد روستایی در زمینه صنایع تبدیلی در حوزه‌های مختلف تخصیص داده می‌شود.

محمود حجتی در نشست ستاد اقتصاد مقاومتی و برنامه‌ریزی و توسعه استان ایلام اظهار کرد: کشور باید به جای خام‌فروشی، فروش فله‌ای و بدون بسته‌بندی مناسب به طور جدی به سمت ایجاد صنایع تبدیلی، فراوری و بسته‌بندی برود.

وی با بیان این که ایران با وجود بهره‌مندی



همکاری ماهنامه صنعت بسته‌بندی و آژانس مسافرتی ایوار برای اعزام هیات‌های تجاری به نمایشگاه اینترپک آلمان

تلاش برای کیفیت بهتر تور نمایشگاه بسته‌بندی آلمان

"ماهنامه صنعت بسته‌بندی از همان ابتدا بر مشخص بودن هتل محل اقامت اعضای تور تاکید داشت و یکی از دلایل توافق آنها با ما اتفاق نظر هر دو سازمان در این مورد و عملکرد صادقانه و خوب ایوار در گذشته بود که این موضوع مهم را اثبات می‌کند."

مدیر تورهای آژانس ایوار ادامه می‌دهد: "هتل محل اقامت مسافران عزیز و محترم ما از مدت‌ها پیش رزرو شده است. نام این هتل پنج ستاره Cologne Marriott Hotel می‌باشد. علاقمندان می‌توانند با رفتن به وبسایت این هتل از کیفیتی که در انتظار آنهاست با خبر شوند. نکته مهم این جاست که این خدمات با نرخی معقول و منطقی و البته پایین ارائه می‌شود. البته آژانس برنامه‌ها و علاقمندی‌های خاص مسافران محترم که مسی‌رها یا مکان‌های اقامت دیگری را مد نظر داشته باشند را هم مورد بررسی قرار داده و مناسب‌ترین پیشنهاد را به آنها ارائه خواهد داد."

نورانی مدیر مسئول ماهنامه صنعت بسته‌بندی هم در باره این توافقنامه می‌گوید: "ما وظیفه خود می‌دانیم کاری کنیم که کارآفرینان و متخصصان کشور برآحتی به اروپا سفر کنند و در کمال آرامش و آسایش به برنامه‌های خود برسند."

ماهنامه صنعت بسته‌بندی و آژانس مسافرتی ایوار بر اساس توافق‌نامه‌ای تلاش‌های خود برای برگزاری تور نمایشگاه اینترپک ۲۰۱۷ (بزرگترین نمایشگاه بسته‌بندی جهان) را رسمیت دادند.

هدف از این همکاری اعزام هیات‌های تجاری با امکانات و شرایطی است که هم با نیازهای بازدیدکنندگان ایرانی مطابقت داشته باشد هم در خور شخصیت ایرانیان باشد.

بهنام سیفان مدیر تورهای آژانس ایوار در این زمینه می‌گوید: "ما دغدغه‌های کسانی که عازم این گونه نمایشگاه‌ها هستند را می‌دانیم. مسئله ویزا اولین نگرانی بسیاری از ایرانیان محترمی است که به اروپا سفر می‌کنند. آژانس ایوار این افتخار را دارد که با داشتن سابقه و اعتبار بسیار بالا در سفارتخانه‌های اروپایی امکاناتی را فراهم بیاورد که مسافرانش مسیر گرفتن ویزای شنگن را با شرایطی آسان و بی‌دغدغه طی کنند." سیفان در باره محل اقامت و هزینه‌های گزاف تورهای اروپایی می‌گوید: "آژانس ایوار وظیفه خود می‌داند که از همان ابتدا تصویری صحیح و واقعی از برنامه تور ارائه دهد."

مسیر لذت بخشیدن به

باشد. یک عامل اصلی مشکل در تمیز کردن بطری عطر زنانه در انحناء آن است. از گسستن جلوگیری می‌کند.

انتخاب کردن در قفسه

آیا خریداران می‌توانند بسته‌بندی خود را با یک دست بردارند؟ یا به دو دست احتیاج دارند؟ (آیا مادر مشغول باید کودک یا تلفن خود را رها کند؟) مردم را نگاه دارید. بگذارید آنها بسته‌بندی را لمس کنند این امر شما را به انتخاب‌شدن محصول نزدیکتر می‌کند.

لذت مصرف‌کننده ساده به نظر می‌رسد، این طور نیست؟ می‌تواند این گونه باشد. راهنمایی‌های زیر چگونگی آن را نشان می‌دهد.

یافتن و شناختن را سریع کنید

رنگ و پیام‌ها در راس افکار است، اما فرم (شکل) نیز نقش ثانویه در برقراری ارتباط بازی می‌کنند. آیا این منحصر به فرد، مخرب و یا یکی از میان گروه است؟ برخی از مارک‌های مشهور را می‌توان در سیاه‌نما هم تشخیص داد. شکل دهی باید مطابق با محصول و نام تجاری

مصرف‌کنندگان کاربران نهایی هستند، و در عین حال هدایت کردن در دست آنهاست، در تحقیقات بسته‌بندی داخلی مصرف‌کنندگان همیشه در راس ذهن نیستند زمانی که جداول زمانی و بودجه‌ها شکسته شود.

آن چه که برخی موفق به درک آن نشده‌اند این است که سرمایه‌گذاری از پیش در مورد بینش‌های مصرف‌کننده می‌تواند فرصت‌هایی را آشکار سازد، چالش‌هایی را کشف کند، و از اشتباهات عمده جلوگیری کند.

بسته‌بندی مناسب می‌تواند تصویر نام تجاری را تقویت سازد، فرصت‌های استفاده جدید را ایجاد نماید، مصرف را افزایش داده، به ارزش و لذت مصرف‌کننده بیافزاید.



تصاویری از هتل پنج ستاره Cologne Marriott Hotel محل اقامت مسافران تور اینترنتی در شهر کلن آلمان



و به دنبال گرفتن مسافر به هر روشی نرود. چون این معنی شرافت است. در این صورت حتما برای مسافر خود هم ارزش زیادی قائل خواهد شد و مسافر احساس می کند مورد احترام و توجه قرار گرفته است. "سردبیر مجله صنعت بسته بندی تاکید می کند: "سال های زیادی است که در زمینه تورهای نمایشگاهی و آژانس های مسافرتی محترم مطالعه و دست به انتخاب می زنم. باید به سمتی برویم که از وعده دادن و جذب مسافران با تورهایی که در واقعیت بالاتر از هزینه دور شده و هزینه سفر را به کسی پرداخت کنیم که تمام خدمات و اظهارات خود را تضمین کند. از بازدیدکنندگان محترم نمایشگاه اینترنتی خواهش می کنیم برنامه های پیشنهادی آژانس ایوار را با دقت مطالعه و بررسی کرده، واقعیتها را در مقابل احتمالات قرار داده و به این سفرهای مهم مانند سرمایه گذاری نگاه کنند."

"در این خصوص من روی همقطاران خودم یعنی دست اندرکاران صنعت بسته بندی و چاپ تعصب دارم. اعضای این دو صنعت بسختی در طول سالها تلاش کرده اند چهره و کیفیت محصولات ایرانی را ارتقا بدهند و صنعت ایران را در داخل و خارج کشور سر بلند نگه دارند. این عزیزان نباید در برنامه های خارجی خود به دلیل بیگانه بودن فضا احساس فشار و استرس کنند. باید روح و روان صنعتگران ایرانی در این رویدادها از آرامش و اعتماد بنفس برخوردار باشد تا با قدرت هر چه تمامتر از هزینه هایی که کرده اند بهره گرفته و دست پر به کشور بازگردند." نورائی ادامه می دهد: "من از مجموعه ایوار بازدید کرده ام و از این همه فعالیت حرفه ای و خدماتی که در بعضی موارد حتی با قیمتی پایینتر از نرخ آژانس های دیگر ارائه می شود لذت بردم. به نظر من این خیلی مهم است که آژانس مسافرتی ابتدا برای آبرو و برند خود ارزش قائل باشد

مصرف کننده

لمس نرم گونه بسته بندی در انتها توجه زیادی را به خود جلب می کند.

سعی کنید متناسب با خانه باشد

بسته بندی باید به راحتی ذخیره شده و در دسترس باشد. آن باید برای خریداران جذاب باشد زمانیکه فروشگاه آنها انبار یا یخچالشان باشد- رقابت در خانه نیز ادامه دارد.

مردم سهولت می خواهند

بسته بندی باید قابل درک باشد.

هیچ دستورالعملی مورد نیاز نباشد. باید در هر زمان به راحتی و توسط هر کسی قابل باز شدن باشد (مناسب برای کودکان، سالمندان و افرادی که دارای چشم انداز و یا مهارت چالشی هستند و غیره). دسترسی به کالا باید ساده باشد اعم از دستیابی به آن (متناسب با دست مردان باشد)، ریختن (به راحتی ریخته یا پاشیده شود)، یا تکان داده شود (درب بالایی داشته باشد و درب ورودی را ببندد).

آن را آراسته نگه دارید

باید ظاهری تمیز و بدون آلودگی، پارگی و چروکیدگی پس از استفاده داشته باشد (حتی در انبار). کیفیت با این که چگونه نام تجاری نشان داده شود سنجیده می شود.

محافظت از محصول کل قضیه است

ارائه یک محصول تازه و کمک به مردم در نگهداری آن مسیر این حرکت است. بدون ویژگی بستن و محکم کردن مجدد بسته بندی اتلاف و ضایعات بیشتر می شود. یا مصرف کنندگان به راحتی محصول خود را به ظرف دیگری منتقل می کنند و ویژگی های نام تجاری را به بیرون پرت می کنند.

کمترین بیشترین است

اجتناب از بسته بندی چندتایی استفاده از آن را برای مصرف کنندگانی که دوستدار محیط زیست هستند و فعالیت زیست محیطی انجام می دهند آسان می کند.



WE OFFER THE BEST
COMBINATION OF
TIME, QUALITY & PRICE

فامتک

صنعت چاپ

از اعتماد شما
سپاسگزاریم...



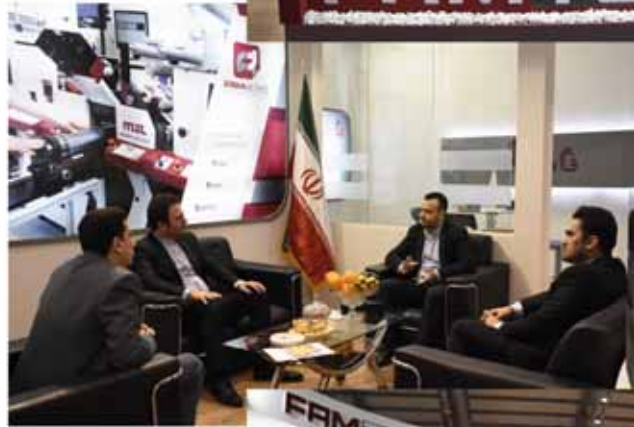
ایران، تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص کرج
خیابان نخ زرین، بلوار تعاون، شهرپور یکم
پلاک ۹، کد پستی: ۱۳۸۹۷۱۴۷۴۸



Info@Famtechco.com



۰۲۱-۴۴۹۰۶۴۱۶-۱۷



مهر -

روسای تشکل‌های

صنعتی حوزه چاپ و نشر

با اعلام موضع خود در مخالفت با

طرح پیشنهادی یکی از تولیدکنندگان

کاغذ برای افزایش تعرفه این محصول، نسبت به

تبعات این افزایش هشدار دادند.

در آستانه طرح پیشنهاد کارخانه چوب و

کاغذ مازندران به کمیسیون ماده یک آیین‌نامه

اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات مبنی بر

بالا بردن تعرفه کاغذ و رساندن آن از عدد ۵ به ۱۰

(که قرار بود سه‌شنبه ۵ بهمن بررسی شود)، روز

دوشنبه ۴ بهمن، روسای اتحادیه‌ها، شرکت‌های

تعاونی و تشکل‌های صنعتی حوزه صنعت چاپ و

نشر با برگزاری یک نشست خبری در محل اتحادیه

چاپخانه‌داران تهران، موضع یکپارچه خود را در بیان

مخالفت با این پیشنهاد، اعلام کردند و نسبت به

تبعات افزایش تعرفه کاغذ و تاثیر آن بر بازار مصرف

کننده محصولات مرتبط با کاغذ، اعم از نشر، چاپ،

بسته‌بندی، صادرات محصولات چاپی و... هشدار

دادند.

در ابتدای این نشست غلامرضا شجاع

مدیرعامل شرکت تعاونی لیتوگرافان که همه

تشکل‌های صنعتی حوزه چاپ و نشر به او برای

پیگیری موضوع افزایش تعرفه کاغذ و اعلام نظر

این تشکل‌ها در رابطه با مخالفت با این موضوع،

نماینده‌گی داده‌اند، در سخنانی گفت: کاغذ تولید

داخل کشور نه از جهت کیفی، نه از جهت کمی قابل

رقابت با کاغذهای وارداتی نیست. ما البته از تقویت

تولید داخلی حمایت می‌کنیم اما متأسفانه تمامی

کارخانه‌های داخلی تولید کاغذ در بهبود کمی و

کیفی کاغذهایشان ناکام بوده و کوتاهی کرده‌اند.

وی بار دهم ادعای تولیدکنندگان کاغذ مبنی بر

اینکه آنها می‌توانند از سنگ و خاک سنگ هم کاغذ

تولید کنند، این ادعاها را تنها یک آرزو و شعار عنوان

کرد و یادآور شد: تنها کارخانه چوب و کاغذ مازندران

است که در حال حاضر در حوزه تولید کاغذ تحریر

که مورد استفاده آن هم در حوزه کارت و ورق است،

فعالیت می‌کند که آن هم فاقد کمیت و کیفیت لازم

متناسب با نیاز مصرف‌کنندگان داخلی است.

شجاع در ادامه از پیشنهاد کارخانه چوب و کاغذ

مازندران برای افزایش دو برابری تعرفه واردات کاغذ

و رساندن آن از عدد ۵ به ۱۰ خبر داد و با اشاره به

اینکه این موضوع روز سه‌شنبه در کمیسیون ماده

یک صادرات و واردات مورد بررسی قرار می‌گیرد،

مخالفت تشکل‌های صنعتی را با این پیشنهاد و هر

پیشنهاد دیگری مبنی بر افزایش حتی نیم درصد به

تعرفه کاغذ اعلام کرد.

این فعال صنعتی حوزه چاپ و نشر با بیان اینکه

کارخانه‌های مانند چوب و کاغذ مازندران در همه این

سال‌ها به جای اینکه کاغذ با کیفیت و همچنین به

مقدار زیاد و مورد نیاز مصرف‌کنندگان داخلی تولید

کند، تنها با استفاده از ماشین‌آلاتی قدیمی و کهنه

و خمیر کاغذ وارداتی، اقدام به این کار می‌کند که

نتیجه اش هم شده کاغذهای بی کیفیت که به خاطر

نداشتن مشتری، انبارهای این کارخانه را پر کرده

است.

در ادامه این جلسه، بابک عابدینی رئیس

اتحادیه صادرکنندگان چاپ، با تأکید بر اینکه

کاغذ یک کالای استراتژیک است و هرگونه

افزایش قیمت این محصول در سایر

رسته‌ها و بخش‌های حوزه

صنعت چاپ و نشر و

حتی فرهنگ

تاثیر گذار

خواهد بود،

تأکید کرد: اینکه فرد

یا افرادی بخواهند با اعمال

تحریم‌های بازدارنده و افزایش آنها

بر روی کاغذ، برای خودشان رانت ایجاد

کنند، تنها و تنها موجب تحمیل هزینه‌های ناشی

از وارد شدن شوک به بازار مصرف‌کنندگان محصولات

مرتبط با کاغذ یعنی اقشار مختلف مردم می‌شود.

وی نیز با اعلام مخالفت کامل با افزایش

هرگونه تعرفه کاغذ که پیشنهاد یکی از کارخانه‌های

تولیدکننده کاغذ بوده است، تأکید کرد: این کار نه

تنها به تقویت رقابت در تولید کاغذ نخواهد انجامید،

بلکه تنها به پر شدن جیب عده‌ای که از این مسئله

سود می‌برند، می‌انجامد. این سوال همچنان وجود

دارد که کارخانه‌هایی مانند چوب و کاغذ مازندران

در طول ۲۰ سال گذشته چه امکاناتی بر امکاناتی

که داشته‌اند، اضافه کرده‌اند تا تولید خود را از حیث

کمی و کیفی ارتقاء دهند؟

در ادامه این نشست خبری، غلامرضا شجاع

در پاسخ به این انتقاد خبرنگار مهر که تشکل‌های

صنعتی حوزه صنعت چاپ تنها زمانی که فکر

می‌کنند منافعی که به خطر افتاده، دور همدیگر جمع

می‌شوند و به دنبال انسجام می‌گردند و این نکته که

تنها در چنین زمان‌هایی است که به سراغ رسانه‌ها

می‌آیند، گفت: در حال حاضر هیچ اختلافی بین

تشکل‌های صنعتی حوزه صنعت چاپ و نشر وجود

ندارد. ۵۱ تشکل فعال در این حوزه به صورت مکتوب

در رابطه با افزایش تعرفه کاغذ اعلام موضع کرده

اند و به بنده هم نمایندگی داده‌اند که به هر صورت

ممکن جلوی افزایش این تعرفه را بگیرم.

به گفته شجاع: شرکت تعاونی مطبوعات با

۲ هزار عضو، شرکت تعاونی ناشران و کتابفروشان

تهران، اتحادیه چاپخانه‌داران تهران، شرکت تعاونی

و اتحادیه لیتوگرافان، اتحادیه صحافان و چندین

تشکل صنعتی دیگر، وی را به عنوان نماینده خود در

این موضوع تعیین کرده‌اند و انسجام میان آنها در

رابطه با مخالفت با افزایش تعرفه کاغذ به طور کامل

وجود دارد.

شجاع در ادامه گفت: با مصوبه شماره

۱۷۳۷۱/۳۰۹ مورخ ۱۳۸۵/۰۲/۱۱ شورای عالی

اقتصاد، کمک‌های و مبالغ زیادی به کارخانه چوب و

کاغذ مازندران تزریق شد با این هدف که این کارخانه

کیفیت محصولات خود را و همچنین میزان کاغذ

تولیدی خود را افزایش دهد. متأسفانه به جرات باید

گفت از آن زمان تاکنون هیچ اتفاقی در این دو حوزه

رخ نداده است.

وی ادامه داد: حتی کسانی که سهام

کارخانه‌های تولیدکننده کاغذ را خریداری کرده

اند، از این کارشان پشیمان هستند و طبق آماری

که از طرف آقای اسفندیاری معاون مدیرکل صنایع

سلولوزی وزارت صنعت معدن و تجارت اعلام شده

است، میزان تولید کاغذ چاپ، تحریر و روزنامه ۳۳

درصد کاهش داشته است.

شجاع این قبیل حمایت‌های دولتی را موجب

جلوگیری از به وجود آمدن بازار رقابتی در تولید

کاغذ عنوان کرد و با بیان اینکه تولیدکنندگان کاغذ

به خاطر همین حمایت‌ها بوده است که هیچگونه

توفیقی در رشد کمی و کیفی محصولاتشان نداشته

اند، نبود جنگل به میزان کافی در ایران را یکی

دیگر از علل به صرفه نبودن تولید کاغذ

در کشورمان ذکر کرد و یادآور

شد: همه این مسائل

دست به دست هم

داده تا کاغذ

تولید

داخلی با

کاغذهای درجه ۲

و ۳ چینی هم قابل رقابت

نباشد. حتی با مدنظر قرار دادن

قیمت تمام شده و قیمتی که به دست

مصرف‌کننده می‌رسد.

نماینده تشکل‌های صنعتی حوزه صنعت چاپ و

نشر همچنین با بیان اینکه تمامی روزنامه‌های دولتی

در حال حاضر برای چاپ روزنامه‌شان از کاغذ خارجی

استفاده می‌کنند، بی کیفیت بودن کاغذ داخلی را

علت این مسئله عنوان کرد و با بیان اینکه خط قرمز

تمامی مصرف‌کنندگان کاغذ کشور، افزایش تعرفه

کاغذ است، گفت: پیشنهاد افزایش تعرفه کاغذ تنها

زمانی می‌تواند قابل طرح باشد که پیش از آن کمیت

و کیفیت کاغذهای داخلی، رشد قابل توجهی پیدا

کرده باشد. آن زمان است که می‌توان در خصوص

افزایش تعرفه کاغذ با تولیدکنندگان آنها وارد مذاکره

شد.

در ادامه این جلسه بابک عابدینی رئیس

اتحادیه صادرکنندگان صنعت چاپ، وضع تعرفه‌های

بازدارنده بر مواد اولیه، از قبیل افزایش دوبرابری

تعرفه کاغذ را ضرر رسان به سید فرهنگي مصرف

کنندگان عنوان کرد و با بیان اینکه قطعاً در صورت

افزایش تعرفه کاغذ، قیمت کتاب، محصولات چاپی،

محصولات بسته‌بندی و سایر بخش‌های مرتبط با

صنعت کاغذ و مقوا افزایش پیدا می‌کند، تأکید کرد:

ما به عنوان اتحادیه‌ای که کارش تسهیل و تقویت

صادرات محصولات چاپی است، اعلام می‌کنیم که

شعار مربوط به اقتصاد مقاومتی که همانا تقویت

صادرات محصولات داخلی است، در حوزه چاپ

و بسته‌بندی، بی اعتبار خواهد شد و صادرات

محصولات چاپی از وضعیت کنونی هم بدتر خواهد

شد.

در ادامه این نشست خبری، علینقی رئیس

اتحادیه صنف چاپخانه‌داران تهران با بیان اینکه

سازمان تجارت جهانی در اهداف توسعه ای خود

مخالفت قاطع تشکل‌های صنعتی چاپ

مدام به دنبال کاهش و حذف تعرفه‌ها است تا کالاها در دسترس تعداد بیشتری از مردم در همه نقاط جهان قرار بگیرد، گفت: در چنین وضعیتی، افزایش تعرفه کاغذ در ایران چه معنا و مفهومی می‌تواند داشته باشد!؟

وی با بیان اینکه خود تولیدکنندگان کاغذ اذعان دارند که فعلاً امکان بهبود کیفی کاغذ تولیدی خود را ندارند، افزایش تعرفه کاغذ را برای بهبود کیفیت تولید این محصول، یک دروغ بزرگ عنوان کرد و گفت: افزایش تعرفه کاغذ در چنین شرایطی چه کمکی به جامعه مصرف‌کننده آن می‌کند؟ قیمت تمام‌شده کاغذ ایرانی در تولید، شاید ۳ برابر قیمت کاغذ خارجی است و این نشان می‌دهد که تولید کاغذ در ایران با این شرایط توجیه اقتصادی ندارد و حتی آینده‌ای هم ندارد.

علینقی با تأکید بر اینکه موضع ما تضعیف و یا حذف تولیدکنندگان داخلی کاغذ نیست، گفت: ما می‌خواهیم بگوییم که مگر چقدر باید هزینه‌های مصرف‌کننده را بالا برد تا کاغذ خوب تولید کنیم؟ ما معتقدیم بهترین تولید در هر کشوری، تولیدی است که صادر می‌شود. چرا که خودش ارزش خارجی به دنبال دارد.

در ادامه این جلسه، بابک عابدینی با تأکید بر اینکه حمایت از تولید نباید به معنی ضرر زدن به مصرف‌کننده باشد، این سوال را مطرح کرد که آیا همه حمایت‌ها از صنعت چاپ و بسته‌بندی ما که حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان برایش

سرمایه‌گذاری شده است، باید به سمت فقط دوکارخانه تولیدکننده کاغذ سرازیر شود!؟

وی ادامه داد: حمایت باید به معنای

واقعی، حمایت باشد. اگر دولت می‌خواهد از صنایع تولیدکننده کاغذ حمایت کند، چرا ما باید هزینه حمایت از کارخانه‌های تولیدکننده کاغذ را پردازیم؟ افزایش تعرفه تنها یک قرص مسکن است برای رفع مقطعی یک سردرد و چه بسا به زودی آن سردرد به شیوه‌های مختلف برگردد و به عبارت بهتر بازار مصرف‌کننده کاغذ را دچار تلاطم کند.

در این جلسه همچنین جلیل غفاری رهبر رئیس اتحادیه صحافان تهران با بیان اینکه این اتحادیه ۱۰۰ درصد مخالف افزایش تعرفه کاغذ است، گفت: ما به عنوان صحافان در بخش‌های تولید تقویم و سررسید، دفتر و کاغذ A4، از کاغذ استفاده می‌کنیم و حدود ۲۰ درصد مواد مصرفیمان را از کارخانه‌های داخلی تأمین می‌کنیم اما با کمال تأسف باید بگوییم که این مواد مصرفی بسیار بی‌کیفیت است و معتقدم ما هر زمان که توانستیم کاغذ سفید آندونزی تولید کنیم، واردات کاغذ را باید متوقف کنیم که طبیعتاً تا رسیدن به آن نقطه فاصله زیادی داریم.

همچنین در این کنفرانس مطبوعاتی احمد ابوالحسنی رئیس اتحادیه لیتوگرافان تهران در سخنان کوتاهی موضع این اتحادیه را مبنی بر

مخالفت با هرگونه افزایش تعرفه کاغذ عنوان کرد. در ادامه محمدمهدی داوودی‌پور مدیرعامل شرکت ناشران و کتابفروشان تهران در سخنانی با بیان اینکه ما به دنبال تعطیل کردن هیچ کارخانه داخلی تولیدکننده کاغذ نیستیم، به مذاکرات و جلسات یکسال اخیر تشکل‌های صنفی حوزه چاپ و نشر با تولیدکنندگان کاغذ با هدف افزایش کمی و کیفی این محصول اشاره کرد و یادآور شد: متأسفانه آنها با آمارهای دروغ و گمراه‌کننده، تنها به دنبال امتیاز گرفتن از ما هستند. آنها ظرفیت اسمی خودشان را ظرفیت واقعی جلوه می‌دهند. در حالی که حتی به یک پنجم ظرفیت اسمی‌شان هم نرسیده اند.

وی با بیان اینکه کاغذهای تولید داخلی، کاغذهای مکانیکال است و قابل رقابت با کاغذهای شیمیکیال نیست، به واردات پالپ، مواد سفیدکننده و چسب‌های مورد استفاده در کاغذهای رول توسط این کارخانه‌ها از کشورهای دیگر اشاره کرد و گفت: خود مسئول شرکتی مثل چاپ افست در آمار می‌گوید که به ما اعلام کرده اند، گفتند که تولید ما با کاغذ ایرانی ۳۰ درصد کمتر از تولید با کاغذ خارجی است.

داوودی‌پور با بیان اینکه متأسفانه دولت دستش را در جیب ما مصرف‌کنندگان کاغذ کرده و به تولیدکنندگان کاغذ می‌گوید که می‌خواهم از شما حمایت کنم، گفت: چرا دولت خودش و بدون وارد کردن هیچگونه فشاری به ما، از تولیدکنندگان کاغذ حمایت نمی‌کند؟! ما قاطعانه اعلام می‌کنیم که حتی با نیم درصد افزایش تعرفه کاغذ موافق نیستیم، مگر موارد قبلی که از آنها حمایت شد، آنها چقدر کیفیتشان را بالا بردند!؟

مدیرعامل شرکت تعاونی ناشران و کتابفروشان تهران با ذکر این مثال که خون گرفتن از بیماری که خودش نیازمند خون است، مفهوم ندارد، گفت: اگر بتوانند برای ما روشن کنند که کمک‌های قبلیشان به این کارخانه‌ها چقدر اثرگذار بوده است، آن وقت ما هم یک واحد

خون می‌دهیم!

وی افزود: ما همه

حرف‌هایمان را با تولیدکنندگان

کاغذ زده ایم، دست آخر به اینجا

رسیده ایم که همه با هم از بسته‌حمایتی

دولت از تولید حمایت کنیم. حتی بسته‌حمایتی برای تولید تصویب شد ولی یکی به ما بگوید که پس از بهره بردن از این بسته‌حمایتی، چقدر از حیث کمی و کیفی محصولات خود را بهبود بخشیده اند؟

ما معتقدیم که آنها تنها به دنبال وارد کردن یک شوک به بازار مصرف‌کنندگان هستند تا سود خودشان را ببرند و این در حالی است که صنعت نشر در کشور ما تقریباً مرده است. تصورش را بکنید به بیماری که در حال انتظار است، یک شوک ناگهانی وارد کنید. چه می‌شود؟ قطعاً به طور کامل بدرد حمایت می‌گردد. ما معتقدیم در صورت افزایش تعرفه کاغذ یک شوک ناگهانی به بازار مصرف این محصول

وارد می‌شود و همان ماجراهای سال ۹۰ و ۹۱ تکرار خواهد شد.

وی در عین حال با بیان اینکه کارخانه‌های تولیدکننده کاغذ برای پرداخت پول آب و برق و خمیر پالپشان مانده اند، گفت: از آنجا که خودشان هم می‌دانند که نمی‌توانند در این زمینه‌ها اقدامی بکنند، آمده اند پیشنهاد افزایش تعرفه را مطرح کرده اند تا از این طریق و با وارد کردن یک شوک به بازار، بدهی‌های خودشان را تسویه کنند.

داوودی‌پور با بیان اینکه پیشنهاد افزایش دو برابری تعرفه کاغذ ناشی از فشار مصرف‌کنندگان کاغذ به تولیدکنندگان برای بهبود کمی و کیفی محصولاتشان بوده است، گفت: ما در این مدت به صورت پنهان سعی کردیم که آنها را مجاب کنیم که کیفیت محصولاتشان را ارتقاء دهند و کاری کرده ایم که حتی وزارت آموزش و پرورش هم نتوانست با آنها بکند، اما آنها چه کردند؟ فقط می‌خواهند با افزایش تعرفه، به مصرف‌کنندگان ضربه بزنند.

در این نشست همچنین غلامرضا شجاع نماینده تشکل‌های صنفی حوزه صنعت چاپ و نشر با بیان اینکه در یک سال گذشته بیش از ۵۰ جلسه کارشناسی با کارشناسان حوزه تولید، مصرف و توزیع محصولات چاپ و نشر داشته ایم، به جلسه روز گذشته خود با مشاور وزیر ارشاد و همچنین جلساتی که پیش از این با حسین انتظامی و سیدعباس صالحی معاونین مطبوعاتی و فرهنگی این وزارتخانه داشته است، اشاره کرد و یادآور شد: موضع آقای صالحی امیری و مجموعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همچنین کمیسیون فرهنگی مجلس، حمایت از مصرف‌کنندگان کاغذ و در واقع مخالفت با هرگونه افزایش تعرفه کاغذ است.

وی بار دیگر با بیان اینکه شرکت تعاونی مطبوعات هم صد درصد با افزایش تعرفه کاغذ مخالف است، گفت: اعضای این تعاونی حتی عنوان کرده اند که در صورت تصویب افزایش تعرفه کاغذ از ۵ به ۱۰ درصد، یک روز روزنامه‌ها و نشریاتشان را چاپ نمی‌کنند. حرف آخر ما این است که دولت باید با عقلانیت با این پیشنهاد روبرو شود و بداند که در صورت افزایش تعرفه کاغذ، نه تنها صنعت چاپ و نشر، بلکه تمامی صنایع مرتبط با کاغذ، کارتن و مقوا، اعم از صنعت دارو، صنعت شیرینی و شکلات و غیره آسیب می‌بیند.

در این نشست همچنین عضدی

عضو هیئت مدیره اتحادیه

واردکنندگان کاغذ

با بیان این که

تولیدکنندگان

کاغذ تکنولوژی و فن

صحيح تولید کاغذ را همانند

کارخانه‌هایی که در کشورهای

مانند آندونزی و چین مبادرت به تولید کاغذ

می‌کنند، ندارند، موضع اتحادیه متبوعش را در اعلام مخالفت صددرصدی با هرگونه افزایش تعرفه کاغذ به صورت صریح اعلام کرد.

و نشر با پیشنهاد افزایش تعرفه کاغذ

حاشیه‌های موجود در محیط کار



امیر سرخیل

سوپروایزر ماشین‌آلات کاغذ و کارتن

در این خصوص مثالی عنوان می‌شود:
در مقطعی به یکی این اشخاص برخورد کردم.
ایشان خاطره‌ای برایم تعریف کرد و وقتی گفته‌های ایشان را با نحوه
عملکردش در محیط کار کنار هم گذاشتم پی به علت اشکال‌های بزرگ
موجود در آن کارخانه بردم.

ایشان تعریف میکرد در گذشته خودروی مدل پایینی داشتم که جز
خودم هیچکس توانایی استفاده از آن را نداشت!!!!
این قدر این ماشین تابع من بود که خیلی وقتها حتی نیازی به قفل
کردن درب آن هم نبود.

تعداد زیادی سیم داخل کابین خودرو وجود داشت که فقط و فقط
خودم می‌دانستم چطور از آنها استفاده کنم.

مثلا در هنگام بارندگی به همسرم می‌گفتم قبل از این که سیم آبی
را به زرد متصل کنی سیم قهوه‌ای را به قرمز متصل کن تا برف پاک‌کن
کار کند. وی می‌گفت حتی سازنده این خودرو هم نمی‌تواند براحتی از
آن استفاده کند.

او اپراتور ماشین چاپ فلکسو بود و روزهایی که وی حضور نداشت
هیچ کس نمی‌توانست با آن ماشین براحتی کار کند.

اگر هم کسی به سختی می‌توانست آن دستگاه را راه‌اندازی کند کار
آن روز با درصد ضایعات بسیار بالایی به پایان می‌رسید.

در واقع آن خط تولید شبیه آن خودروی قدیمی ایشان شده بود و
کاملا تابع حضور او در محیط کار بود.

اگر چنین افراد مضر با تفکرات مشابه و منفی در محیط کار وجود
داشته باشند برای شرکت‌هایی که در حال راه‌اندازی هستند کار بسیار
ساده‌تر از شرکت‌هایی هست که سالیان زیادی سابقه فعالیت دارند.

تنها باید افرادی سالم صادق و درستکار برای پست‌های کلیدی و
تخصصی انتخاب شوند.

پیشنهاد می‌شود گاهی نفرات را بصورت مقطعی و محدود جا به جا
کنید تا نفرات بیشتر به نحوه‌ی عملکرد ماشین‌آلات مسلط شوند و اگر
نگرانی‌هایی که گفته شد در محیط کار شما وجود داشت بتوانید به مرور
راهکارهایی برای آن بیابید.

البته تاکید می‌شود این گونه آزمون‌ها با دقت و با احتیاط صورت گیرد
و انجام همزمان چند مورد با هم اصلا به مصلحت نیست.

امید است با اتخاذ راهکاری درست و درایت مدیران محترم
مجموعه‌های تولیدی شاهد محیط‌های کاری سالم، با نشاط و قابل باشیم.

تا جایی که مدیران محترم ارشد مجموعه‌ها فکر و توانایی خود را
بیشتر صرف کارهای مهم‌تر کنند و به دنبال آن موفقیت‌های بیشتری
نصیب کارخانجات کشور شود.

اگر محیط کارخانه شما وابسته به شخص خاصی است و در نبود وی
تولید تحت تاثیر قرار می‌گیرد و دچار اشکال می‌شود باید بدانید که نقصی
بزرگ در محیط کار شما وجود دارد.

اگر ماشین‌آلات موجود در شرکت شما فقط توسط اشخاص خاصی
تولید موفق دارند و در نبود آنها نفرات دیگر که سابقه کار با ماشین‌آلات
مشابه را داشته‌اند هم حتی نمی‌توانند آن دستگاه‌ها را راه‌اندازی کنند و
به تولید برسند آگاه باشید که اشکالی بزرگ وجود دارد.

متأسفانه مواردی باعث بروز این اشکالات می‌شوند که ما را بر آن
داشت تا با اطلاع‌رسانی و دادن هشدار، مدیران محترم شرکت‌های
تولیدی را نسبت به این مسائل آگاه کنیم.

نمی‌توان نادیده گرفت که در شرکت‌های تولیدی نفرات بسیار
ارزشمندی وجود دارند که با تلاش و درایت خویش در جهت رسیدن به
تولیدی موفق گام بر می‌دارند. آنها انسان‌های شریفی هستند که همواره
تلاش در رساندن منفعت به محیط کار خود دارند. اما در این نوشته در
خصوص اشخاصی صحبت خواهیم کرد که تفاوت‌های بسیاری با آن افراد
پر تلاش و دلسوز دارند.

در خصوص نفراتی صحبت خواهیم کرد که دیدگاهی متفاوت و البته
مضر و مخرب برای محیط‌های کار دارند.

علت چیست؟

کارگران و اپراتورها و سرپرستان تولید انسان‌های زحمت‌کش و
ارزشمندی هستند که با تلاش خود چرخ تولید را به گردش در می‌آورند و
بر این اعتقادند که خداوند این محیط کار را برای کسب روزی حلال برای
آنها و خانواده‌هایشان محیا ساخته است. این اشخاص بخش عمده نفرات
کارخانجات را تشکیل می‌دهند.

اما تعداد انگشت‌شماری هستند که متفاوت فکر می‌کنند.
آنها بر این باور هستند که خودشان باید راهکارهایی برای تضمین
شغل خود البته از راه منفی اتخاذ کنند.

این که منافع خود را در اولویت قرار می‌دهند.

این گونه افراد نفرات مضر و خطرناکی هستند که بعضاً برای حفظ
منافع خود آسیب‌های جدی به محیط کار و سایرین می‌رسانند.





دهمین شماره کتاب سال بسته‌بندی منتشر شد

دهمین شماره سالنامه «کتاب سال بسته‌بندی» همزمان با بیست و سومین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران منتشر شد.

در این شماره مطالب زیر را می‌خوانید:

در عمل... (نوشته رضا نورائی) / خطر بیخ گوش ماست! (نوشته جلال ذکایی) / ایران‌دار، نماد کیفیت، سلامت و ایمنی / گزارش آغاز بهره‌برداری از مدرن‌ترین خط تولید سیلندر گراور در ایران / گزارش سالانه انجمن تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف / معرفی محصولات متنوع شرکت صنایع بسته‌بندی سیحون / وضع صنعت کارتن از زبان انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق / گزارش از شرکت تعاونی اعضای انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق / چاپ کارتن نیازمند دانش‌افزایی بیشتر / نگاهی به وضعیت صنعت تولید و تبدیل لفاف بسته‌بندی در ایران (گفتگو با حمیدرضا طاهری آشتیانی) / آشنایی با انجمن علمی بسته‌بندی ایران / آشنایی با گروه بسته‌بندی مرکز مطالعات و پژوهش‌های لجستیکی / فن‌آوری ابداعی در تولید بطری‌های پلاستیکی / گزارش سالانه انجمن ماشین‌سازان صنایع غذایی ایران / هفت پرسش از ماشین‌سازان بسته‌بندی / ۴ اشتباه رایج که باید قبل از تهیه ماشین‌آلات برچسب به آن آگاه باشیم / ۵ عدد از تجهیزات لیبلینگ / ۶ نکته برای خرید ماشین لیبل‌گذار / تکنولوژی‌های رو به رشد برچسب / نکاتی برای خرید ماشین **case labeling** / ۱۰ روش بهینه برای انتخاب دستگاه دربندی **capping** / آخرین مواد مصرفی لیبل، و گرایش‌ها به سمت آن / ۱۰ نکته برای خرید دستگاه پرکن مایع / با حباب‌های لمینیت چه کنیم؟ / چاقی ترام چیست؟

سالنامه «کتاب سال بسته‌بندی» با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مدیریت رضا نورائی منتشر می‌شود. این نشریه هر بار در دو نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران و صنایع غذایی (اگروفود) توزیع می‌شود. مرکز پخش این سالنامه غرفه ماهنامه صنعت بسته‌بندی در این دو نمایشگاه است. نوبت دوم توزیع این سالنامه نمایشگاه صنایع غذایی در خرداد ۹۶ است.

ارائه یک تصویر بزرگ از رشد و توسعه بسته‌بندی

توسعه بسته‌بندی نیازمند هماهنگی ماهرانه بین متغیرها و مجهولات متعدد است و اغلب احساس می‌شود که شما در حال کشمکش و گشتی گرفتن با هیولای چندسر هستید. تعدادی از بهترین شیوه‌ها هستند که شما می‌توانید آنها و اجزای مختلف آن که با نام تجاری و ملزومات امروزی و آتی عملیاتی محصول شما مواجه می‌شود را برای طراحی یک بسته‌بندی دنبال کنید. در این جا ده نمونه از مهمترین آنها ذکر شده است.

۱- تامین کنندگان هماهنگ

در ابتدای فرایند توسعه بسته‌بندی، با هرگونه پیشنهادات موجود و جدید مربوطه و بالقوه: تامین کنندگان مواد بسته‌بندی، مفاد قرارداد بسته‌بندی، یا ماشین‌آلات تامین کننده برای به اشتراک گذاشتن طرح و هدف، پیش‌نیازهای ضروری و جدول زمانی اولیه برنامه توسعه مواجه شوید. به طور طبیعی، با متغیرهای و مجهولات اولیه طرح شما ممکن است تعداد بیشتری از تامین کنندگان کوچک را نسبت به آن چه که در کار توسعه اولیه نیاز دارید انتخاب کنید.

به عنوان مثال، شما ممکن است چندین راه حل ساختاری اولیه مانند بطری PET دهانه گشاد همراه با کیسه ایستاده دوره گرد را برای بررسی تامین کنندگان توسعه خود انتخاب کنید درحالیکه ساختار نهایی از طریق فرایند توسعه شما مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای صاحبان نام تجاری مصلحت‌آمیز است که تامین کنندگان را از ابتدا در فرایند توسعه به منظور کاهش خطرات و اطمینان بخشی از پیش‌نیازهای ضروری مانند درک درست محصول درگیر نمود: چک کردن درجه حرارت، گنجایش، بررسی مخزن، برچسب‌زدن، دربندی، و پیش‌نیازهای آب‌بندی همه می‌توانند در ازای استفاده از امکانات و تجهیزات موجود یا نیازسنجی به قرارداد با تولیدکننده یا تجهیزات جدید مورد ارزیابی قرار گیرند.

۲- ارزیابی موجودی در برابر ساختارهای سفارشی

شکل ظاهری بسیار مختلفی می‌تواند از طریق ترکیب ظروف موجود با سایر برندها به دست آید که اجزا و ویژگی‌های آن را ارتقا می‌بخشد- مانند رنگ‌های ساختاری و یا عناصر حسی در برچسب‌ها. با این حال، نام تجاری الهام گرفته از شکل مشخص یا غیرعادی است که بهترین راه برای جلب توجه مصرف کنندگان و ایجاد وفاداری در خرید از نام تجاری را به قوت خود باقی می‌گذارد.

اشکال سفارشی در حال افزایش هستند، به ویژه برای صاحبان نام تجاری تلاشی برای یک گام جلوتر ماندن از برچسب مارک‌های خصوصی است.

یک توزیع کننده عمده ظروف بسته‌بندی گزارش داده است که ده سال پیش، تنها پنج درصد از کسب و کارش سفارشی بوده است؛ که امروزه پنجاه درصد است. هنگامی که ظروف سفارشی توسعه یابند، تقاضا برای ثبت طراحی به منظور حفاظت از ارزش برند در برابر برندهای مشابه مطرح می‌شود.

۳- درک کنید چه زمانی با توزیع کنندگان کار کنید

در گذشته نه چندان دور، توزیع کنندگان ظروف و مواد دلالان مقادیر کمتر اولیه و بیشتر از میزان مورد نیاز بودند. امروزه آنها خیلی بیشتر کار می‌کنند. صاحبان نام تجاری به توزیع کنندگانی تکیه می‌کنند که دانش منطقه‌ای دقیقی در مورد ظرفیت تولید و توانایی‌های موجود در جاییکه بیشترین تطابق با تولیدکننده پروژه را دارد داشته باشند.

توزیع کنندگان همچنین می‌توانند به جمع کردن کل بسته و درب‌بندی و برچسب‌زنی کمک کنند. آنها می‌توانند پیچیدگی گسترده جغرافیایی را فقط در زمان تحویل مدیریت کنند، حصول اطمینان از مناسب بودن اجزا نشان می‌دهد که ماشین‌آلات فقط در این زمان برای تولید مناسب هستند.

توزیع کنندگان بزرگتر به صورت کامل توسط شرکت‌های طراحی خانه با طراحان خلاق تکامل یافته‌اند. توزیع کنندگان همچنین سرمایه‌گذاران ابزارهای سفارشی، ارائه‌دهندگان راه‌های خلاقانه برای گرفتن سوبسید هزینه از طریق ساخت آن به قیمت هر قطعه هستند.

۴- کم کردن واسطه‌ها

کار کردن مستقیم با ماده، ظرف، یا کارخانه تولید درب بسته‌بندی دارای مزایا می‌باشد. تولید کنندگان گاهی اوقات می‌توانند در موقعیتی جهت ارائه پاسخی سریعتر به درخواست‌ها، شکایات و یا مسائل باشند. همچنین، برخی از آنها ممکن است خدمات فنی به مشتریان خود در ازای اعطاء تجارت ارائه دهند.



در نهایت، تصمیم بگیرید چه چیزی برای نام تجاری شما بهتر است و شما به چه خدماتی نیاز دارید دریافت نمایید چگونه محصول شما به طور گسترده تولید و توزیع می‌شود، و عمق منابع فنی شما چقدر است.

۵- طراحی سفارشی و اختصاصی خود را داشته باشید

اگر شما ترجیح می‌دهید مالکیت فکری خود را با یک علامت تجاری سفارشی داشته‌باشید، باید در به کارگیری شرکت مستقل توسعه بطری در ارتباط با یک گروه خلاق طراحی نام تجاری توجه لازم را مبذول داشت.

خروجی این تیم ابتکارانه ترکیبی، ارائه یک برند با ساختار سفارشی منحصر به فرد است که برای نیازهای زنجیره تامین و عملیاتی شما طراحی شده است در حالیکه ساخت ذهنی آن متعلق به چند تامین کننده است که نقل قول‌های خود را بر روی منابع بطری می‌آورند.

۶- سرعت بخشیدن به تغییرات طراحی بسته‌بندی

شرکت‌های CPG می‌توانند از توانایی‌هایش برای ایجاد تغییرات سریع بسته‌بندی و یا گاهی اوقات بازسازی نام تجاری ناراضی باشد. مقصر ممکن است بر روش‌های منسوخ، رویکرد سنتی ساخت خلاقانه، مفاهیم جدید بسته‌بندی برای مارک‌ها و بسته‌بندی‌های فردی به طور قابل توجهی تکیه کند.

برای انطباق با تغییرات، بسیاری از صاحبان نام تجاری شروع به دعوت فعالانه از تامین کنندگان در استقرار ایده‌های جدید در طول روز نوآوری است. هدف این است که یک مرتبه به بررسی تمام ایده‌های جدید برای کاربردی بالقوه در کلیه نمونه‌های برند زمانیکه احساس شود باید انجام داد پرداخت.

شرکت داروسازی یونانی **Frezyderm** از طراحی بسته‌بندی برای تاکید بر اثربخشی فرمولاسیون محصولات خود استفاده می‌کند. به طور مشخص، از یک شیشه نمایش دهنده برای حوزه فروش بدون نسخه محصولات مراقبت از پوست، ترکیبی محافظتی بدون هوا طراحی شده به شکل لوله آزمایش برای ایجاد حس اعتماد در مصرف کنندگان استفاده می‌کند.

گروه‌های آماده برای نوشیدن، یا RTD اخیراً شاهد بسیاری از تغییرات طراحی برای حفظ جذابیت نامشان در بالای بسته‌بندی برای به حداکثر رساندن دید درون یخچال‌ها بودند که این امر را می‌توان در فروشگاه‌های زنجیره‌ای یافت.

در روند اخیر با رشد تجارت الکترونیک، راه‌حل طراحی بسته‌بندی مونتاژی برای پاسخگویی به چالش‌های زنجیره تامین تجارت الکترونیک باید به صورت جدی مد نظر قرار گیرند.



۷- درختان جنگل را از دست ندهید

همیشه توجه داشته‌باشید که چگونه اجزای بسته‌بندی شما نیازمند کار کردن به عنوان یک سیستم بسته‌بندی مونتاژ با استفاده از یک ظرف، برچسب، درپوش، دیواره، و جعبه‌های شکل‌دار برای کالاهای تمام شده هستند و این کالاها با خیال راحت از طریق زنجیره تامین در چارچوب یک مجموعه چشم‌نواز در قفسه به نمایش گذاشته می‌شود. به طور طبیعی، ما نمی‌خواهیم که شکل ساختاری خیره کننده و طراحی برچسبی زیبا برای خرده‌فروشی ویژه‌ای نامشخص بوده و یک بار آن را مونتاژ نموده و در قفسه در معرض نمایش قرار دهد.



۸- دید مصرف‌کننده را از دست ندهید

تمرکز باید همیشه بر روی مصرف‌کننده باشد و این که چه ویژگی بسته‌بندی برای آنها بسیار مهم است. از خود بپرسید، چه خصوصیت مصرف‌کننده را شما در قفسه نشان می‌دهید؟ نیازهای احساسی و یا فیزیکی، مانند باز کردن آسان و یا پاکیزگی موجود را باید در نظر گرفت. تعادل بین آن چه مصرف‌کننده می‌خواهد و نیاز دارد و نیاز به حفظ امنیت مواد غذایی و یکپارچگی بسته‌بندی و توزیع دقیق برابر وجود دارد.

۹- طراحی در ذهن با محدودیت تجهیزات

بسیاری از شرکت‌ها شروع به ارتباط با تیم عملیات برای بهترین درک از پارامترهای ظرف ایده‌آل می‌نمایند که نیازمند تطابق با محدودیت‌های پارامترهای عملیاتی و تجهیزات موجود برای شناسایی هستند. طراحی‌های انعطاف‌پذیر و محکم را می‌توان به‌طور یکسان با این ایده‌ها در ذهن ایجاد نمود.

نمونه‌های اولیه مدل سخت را می‌توان هم به‌صورت ذهنی و هم از طریق مصرف‌کنندگان برای بازخورد اولیه و برای اعتبارسنجی نهایی عرضه نمود. درب‌بندی، برچسب، و اندازه‌های بسته‌بندی می‌توانند برای بهترین ارائه بسته به شکل ظرف مورد بحث قرار گیرند. عملیات کارخانه و / یا عقد قرارداد با تولیدکنندگان در هنگام تعیین راه حل رسیدگی بهینه‌تر برای طراحی ساختاری تازه ایجاد شده شما ضروری است.

اما مسئله دیگر، قبل از بریدن فلز برای تولید ابزارهای اولیه برای تولید نمونه‌ها به منظور آزمایش طرح استفاده شود، قبل از برش قالب‌های نمونه اولیه برای تولید ساختارهای آزمایشی طرح، باید شبیه‌سازی نمود و عملکرد مدل ساختاری تازه ایجاد شده شما باید در برابر تقاضاهای موردانتظار شما برای تکمیل طرح از طریق زنجیره تامین باشد.

۱۰- رهیافت درک صرفه‌جویی در هزینه و برنامه‌های افزایش پایداری با تفکری قوی و انتقادی

با پیگیری راه‌حل‌های نوآورانه است که می‌توان به صرفه‌جویی در هزینه یا سود پایدار دست‌یافت، شما می‌توانید طرح پوششی معروف خود را خیلی زود و بیش از اندازه گسترش دهید.

این امر به‌ویژه زمانی درست است که بطری‌ها سبک وزن و یا ساخت فیلم‌ها احیاء و مواد شیاردار باشد. به کارگیری درست این دسته از فناوری‌ها و ابتکارات بدان معناست که باید توجه نمود کدام نقطه از یکپارچگی بسته‌بندی، تولید و یا ارائه آن به طور معکوس تحت‌تاثیر قرار می‌گیرد و در داخل حوزه باقی می‌ماند.

به‌همین ترتیب، مراقب باشید بیش از حد گسترده نشوید. به عنوان مثال، صاحبان نام‌تجاری ممکن است بخواهند به‌شدت به سمت پایداری یا دیگر طرح‌های ابتکاری حرکت کنند، که اگر بدون کارگروهی متقابل کاربردی و تجزیه و تحلیل مهندسی قابل اطمینان انجام‌پذیرد، می‌تواند تاثیر منفی بر روی اهداف تولید مانند نیاز به دریافت هزینه کمتر در ماشین‌آلات داشته‌باشد که ممکن است نیاز به تجهیز مجدد و یا پیچ تنظیم خودکار برای تطابق با عملکرد موردنیاز داشته‌باشد.

۱۱- به یاد داشته باشید کانال‌های مختلف نیاز به استراتژی‌های مختلف دارند

یک تولیدکننده با چهار کانال فروش: خواروبار، سوپرمارکت، تجارت الکترونیک، و خدمات مواد غذایی (هتل‌ها، رستوران‌ها و کافه‌ها، مغازه‌های اغذیه‌فروشی و غیره) را در نظر بگیرید.

باتوجه به مکانی که کالا فروخته می‌شود، سیستم مونتاژ بسته‌بندی می‌تواند از نظر اندازه و مواد مختلف باشد. البته، بسته‌بندی‌ها می‌توانند در داخل این کانال‌ها نیز متفاوت باشند.

به‌عنوان مثال، شیشه در کانال‌های برتر مانند محل‌های مجلل در مقابل راهروهای اصلی خرده‌فروشی مواد غذایی در جاییکه تفاوت سود معمولاً کمتر است برجسته‌تر است. پژوهش در مورد انگیزه‌های مصرف‌کنندگان، اولویت‌ساز قالب، و دسته‌بندی انتظارات برای هر محل انجام شده است.

همان‌طور که خرید تجارت الکترونیک به رشد خود ادامه می‌دهد، شما ممکن است این فرصت را برای ارزیابی مجدد اندازه بسته‌بندی برای استفاده مطلوب مصرف‌کننده در مقابل آنچه که مجموعه قفسه‌ها را بهینه می‌سازد پیدا کنید.



صنایع
کاوه



تلفن: ۷-۲۶۰۷۹۵۵۵
فکس: ۵۵۸۹۶۹۵۱
www.sanayekaveh.com



- واردکننده انواع تسمه کش های فلزی و پلاستیکی (پنوماتیک - برقی)
- واردکننده انواع تسمه های فولادی فنری
- تولید انواع تسمه های بسته بندی و صنعتی
- برش انواع فلزات به صورت رول به رول
- تولید انواع بست تسمه



منابع فنی و طراحی



بسته‌بندی قابل تبدیل به کمپوست: واقعیتی بر روی زمین

تعداد زیادی از شرکت‌ها، به‌ویژه در بخش خدمات غذایی، بسته‌بندی طراحی شده قابل تبدیل به کمپوست تولید و از آن استفاده می‌کنند. اما واقعاً چه اتفاقی برای این بسته‌بندی‌ها هنگامی که به امکانات کمپوست صنعتی می‌رسند می‌افتد؟ آیا تبدیل به کود شدن واقعاً گزینه‌ای مفید برای اتمام یک بسته‌بندی است؟ این گزارش نتایج تحقیق در مورد سرنوشت بسته‌بندی قابل تبدیل به کمپوست از چهل مکان تبدیل به کمپوست در ایالت متحده که زباله‌های مواد غذایی را می‌پذیرند آشکار می‌سازد. این مورد می‌تواند برای هر بسته‌بندی که به بسته‌بندی قابل تبدیل به کمپوست فکر می‌کند کارایی داشته‌باشد.



دستورالعمل‌هایی برای استفاده از محتوای بازیافتی در بسته‌بندی

افزایش محتوای بازیافتی در بسته‌بندی یک استراتژی کلیدی پایدار توسط بسیاری از بسته‌بندی‌کننده‌ها کسانی که زنجیره بازیافت را می‌بندند می‌باشد. با این حال، بسته‌بندی‌کننده‌ها و مبدل‌ها می‌بایست با چالش‌های فنی، قانونی و زیبایی‌شناسی دست به‌گریبان باشند که از ترکیب محتوای بازیافتی بسته‌بندی پلاستیکی و کاغذی نشأت گرفته است. این دو گزارش، یکی بر روی پلاستیک و دیگری بر روی کاغذ و مقوا متمرکز شده است، به نحوه استفاده از محتوای بازیافتی در برنامه‌های کاربردی بسته‌بندی با حجم بالا و راه‌حل‌های عملی برای بسیاری از موانع استفاده از محتوای بازیافتی نگاهی بیاندازید.



COMPASS

COMPASS (ارزیابی مقایسه‌ای بسته‌بندی) یک نرم‌افزار آنلاین برای طراحان و مهندسان بسته‌بندی به‌منظور ارزیابی اثرات انسانی و زیست‌محیطی طرح‌های بسته‌بندی خود، از تولید تا زمان انقضای آن می‌باشد. COMPASS پروفایل‌هایی از مقایسه‌گزینه‌های طراحی بسته‌بندی، براساس معیارهایی مانند مصرف سوخت‌های فسیلی، مصرف آب، انتشار گازهای گلخانه‌ای و انسانی و سمیت آبریان ایجاد می‌نماید. COMPASS از استانداردها، وزن تولیدی، اطلاعات متوسطی در مورد صنایع، برای توسعه مشخصات زیست‌محیطی برای جایگزینی گزینه‌های بسته‌بندی استفاده می‌کند و اجزایی که بسته‌بندی اولیه و ثانویه را تشکیل می‌دهند توجیه می‌کند. بعد از آن در سال ۲۰۱۳، COMPASS سومین مدل بسته‌بندی را معرفی کرد که دارای مشخصات بسته‌بندی مانند پالت چوبی، جعبه، کاغذهای محافظ میانی، و غیره بود. COMPASS به‌درستی نامگذاری شده است، به این دلیل که این دستورالعمل طراحی برای پاسخگویی به سوالات "چه می‌شود اگر" و بهینه‌سازی عملکرد زیست‌محیطی در طی مراحل اولیه توسعه مفهوم بسته‌بندی تهیه شده است. اطلاعات بیشتر، در www.design-compass.org

در پنج سال اخیر، اطلاعات بسیار کمی در دسترس توسعه‌دهندگان بسته‌بندی در زمینه تولید بسته‌بندی موسوم به بسته‌بندی پایدار بود. مدت کوتاهی پس از ساخت آن در سال ۲۰۰۴، ائتلاف بسته‌بندی پایدار (SPC) GreenBlue شروع به ارائه یک سری گزارش‌ها، تحقیقات، و نرم‌افزار طراحی شده متوالی پرداخت که به توسعه‌دهندگان بسته‌بندی این اجازه را می‌داد که تصمیماتی آگاهانه و معتبر بگیرند. در این جا مروری بر برخی از گزارش‌های مهم می‌نماییم.

دستورالعمل‌های طراحی برای بسته‌بندی پایدار



این دستورالعمل‌ها آغاز کلاسی فشرده درباره طراحی بسته‌بندی پایدار و توسعه آن و دربرگیرنده چهار هدف برای طراحی پایدار است: بهینه‌سازی منابع، یافتن منابع معتبر، سلامت مواد و بازیابی منابع. برای هر هدف طراحی، دستورالعمل طراحی، خواننده را از طریق یک سری از سوالات کلیدی و مثال‌هایی از استراتژی‌های طراحی، ایده‌های درخشان و طراحان برجسته به تفکر در مورد بسته‌بندی از راهی جدید وامی‌دارد. این نشریه ۱۰۴ صفحه‌ای استاندارد طلایی برای درک این که چگونه اهداف پایداری را با بسته‌بندی در مرحله تولید ترکیب کنیم مطرح می‌سازد و به‌طور خاص برای مهندسان توسعه بسته‌بندی و طراحان بسته‌بندی نوشته‌شده است در ماه می ۲۰۱۳، وب‌سایتی تعاملی و جدید آغاز به کار کرد که اکثر افکار به‌روز شده در مورد طراحی بسته‌بندی پایدار توسط SPC و Éco Entreprises Quebec را از طریق شرکت PAC NEXT ارائه می‌دهد.

بررسی اثرات گازهای گلخانه‌ای ناشی از تجزیه بیولوژیکی در محل‌های دفن زباله



اگر تجزیه بیولوژیکی بسته‌بندی چیز خوبی باشد و اگر محل‌های دفن زباله بتوانند متان ناشی از تجزیه بیولوژیکی زباله را جذب و استفاده کنند، می‌توان نتیجه گرفت که تجزیه بیولوژیکی زباله در محل‌های دفن زباله در واقع چیز خوبی برای محیط‌زیست می‌باشد، درست است؟ اما نه، با توجه به این مطالعه پژوهشی درست نمی‌باشد. بررسی اثرات گازهای گلخانه‌ای ناشی از تجزیه بیولوژیکی در محل‌های دفن زباله، تولید گازهای گلخانه‌ای در محل‌های دفن زباله و استراتژی‌های طبیعی و مهندسی شده مورد استفاده برای کاهش اثرات آنها را نشان داد. این گزارش آخرین مفاهیم در مورد این که مواد چگونه در محیط‌های دفن زباله عمل می‌کنند و چه مکانیزم‌هایی تجزیه بیولوژیکی را تحت‌تاثیر قرار می‌دهند را ارائه می‌کند و یک مقایسه عینی از مزایای گاز گلخانه‌ای در بازیابی انرژی نسبت به آسیب اجتناب‌ناپذیر انتشار دفن زباله فراهم کرده است. این مقدمه‌ای آموزنده برای توجیه کربن و نقش طبیعی چرخه کربن‌زیستی است.

برای پایداری بسته‌بندی



بستن زنجیره. طراحی برای دستورالعمل‌های اصلاحی

دستورالعمل‌های طراحی SPC، برای دستورالعمل بازیافت بسته‌های آلومینیومی، شیشه‌ای، کاغذی و فلزی گسترش داده شده و به تفصیلی عمیق‌تر در چگونگی طراحی بسته‌بندی برای رسیدگی به هدف خاص طراحی یعنی بازیابی منابع می‌پردازد. مجموعه‌ای از چهار گزارش به طراحان بسته‌بندی اطلاعاتی درباره چگونگی بررسی‌های مختلف و یا اجزای بسته بندی ارائه می‌دهد که در طول مرحله طراحی قابلیت بازیافت بسته‌بندی خود را تحت تاثیر قرار داده و در مورد کاغذ قابلیت تبدیل شدن به کود را نشان می‌دهد. طراحی دستورالعمل‌های بازیافت الهام‌گرفته شده و تعیین شده توسط انجمن طراحان بازیافت پلاستیک دستورالعمل‌هایی برای بازیافت بطری‌های پلاستیکی ارائه داده است.



اطلاعات فنی زیست‌محیطی رایج در مورد مواد بسته‌بندی

هیچ طراحی نباید بدون درک روشنی از اثرات زیست‌محیطی کلیه مواد بسته‌بندی، از جمله اثرات بر روی سلامت انسان‌ها و سایر مسائل مرتبط با تولید، استفاده و انقضاء مواد مورد استفاده در بسته‌بندی باشد. برای پاسخگویی به این نیاز، SPC یک سری پروفایل‌های عینی برای هر یک از مواد بسته‌بندی اصلی منتشر نموده است. پروفایل هر یک از منابع فرآیندهای برجسته تولید در شمال آمریکا، ورودی منابع و انتشار از منبع تا درب کارخانه را توضیح می‌دهد. اطلاعات کلیدی تولید عبارتند از شدت انرژی، گازهای گلخانه‌ای، مصرف آب، انتشار گازهای گلخانه‌ای به هوا و آب، و مواد زائد جامد است. به علاوه، هر اطلاعات فنی پروفایل پایداری مواد را بر اساس استفاده و الگوهای بالقوه اتمام کار بررسی می‌نماید. تا به امروز، SPC اطلاعاتی از مواد مبتنی بر فیبر (دارای پوشش و جعبه کارتنی) شیشه، فولاد، آلومینیوم، و همچنین پلیمرهایی مانند (PP، PLA، PVC، PS، PET، LDPE، HDPE) را تولید کرده است.



انتشارات تخصصی

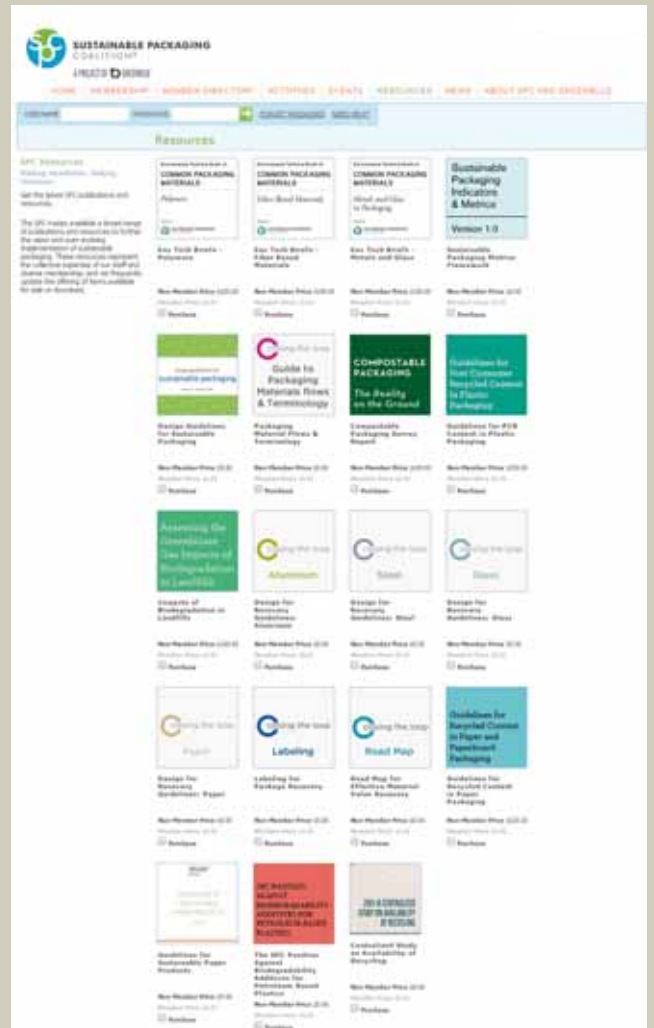
ائتلاف بسته‌بندی پایدار Green Blue دارای لیستی از دیگر نشریات در دسترس به عنوان مرجع و برای خرید به ترتیب زیر می‌باشد:

- شاخص‌ها و استانداردهای بسته‌بندی پایدار.
- راهنمای بسته‌بندی مواد جاری و اصطلاحات.
- نقشه مسیر برای بازیابی ارزشمند و موثر ماده.
- دستورالعمل برای محتوای بازیافتی در بسته‌بندی کاغذی.
- دستورالعمل برای محصولات پایدار کاغذی.
- موضع‌گیری SPC در برابر تجزیه بیولوژیک مواد افزودنی برای فرآورده‌های نفتی بر مبنای پلاستیک.
- مطالعه متمرکز بر روی قابلیت استفاده از بازیافت.



“How2Recycle” سیستم بازیابی برچسب بسته‌بندی

طراحی بسته‌بندی پایدار شامل پیام‌رسانی برای بازیافت بر روی بسته‌بندی است. افزایش برچسب‌های نامفهوم و ادعاهای نادرست در مورد بازیافت باعث سردرگمی و ایجاد چالشی برای بازیافت می‌شود. برچسب “How2Recycle” شرکت SPC اطلاعاتی واضح و منسجم در مورد بازیافت بر روی بسته‌بندی برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌کند. سیستم برچسب اختیاری از طریق سهامداران ورودی گسترش یافت و به وسیله داده‌های جمع‌آوری شده مطابق با دستورالعمل کمیسیون تجارت فدرال پشتیبانی می‌شود. “How2Recycle” شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا به راحتی منطبق با دستورالعمل‌های FTC Green باشند. برای کسب اطلاعات بیشتر، می‌توانید لیستی از صاحبان نام‌تجاری استفاده‌کننده از این برچسب، را در نشانی www.how2recycle.info ببینید.



هم‌تراز کردن انتظارات برای موفقیت پروژه

رفتارهای خرید در حال ظهور دوره‌های مصرف‌کنندگان - شامل ارزیابی محصول، انتخاب و اولویت‌کناال‌ها- تأثیر قابل توجهی در طراحی بسته‌بندی دارد. علاقه آنها به مواردی است که طبیعی، ارگانیک، و/یا گره‌خورده با هدفشان بوده و بسته‌بندی آن نه تنها ظاهری فریبنده داشته باشد، بلکه همچنین پیامی را منتقل نماید. بنابراین، باید در هنگام تولید بسته‌بندی برای محصولات "green" تقاضا شده توسط خریداران امروزی تعدادی از چیزها را مورد توجه قرار دهیم. برخی از این موارد عبارتند از:

• عناصر گرافیکی:

عناصر گرافیکی که یک احساس طبیعی را منتقل می‌کنند بیشتر و بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. شرکت Mentholatum این موضوع را در طول طراحی جعبه Nighttime Vaporizing Rub در ذهن خود داشت.



اسطوخودوس به عنوان یک عنصر کلیدی در محصول Mentholatum، شامل تصاویری از شاخه‌های کوچک این گیاه بر روی PDP و همچنین نوشته ابتدا بخراشید و سپس بیویید الفاکنده بوی اسطوخودوس است به طوری که خریداران می‌توانند عطر واقعی آن را در راهرو تجربه کنند.



بسته‌بندی جدید برای محصولات Zarbee's Naturals، یک گروه از مکمل‌های غذایی، از یک طراحی منحصر به فرد استفاده نموده است که برای نفوذپذیری از مواد تشکیل‌دهنده کلیدی مانند عسل، برگ‌های چای، انواع توت‌ها، و غیره برای عکاسی کامل بدون حاشیه استفاده نموده است.

• پنل نمایشگر اصلی:

توجه به حضور در بلبورد قفسه، جلوی بسته‌بندی‌ها یا پنل‌های نمایشگر اصلی (PDP) باید از بیشترین توجه در طول روند خلاقانه برخوردار باشد. در اینجا، گرافیک‌ها و متن برای برقراری ارتباط مابین جنبه‌های طبیعی محصول بسیار مهم هستند.

پنل‌های جانبی به فضای داستان‌سرایی در بسته‌بندی green تبدیل شده‌اند. این پنل‌ها در جایی هستند که شما می‌توانید تاریخچه، ارزش‌ها، اشتیاق و انگیزه خود را توضیح دهید.

و پنل پشت بسته‌بندی، چه شامل پنل مواد دارویی باشد و یا لیستی از مواد اولیه، محلی برای تمرکز بر روی آنچه در درون بسته است و این که چگونه یک محصول کار می‌کند می‌باشد. بالای بسته‌بندی را فراموش نکنید، که برای محصولاتی است که در طبقه پایین قفسه قرار می‌گیرند، می‌تواند به عنوان فضایی برای جذب آگهی مورد توجه قرار گیرد.

• رنگ:

برای محصولات green، رنگ مسلماناً عنصری برای طراحی بوده که بیشترین بحث را به خود اختصاص می‌دهد. به طور قابل محسوس، گرایش طراحان به سمت پالت‌های رنگ طبیعی است که ترکیبی از سبزها، طلایی‌ها و قهوه‌ای‌ها است.

در حالی که این تُن‌ها منعکس‌کننده ماهیت بیشتر ارگانیک بودن محصولات است، متصدیان سنتی نام‌تجاری اغلب با انتخاب آنها مقابله می‌کنند، زیرا آنها آزمون "five-foot test" را نگذرانده‌اند. بدان معنی که رنگ‌های ملایم بیشتر کمتر قابل مشاهده توسط مصرف‌کنندگان در قفسه‌ها است.

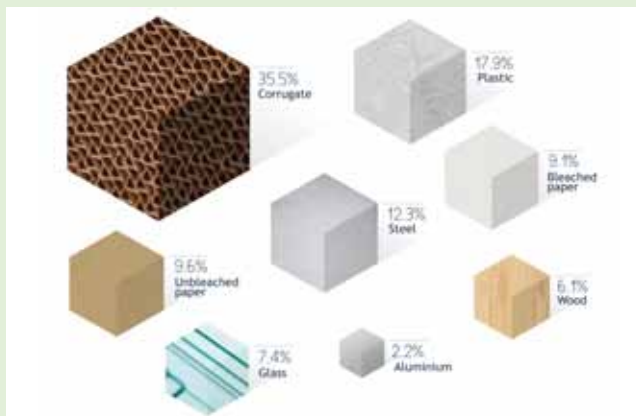
طراحان مشتاق به یافتن راه‌های خلاقانه برای انعکاس ریشه طبیعی محصولات هستند، حال آنکه رنگ‌های فرعی برای جلب توجه مصرف‌کننده برای انتخاب محصول به کار گرفته می‌شوند.

• فن چاپ:

مشابه با رنگ، فن چاپ عنصر شیوه دیگری است که بحث‌های زیادی در فضای بسته‌بندی green دریافت می‌کند. فونت و شیوه تایپ است که بیشترین احساس طبیعی بودن به طراحی آنها را می‌دهد که به نظر می‌رسد بوسیله دست به آن شکل داده شده و دارای خطوط نازک‌تر می‌باشند. در حالی که آنها از لحاظ فیزیکی جذاب‌تر و معتبر احساس می‌شوند، می‌توانند منجر به مشکلاتی در مورد خوانا بودن در قفسه‌ها شوند. اگر واژه "ارگانیک" یا "طبیعی" برای نام تجاری بسیار مهم هستند، باید تاکید بیشتری بر روی این واژه‌ها به منظور انتقال آنها شود. این طبیعی است که برای این واژه‌ها ارزش بیشتری از برند یا حتی نام محصول قائل شوند بعلاوه، طراحان تشویق به برگشتن چند قدم به عقب از قفسه‌ها به منظور ارزیابی میزان استفاده میانگین خریداران از این سبک می‌شوند.

• مواد بسته‌بندی:

یک شرکت تولید کننده محصولات green باید خواستار در برداشتن ارزش‌ها از طریق مواد بسته‌بندی‌شان باشند. بسیاری بر این باورند که سه عامل باید در این نوع از تولید در نظر گرفته شوند: آیا بسته‌بندی بازیافت شده است؟ آیا قابل بازیافت است؟ یا آیا قابل استفاده مجدد است؟ در حالی که اکثر کارتن‌ها از کاغذ ساخته شده‌اند که حاوی سلولز، لیاف چوب است طیف گسترده‌ای از گزینه‌های دیگر نیز وجود دارد. بقیه موارد شامل بامبو، پنبه، و حتی ضایعات کشاورزی می‌باشد. حتی با سنتی‌ترین روش‌های تولید، مصرف کنندگان برای خرید محصولات green تمایل به اعتماد به آن دسته دارند که از کارتن‌های حاوی حداقل محتویات قابل بازیافت پس از مصرف استفاده کنند. تولید کنندگان مایل به برداشتن گام‌های بیشتری هستند که بتوانند استفاده از جوهرهای طبیعی در فرایند چاپ را انتخاب کنند. بسته‌بندها نیز باید نشان دهند که چگونه کارتن‌ها و ظروف باید بازیافت شوند. این امر باید بر روی بسته‌بندی برای بسته‌بندی و دسترسی آسان به نمایش گذاشته شود. در نهایت، بسیاری از ظروف هستند که می‌توانند برای اهداف دیگر مورد استفاده مجدد قرار گیرند. در حالی که سطل‌ها، قوطی‌ها و ظروف پلاستیکی می‌توانند به قیمت اولیه بیفزایند، مصرف کنندگان ممکن است مایل به پرداخت بهای اضافی برای بسته‌بندی باشند که بادوام‌تر به نظر می‌رسد و بعداً برای منظور دیگری مورد استفاده قرار گیرند. این امر برای ظروفی نیز صدق می‌کند که می‌توانند با محصولاتی دوباره پر شوند که در بسته‌بندی‌های ارزان قیمت نگهداری می‌شوند. این روند در محصولات مراقبت از پوست و نوزاد در ظرفی که دستمال مرطوب در حال حاضر در آن وجود دارد مجدد با دستمال پر شده و فروخته شود.



• نشانه‌ها:



نشانه‌ها نقش مهمی در طراحی بسته‌بندی محصولات green ایفا می‌کنند. گذاشتن کلمه "طبیعی" در بسته‌بندی محصول تضمین نمی‌کند که محصول طبیعی است - و این واژه قطعاً قانونی نیست. مصرف کنندگان به طور فعال از دولت درخواست نیاز به صداقت بیشتر در برچسب‌گذاری مواد غذایی و محصولات را دارند. این مورد شامل عباراتی مانند "غیرتراریخته" و "محلی" می‌باشد.

مغازه‌دارانی که واقعا هماهنگ با فضای طبیعی و ارگانیک هستند می‌دانند که باید به دنبال نشانه‌هایی بر روی بسته‌بندی‌های محصولات باشند که راهی سریع برای تعیین این است که آیا محتویات درون بسته محصولات مورد نظر آنها می‌باشد. شناخته شده‌ترین و مهمترین ویژگی - اگر قابل اجرا باشد، لوگوی ارگانیک USDA است. این و دیگر نمونه‌ها که می‌توانند مورد تایید از جمله "Certified Vegan" باشند، دارای بیشترین اهمیت هستند. بدین ترتیب، با افزایش تعداد افرادی که حساس به گلوتن شناخته شده‌اند، مصرف کنندگان بیشتری به دنبال نماد "بدون گلوتن" در بسته‌بندی‌ها هستند. این نشان می‌دهد که این محصول نه تنها به طور طبیعی فاقد گلوتن است، بلکه در طول فرآیند تولید نیز در معرض آلودگی نیست. با بررسی محتوای رسانه‌های اجتماعی و نظرات مصرف کنندگان، Softlips مرهم لب قادر به شناسایی بسیاری از مشتریان خود است که در جستجوی تایید این بودند که محصولات هم فاقد گلوتن و cruelty free باشند. در نتیجه، Softlips هر دو نشانه را در طول فرایند طراحی مجدد بسته‌بندی به آن اضافه کرده است.



معجزه‌های به نام ارتباطات و من

در نهایت، مدیران و سرپرستان باید بیاموزند که کارکنانشان را درک کنند. اینکه آنها چگونه فکر می‌کنند، چه چیزهایی را احساس می‌کنند، چه چیزهایی آنها را تشویق می‌کند، چگونه در شرایط مختلف عمل کرده یا عکس‌العمل نشان می‌دهند. آنگاه قادر خواهند بود که در آنها ایجاد انگیزه کرده و بر روی آنها تأثیر مثبت بگذارند. بهترین فرصت‌ها برای رهبری مؤثر کارکنان، بستگی به نحوه ارتباط با افرادشان دارد. برای اینکه بفهمید آیا رابطه‌ای مستحکم با دیگران خصوصاً کارکنان برقرار کرده‌اید یا خیر، باید به دنبال هفت مشخصه زیر در ارتباطاتتان بگردید.

جلوه‌های بارز و شاخص‌های کیفی ارتباطات

احترام: در ارتباطات، همه چیز با احترام آغاز می‌شود. با میل به ارزش داشتن نزد سایر افراد. شما باید به دیگران احترام را نشان دهید، حتی قبل از این که آنها کاری در خور احترام انجام دهند. فقط به دلیل این که آنها انسان هستند. در عین حال، خودتان نیز باید همواره به دنبال کسب احترام باشید. احترام حداقل عشق و علاقه به انسان‌هاست که نگرش ارزشمند و غیر ابزاری به همه افرادی را که با شما در تماس‌اند در بر می‌گیرد.

در این صورت، ناراحتی، خشم و نگرش منفی ما به برخی اشخاص نمی‌تواند بهانه‌ای برای بی‌حرمتی به آنها باشد. هر اندازه احترامی که به افراد می‌گذاریم مشروط به نوع رفتارهای آنان نباشد و ماهیتی بی‌قید و شرط داشته باشد، رابطه‌ای که شکل می‌گیرد مفید و مؤثرتر خواهد بود.

تجربیات مشترک: احترام می‌تواند یک ارتباط خوب را پی‌ریزی کند، اما برای ایجاد یک ارتباط قوی‌تر به تنهایی کافی نیست. شما نمی‌توانید با کسی که درست نمی‌شناسید ارتباط مستحکمی برقرار کنید، چون این امر نیاز به تجربیات مشترکی میان شما و آن افراد در طول زمان دارد. مدیران و سرپرستان باید در رشته کاری که مسئولیت نظارت بر کار کارکنان را به عهده دارند، دارای مهارت تخصصی فوق‌العاده باشند. از توان و تجربه ویژه برخوردار باشند. از شخصیت کارکنان، تجربیات کاری، مهارت‌ها، استعدادها و علایق آنان آگاه و مطلع باشند، با آنان دارای تجربیات مشترک باشند. در این صورت امکان تعامل و ارتباط مؤثر فراهم می‌شود.

اعتماد: وقتی شما به مردم احترام می‌گذارید و زمان لازم برای کسب تجربیات مشترک را نیز با آنان صرف می‌کنید، می‌توانید میان خودتان و آنها اعتماد به وجود آورید.

فرایند ارتباطات رضایت بخش:

ارتباطات رضایت بخش بدین معنا است که طرفین درگیر در فرایند ارتباطی درک مناسبی از یکدیگر پیدا کرده‌اند. به اشتراک عقیده و وحدت فکر می‌کنند نه افتراق، به تعامل و توافق اندیشه می‌کنند نه تقابل و تضاد. لذا نقاط مشترک یکدیگر را شناسایی کرده و به منافع مشترک بر پایه موفقیت طرفین می‌اندیشند. با همدیگر به تبادل نظر پرداخته‌اند. امکان تفهیم و تفاهم را فراهم می‌آورند. در موارد وجود تضاد کوشش می‌کنند از تضاد به توافق برسند.

برای آنکه ارتباطات انسانی دارای بیشترین اثربخشی باشد، وجود یک سلسله مؤلفه‌هایی در برقراری ارتباطات بدیهی است که عمده‌تاً از آغازگر ارتباط در نزد مخاطبین شروع می‌شود. فرستنده باید از اعتبار و صحت در نزد گیرندگان برخوردار باشد. شخصیت او را مخاطبان پذیرفته باشند. کلامش مبتنی بر صداقت باشد. صریح و روشن بگوید. رفتار صمیمانه و خوشبینانه داشته و رعایت اصل رازداری و امانت‌داری را بنماید، به گفتارهای دیگران با دل و جان گوش بدهد، رفتاری توأم با درک مخاطب داشته باشد، آنان را مورد حمایت و پشتیبانی قرار دهد. رفتاری منصفانه و به دور از نگرش منفی و بدبینانه داشته باشد.

خداوند متعال در قرآن کریم در آیه ۸۸ از سوره حجر در باب حمایت از مؤمنان به پیامبر عظیم‌الشان اسلام، حضرت محمد می‌فرماید: «... وَ اَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ»؛ بال و پرش را برای مومنین فرود آورد.

خداوند متعال همچنین در آیه ۱۱ سوره حجرات، مومنان را از بدبینی، ظن و گمان برحذر می‌دارد «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ...»؛ که ظن، انسان را به گناه می‌اندازد...

بنابراین ارتباط رضایت بخش یا متعامل مبتنی بر شناخت مخاطب و درک نیازمندی‌های اوست به عبارت دیگر، ما باید خود را با مخاطبانمان تطبیق داده تا امکان نفوذ در آنها را به وجود آوریم. لذا چنانچه کارکنان و یا دیگر افراد گفتارها و اعمال ما را درک نمی‌کنند یا آنکه وظایف خود را به درستی انجام نمی‌دهند این اشکال را باید در خودمان جستجو کنیم که نتوانسته‌ایم با آنها به تبادل و تعامل رضایت بخش بپردازیم.



دکتر رضا منصوری
مدیرعامل شرکت چاپ
و نشر بانک ملی ایران

بخش دوم

اسباب انسانی

همدلی: شاید یکی از دشوارترین جنبه‌های کیفی ارتباطات

توانایی به کارگیری همدلی در یک رابطه دو سویه و متعامل است. سرپرستان باید به عنوان آغازگر فرایند ارتباطی، توانایی درست ارائه همدلی را داشته باشند. همدلی کردن با دیگران به مفهوم احساس آنان را درک کردن است. همدلی یعنی احساس مشترک با کارکنان پیدا کردن است. این موضوع سبب می‌شود که قادر به درک ذهنی و عاطفی دیگران شویم. کیفیت اعمال و رفتار کارکنان را فهم کرده و امکان انجام کار اثربخش و گروهی را توسعه دهیم. همدلی هنگامی رخ می‌دهد که ما نسبت به دیگران احترامی نامشروط داشته باشیم و با دقت گوش دهیم، و به افکار و احساسات او با حساسیت واکنش نشان دهیم. در درک همدلانه ما دیدگاه و احساسات دیگران را طوری حس می‌کنیم که انگار آنها دیدگاه و احساسات خودمان است. بدون اینکه در دیدگاه‌ها و احساسات غرق شویم.

آزادی: برای داشتن یک ارتباط مؤثر و ماندگار وجود آزادی، اصلی انکارناپذیر است. طرف‌های درگیر در فرایند ارتباط باید بتوانند آزاده نسبت به رد و بدل کردن افکار و عقاید خود بدون تحت سلطه قرار گرفتن و قرار دادن دیگری بپردازند. مدیران و سرپرستان باید محیطی بدون ترس و تهدید بوجود آورند، از هرگونه پیشداوری که منجر به سوء ارتباط می‌شود اجتناب کرده و با نگاه و دید مثبت اعمال کارکنان را نظارت نمایند. کارکنان نیز باید متوجه شوند که از آنان حمایت می‌شود، که در این صورت با دست و دلشان به انجام کار و فعالیت مبادرت ورزند.

منابع:

- ۱- قرآن کریم
- ۲- احادیث امام علی (ع)
- ۳- کیت دیویس، نیواستورم. ترجمه زنده یاد پروفیسور محمدعلی طوسی روابط انسانی در کار. ناشر مدیریت دولتی
- ۴- فرهنگی، پروفیسور علی اکبر، ارتباطات انسانی، ناشر رسا
- ۵- دیوید ای استات، روان‌شناسی مدیریت، ترجمه علیرضا شریفی، ناشر تورنگ
- ۶- قربانی نیما، سبک‌ها و مهارت‌های ارتباطی، ناشر تیلور
- ۷- جان ماکسول. مدیریت فرایند ارتباطات. ترجمه امیریویا سیف‌زاده. ناشر فرا
- ۸- دانیل گلن. پیترسالوی. هوش هیجانی. ترجمه نسرن پارسا. ناشر رشد
9. RICHARD WORTH. COMMUNICATION SKILLS, PREEES FERGUSON
10. ROBERT W. LUCAS. COACHING SKILL, McGRAW-HILL

وجود اعتماد برای ارتباطات مستحکم و اثربخش ضروری است. رفتار مدیران و سرپرستان با کارکنان باید مبتنی بر ایجاد اعتماد آفرینی، ارزش آفرینی، اطمینان بخشی بر پایه اصل صداقت و صراحت در گفتار، لحن گفتار و اعمال باشد. تا از این طریق امکان تفاهم بر پایه انجام کار بدون عیب و نقص پدید آید. مدیران و سرپرستان باید خود را به صداقت، قابل اطمینان بودن و رازداری متعهد سازند. در نهایت باید گفت وقتی گفتار تان بر اعمال تان منطبق باشد، کارکنان می‌دانند که می‌توانند به شما اعتماد کنند. رفتار اصیل صادقانه است و در مقابل، رفتار غیرصادقانه تصنعی و دروغین انگاشته می‌شود. نگاهی دقیق‌تر به حقیقت اعتماد، صداقت و اصالت نشان می‌دهد که مراد از آنها، وجود هماهنگی و تناسب میان احساس و فکر درونی با رفتار آشکار است. هر اندازه میان این دو بعد درونی و بیرونی هماهنگی بیشتری وجود داشته باشد، رفتار اصیل‌تر و واقعی‌تر است.

عمل متقابل: برای داشتن یک ارتباط مستحکم و رضایت‌بخش طرفین درگیر در فرایند ارتباط بایستی اقدام به برآورده کردن انتظارات طرف مقابل نمایند. اگر در یک ارتباط همواره یک طرف بذل کننده و طرف دیگر همواره دریافت کننده باشد، آن ارتباط در نهایت از هم خواهد گسست. برای اینکه روابط افراد با یکدیگر بهبود یابد، باید بذل و بخشش نیز در کنار دریافت کردن وجود داشته باشد. مدیران و سرپرستان مجرب و آگاه به این موضوع، شرایطی را فراهم می‌کنند تا کارکنان در جریان کارشان سهمیم و شریک شوند، از ضرورت اعمال دستورات کاری و انجام کار مؤثر در شرایط دشوار رقابتی آشنایی لازم را داشته، درک صحیحی از نحوه انجام کار داشته باشند. در مقابل نیز مدیران و سرپرستان اقدام به پاسخگویی مناسب به توقعات و انگیزه‌های کارکنان می‌نمایند.

لذت متقابل: وقتی که ارتباطات رشد کرده و شروع به مستحکم شدن نماید. افراد کم‌کم از حضور یکدیگر لذت خواهند برد. فقط با هم بودن می‌تواند کارهای نه چندان خوشایند را به تجربیات مثبت تبدیل نماید. مدیران و سرپرستان باید در تجربه‌های زندگی کارکنان درهای گفتگو را بگشایند. از کار کردن با افراد احساس خوشحالی کنند. به آنان ابراز علاقه نمایند. پیش از این که از کمک کارکنان بهره‌مند شوید، باید روی قلب آنان تأثیر بگذارید، کوشش کنید افرادتان را بیش از جایگاه‌تان دوست داشته باشید.

K H O J A S T E H P R I N T I N G C O M P L E X

10 color
Heidelberg

لیتوگرافی

- دو دستگاه پلیت ستر Crecو در ابعاد ۱۰۰x۷۰
- ایمیج ستر Agfa در ابعاد ۱۰۰x۷۰
- نمونه گیری چاپ Crecو (پروفور)

چاپ

- اسپید مستر ۱۰۲ (۴/۵ ورقی ۴ رنگ همزمان)
- اسپید مستر ۷۴ (۱۰ رنگ ۵ پشت و رو زن همزمان)
- اسپید مستر ۲ ورقی پشت و رو زن هایدلبرگ ۲ رنگ
- میلا ۴/۵ ورقی ۵ رنگ
- افست های ۱ ورقی و ۲ ورقی و نیم ورقی تک رنگ
- هایدلبرگ تک رنگ ۴/۵ ورقی
- خط کامل صحافی چسب گرم / خط کامل مفتول، مجله زنی
- U.V مات و براق / سلفون مات و براق

شرکت نقش رنگ خجستان



- دو دستگانه ۴/۵ ورقی ۸ رنگ هایدلبرگ، ۴ رنگ پشت و روزن همزمان با Cp2000
- چاپ یووی ۴/۵ ورقی ۸ رنگ سایز ۱۰۰×۷۰
- با امکان خشک کن در تمام برج ها و تحویل
- چاپ روی PVC – متالایز و سلفون چسبدار
- بوبیس ۴/۵ ورقی و ۶ ورقی
- یووی سیلک اسکرین ساکورایی سایز ۱۲۰×۸۰
- خط کامل چسب گرم با قابلیت تولید روزانه ۱۰۰ هزار جلد کتاب و مجله
- خط کامل مفتول با قابلیت تولید روزانه ۴۰۰ هزار جلد کتاب و مجله
- خط کامل جلد سخت – پانچ و فنر با قابلیت تولید روزانه ۳۰ هزار جلد کتاب

کیلومتر ۲ جاده قدیم کرج (فتح)، نرسیده به پل شیر پاستوریزه
جنب کارخانه بستنی پاک، خیابان ارداقی ۴، پلاک ۶
تلفن: ۶۶۳۹۷۶۹۶ (ده خط) فکس: ۶۶۳۹۷۶۹۹
Email: info@khojastegan.com , litho1@ymail.com



FAMTECH
Flexography CO.

شرکت فام تک صنعت چاپ

در نظر دارد تعدادی کارمند فروش و بازاریابی؛
ترجیحا آشنا به فروش انواع لیبل های پشت چسبدار
استخدام نماید

علاقه مندان رزومه کاری خود را به شماره تلفن ۰۲۱-۴۴۹۰۶۴۱۶
و به آدرس ایمیل Job95@famtechco.com ارسال نمایند

صاحب اشتراک (حقوقی یا حقیقی):

نام دریافت کننده:

زمینه فعالیت:

نشانی دقیق: محل کار منزل

صندوق پستی:

کد پستی:

فکس:

تلفن:

موبایل (برای ارسال پیام های مهم):

پست الکترونیکی:



بازو مشتری کد
SMS

به نام خدا * ۱- فرم اشتراک را کامل و خوانا پر کنید.
۲- پس از انتخاب نوع اشتراک مورد نظر در جدول پایین فرم،
مبلغ آن را به یکی از حسابهای زیر واریز فرمایید:

* حساب بانک تجارت به شماره کارت ۵۸۵۹-۸۳۱۰-۳۴۱۶-۸۶۱۶ به نام رضا نورائی

* حساب بانک سپه به شماره کارت ۵۸۹۲-۱۰۱۱-۱۹۴۳-۳۰۴۹ به نام "رضا نورائی"

* حساب بانک ملت به شماره کارت ۶۱۰۴-۳۳۷۷-۹۲۲۷-۶۰۱۴ به نام "رضا نورائی"

۳- رسید پرداخت و فرم اشتراک را به دفتر مجله فکس یا ایمیل کرده یا اصل مدارک را به
تهران، صندوق پستی ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵ به نام ماهنامه صنعت بسته بندی ارسال فرمایید.

اشتراک + کتاب = تخفیف ۴۰٪ در قیمت کتاب

www.iranpack.ir

برای اطلاعات بیشتر به نشانی بالا بروید یا با امور مشترکان مجله تماس بگیرید

بسته بندی
ماهنامه
کتاب
SANAT Packaging Magazine
BASTEBANDI

تلفکس: ۶۶۷۱۱۶۰۴ - ۶۶۷۱۳۳۹۸

۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

sub@iranpack.ir

شماره مورد نظر

برای شروع اشتراک:

ارسال با پست سفارشی:

بارکد و کد رهگیری دارد.

به خود گیرنده تحویل داده می شود.
زمان رسیدن به مقصد بین ۵ تا ۱۰ روز
می باشد.

هزینه ارسال مجله شامل بسته بندی،
حمل و پست سفارشی (با تعرفه پست
ج.ا. در سال ۱۳۹۲) به طور متوسط
معادل ۱۵۴۰ تومان می باشد.

توجه: قیمتها به تومان و شامل بهای مجله با اضافه هزینه ارسال می باشد که بین ۱۰ تا ۱۲ درصد تخفیف کلی اشتراک سالیانه به آن تعلق گرفته است.

| لطفاً روی اشتراک مورد نظر ضربدر بزنید | یک سری | ۲ سری (۷٪ تخفیف) | ۳ سری (۱۵٪ تخفیف) |
|---------------------------------------|---------|---------------------------------|-------------------|
| ۱۲ شماره | ۷۸.۰۰۰ | ۱۴۵.۰۰۰ | ۲۰۰.۰۰۰ |
| ۲۴ شماره (۵٪ تخفیف) | ۱۴۸.۰۰۰ | ۲۷۵.۰۰۰ | ۳۸۰.۰۰۰ |
| دانشجویی ۱ | ۵۸.۵۰۰ | رشته های بسته بندی، چاپ، گرافیک | |
| دانشجویی ۲ | ۶۶.۳۰۰ | رشته های دیگر | |

ZOMERIX

بازرگانی ریاضت

وارد کننده نواری چسبهای بسته بندی ZOMERIX

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۹۷۷۶۹

تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۰۱۳۸۴

فکس: ۰۲۱-۸۸۹۰۶۴۴۹

(مسئول فروش: خلجی)

پست الکترونیک: Info@riazatimportexport.com

وب سایت: www.riazatimportexport.com



کیفیت برتر



سپند الکترونیک پارسیس

**SEPAND ELECTRONIC
PARSIS Co.**

دارنده گواهینامه های بین المللی ایزو ۹۰۰۱ و ۹۰۰۲
TUV ICB / G-CERTI ISO Certifications



ISO 9001:2008



ISO 10002:2004

استعداد در انتخاب برترین هاست...

به هیچ عنوان دستگاه سیل القایی نخرید !!! قبل از مشورت با متخصصین ...



Model: TW

دستگاه ایندکشن سیل آب خنک



Model: ISP

دستگاه ایندکشن سیل آب خنک



دستگاه ایندکشن پرتابل هواخنک



دستگاه ایندکشن پرتابل کانتردار



دستگاه ایندکشن نیمه اتوماتیک



دستگاه ایندکشن خطی نیمه اتوماتیک



دستگاه سیل القایی + دریند



دستگاه ایندکشن سیل هواخنک



واشر سیل القایی (آلومینیوم سیل)



Model: FXJ6050

کارتن چسب زن نیمه اتوماتیک



Model: FXJ5050

کارتن چسب زن نیمه اتوماتیک



دستگاه جاگذاری واشر سیل القایی

www.Sepand-Electronic.com

همراه: ۰۹۱۲۱۳۲۳۲۸۴
Info@Sepand-Electronic.com

دفتر مرکزی: ۰۲۱-۴۴۵۰۷۵۴۵ ، فکس: ۰۲۱-۴۴۵۰۵۳۹۲
نشانی کارگاه: شهریار، وحیدیه ، تلفن: ۰۲۱-۶۵۶۳۵۴۱۰



ریسلوک مایعات رفوی

CE

www.wicder.ir

مهندس های بسته بندی جانکرهای صنعتی ایران‌دنی صنعتی مواد و نایم جانکرهای صنعتی



لیبل جسیان صنعتی

گروه صنعتی ویدر

آدرس: تهران، جاده ساوه، سه راه آذران، جاده شهریار، مجتمع صنعتی آذران، خیابان ناهید، پلاک ۵
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۰۱۷ فاکس: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۰۱۲
ایمیل: info@wicder.ir

این جا بازار بسته‌بندی است

این بخش از مجله **فرصتی** است بسیار مناسب، برای فعالان صنعت بسته‌بندی، که در کنار سایر همکاران، خود را معرفی کنند. **آگهی رنگی کوچک** و ارزان را فقط در این جا تجربه کنید. از آن جا که ماهنامه صنعت بسته‌بندی به صورت تمام‌رنگی منتشر می‌شود، بخش بازار بسته‌بندی نیز رنگی است. محاسبات بسیار دقیقی انجام شده تا بهای آگهی در این سیستم متناسب و متعادل باشد. گفتنی است کمترین تعداد حضور در بخش بازار بسته‌بندی، **۳۰۰ ریال** می‌باشد. فروش **اقلام دست دوم** شامل این شرط نیست.

شیرزاد

سازنده انواع ماشین آلات شرینگ







کارخانه: شهر صنعتی هشتگرد فاز یکم خیابان یاس یکم
تلفن و فاکس کارخانه: ۰۲۶/۴۴۲۲۳۷۷-۷ - ۰۲۶/۴۴۲۲۳۷۷-۹
همراه: ۰۹۱۲۴۰۶۰۱۰۴ - ۰۹۱۲۴۰۷۹۱۱

شرکت فام تک صنعت چاپ
پیشرو در صنعت چاپ لیبل

فام تک

WWW.FAMTECHCO.COM

Mark Andy 2016



مرکز تخصصی طراحی بسته‌بندی **مداد نقره**

Packaging Design Center
Silver Pencil
www.22091234.com




لیتوگرافی مهران

مشاوره پیش از چاپ
تهیه فیلم و زینک سنتی و دیجیتال
اسکتر، خروجی، طراحی تا چاپ
مونتاز و کپی زینک

۶۶۷۲۶۴۴۵ - ۶۶۷۲۶۰۴۵
۶۶۷۴۹۴۱۶ - ۶۶۷۲۶۸۸۱

بسته‌بندی

بازار را مدیریت کنیم

به همراه رضا نورائی

پیشگام در آموزش و اطلاع‌رسانی بسته‌بندی در ایران

کلاس‌های آموزشی علوم بسته‌بندی
در سال ۱۳۹۵



تماس با: دفتر ماهنامه

کیان عرفا
ایده پردازان نسیم
 Ideh Pardazan Nasim



پردازش تصویر، فیلم و زینک مستقیم

بیش از دو دهه تجربه موفق در پیش از چاپ و فرم‌بندی انواع: لیبیل، جعبه، مقوای بلیستر، کلیشه فلکسو، قوطی فلزی و انواع مجله، کتاب، سررسید، بروشور و سایر کارهای چاپی

خیابان سعدی شمالی، پایین تر از منوچهری، کوچه امین زاده، پلاک ۲۶، طبقه دوم
 تلفن: ۳۳۹۸۴۳۱۵ - ۳۳۹۸۴۳۰۵ - تلفکس: ۳۳۱۱۲۵۶۲
 ipnlitho@gmail.com kian_orafa@yahoo.com

اطلاع‌رسانی سریع و موثر
مجله صنعت بسته‌بندی ارابه می‌کند

SMS
 سرویس پیامک صنعتی

انگیزه سرویس کانال مادر تلگرام
 با مشارکت پیش از ۵۰ گروه تخصصی

مجله صنعت بسته‌بندی
 telegram.me/bastebandi

سبلان وکیوم

کلیه خدمات بسته‌بندی نازک و ضخیم به طریقه وکیوم فرمینگ با ورق‌های هایمپک
PET و ABS جهت کالاهای غذایی، بهداشتی، داروئی و غیره
 ساخت قالب وکیوم و دستگاه وکیوم فرمینگ

کارخانه: ۵۵۲۵۸۵۹۳ همراه: ۰۹۱۲۶۱۶۴۲۵۶ - ۰۹۱۲۶۱۲۱۸۰۶ (وکیل‌زاده)

مجتمع صنایع پلاستیک و چاپ جبرئیل

تولید و چاپ انواع نایلون و نایلکس، سلفون، نایلون شرینگ بصورت رول و کیسه جهت صنایع غذایی، دارویی، بهداشتی، شیمیایی، کشاورزی، صنعتی و ...

تلفکس: ۳۳۷۴۳۶۳۶ - ۳۳۷۴۳۵۳۵ - ۳۳۷۴۳۲۱۰ همراه: ۰۹۱۲۱۲۴۵۱۷۵
 خیابان فداییان اسلام، جنب پمپ بنزین دولت‌آباد، انتهای کوچه اول، پلاک ۵۸ و ۶۰

این کادر فقط ۲۰۰۰۰ تومان

ساخت قالب‌های فوم بسته‌بندی، پلاستیک و دایکست

شرکت حدیدپر درازان اصفهان
 شهرک صنعتی شماره یک نجف‌آباد
 تلفن ۰۲۱۳۳۶۱۶۹ و ۰۹۱۳۱۳۳۶۱۶۹ و ۰۳۱۴۲۴۵۱۰۳۰ داخلی ۱۲
 www.hpe-mold.ir

کاغذ رستمی
بورسی کاغذ و مقوا
و پشت چسپدار

۰۲۱-۷۷۶۸۹۲۸۷

صنایع بسته‌بندی سیحون

تولید قطعات و ظروف بسته‌بندی یکبار مصرف وکیومی (انواع پوشش‌های حبابی) از مواد PVC, PET

خیابان فردوسی جنوبی، نبش کوچه باربد، پاساژ صدا و سیما، طبقه اول، پلاک ۴۹
 تلفن: ۳۳۹۵۰۱۶۴ * فکس: ۳۳۹۹۱۰۴۶

دستگاه چاپ سیلک

نیمه اتوماتیک - صفحه ۱x۱
 ۰۳۵۵۷۲۸۷۳۳
 ۰۲۱۷۷۲۸۷۳۳

پیشرومدار

ما هوای فشرده شما را تامین می‌کنیم
 با ما تماس بگیرید
 تلفکس و پیامک ۶۶۸۷۸۹۶۶

سری جدید کتاب‌های تخصصی مبانی فن آوری بسته‌بندی

نوشته والتر سورکا
 در یک مجموعه هشت جلدی یا به صورت تک جلد



نشر هیراد
 با همکاری ماهنامه صنعت بسته‌بندی و با حمایت مالی شرکت‌های شادمهر، پوشان پلاستیک، پلاستیک ماشین‌الوان، گلوکوزان، ایحاگستر شمال

TAJRISHI TRAINING RO

ماشینهای چسب گرم Robatech

ساخت سوئیس



میدان آرژانتین، خیابان احمدقصیر
 خیابان ۱۲، پلاک ۱۶، واحد ۱۰
 ۸۸۵۳۷۲۸۲ - ۸۸۵۳۵۲۴۳
 ۰۹۱۲۲۴۸۲۰۶۸
 فکس: ۸۸۵۳۷۶۴۷
 Email: info@tajrish.com

شیراز نایلون

تولید و چاپ انواع نایلون، نایلکس و لفاف‌های بسته‌بندی
 شیراز، شهرک صنعتی بزرگ
 ۰۷۱-۳۷۷۴۳۴۱۷-۱۹

ماد پلیمر

تولید، طراحی و ساخت انواع درپوش‌های پلمپ و بدون پلمپ غذایی، شونده، آرایشی، دارویی، پتروشیمی و ...

تهران، ابتدای جاده آبدلی، ۳۵ متری اتحاد، ۱۹ اتحاد، کوی مجید، پلاک ۹
 تلفن: ۷۷۲۲۴۴۶۳ - تلفکس: ۷۷۲۳۵۳۹۵۲
 ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۷۷ ۲۶
 ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۴۹ ۵۲

بسته بندی
 ماهنامه
صنعت بسته بندی
 SANAT Packaging Magazine
 BASTEBANDI

از شما دعوت می کنیم
 با ما همراه شوید

در تور بازدید از بزرگترین نمایشگاه بسته بندی جهان
 ۱۴ تا ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۶ دوسلدورف آلمان

interpack®

بهترین نرخ تور
 بهترین شرایط اخذ ویزا
 بهترین هتل و پرواز
**PROCESSES AND PACKAGING
 LEADING TRADE FAIR**

بیشتر بپرسید ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۶۶۷۱۱۶۰۴ - ۶۶۷۱۳۳۹۸

فروشگاه برادران کاشانی



تولید و پخش انواع دستگیره های کارت، کاور اداری، کیف های طلای و کیسه برنج

تهران، ۱۵ خرداد، بازار آهنگران، کوچه بهبهانی، پاساژ صفا، طبقه همکف، پلاک ۵
 تلفن: ۵۵۶۲۶۱۸۲ تلفکس: ۵۵۸۱۶۴۸۷ همراه: ۰۹۱۲ - ۵۴۰۹۸۹۳ (کاشانی)

بر بازار مسلط شوید
به اوج بروید

IRAN PACK
 Iranian Packaging Information Center
مرکز اطلاعات بسته بندی ایران
iranpack.ir
 فضای جدید کسب و کار شما

تولیدکننده
IRAN DAR
 PSA LABEL INDUSTRY
 با فناوری اروپا
 ۰۲۱۸۹۳۱۶۵۰۱
ایران دار
 PSA LABEL INDUSTRY

قالب سازی حرفه
 طراحی و ساخت انواع قالب های سلولزی
 شانه تخم مرغ، شانه سیب، ظروف مقوایی بسته بندی
 قنبری ۰۹۱۲۳۵۸۵۱۸۴

گشا صنعت اصفهان
 تولید کننده دستگاه های بسته بندی و تاریخزن

- دستگاه های تاریخزن جهت چاپ تاریخ تولید، انقضا، قیمت و سایر مشخصات بر روی بسته های کالا مورد استفاده قرار می گیرند.
- دستگاه های دوخت جهت درب دوزی کیسه های پلاستیکی (پلی اتیلن، متالایز، لامینت و سایر جنس های مشابه)
- دستگاه های وکیوم جهت تخلیه هوای داخل بسته های مواد غذایی

اصفهان، خیابان امام خمینی، خیابان عطاالملک، نبش چهارراه نوآوران، پلاک ۱۰۷ * تلفکس: ۳۳۸۷۸۶۸۱-۳ - ۰۳۱ - تهران: ۰۹۴-۲۶۲۱۴-۰۲۱

گروه تولیدی بلمولدینگ ایران
 طراح و سازنده
ماشین آلات PET
 تولید کننده انواع بطری
 شیراز، شهرک صنعتی بزرگ، بلوار صنعت، میدان کوشش، ۰۷۱-۳۷۷۴۳۶۶۸
 خیابان کوشش جنوبی، خیابان ۱۱۷، آخرین کارگاه سمت راست ۰۹۱۷۳۱۴۷۵۳۶

سامان پلاستیک
 تولید کننده انواع ظروف بادی و تزریقی
 تولید کننده ظروف:
 ✓ صنایع غذایی
 ✓ صنایع دارویی
 ✓ صنایع آرایشی و بهداشتی
WWW.SAMAN PLASTIC.COM
 کرج، کمالشهر، ترسیده به پلیس راه، جنب شرکت رنوس، خیابان صفا، پلاک ۲
 تلفن: ۰۳۴۷۰۰۴۹-۵۰ فکس: ۳۴۷۰۰۴۸-۲۶ همراه: ۰۹۱۲۶۱۳۹۶۱ و ۰۹۱۲۶۸۴۰۱۴

interpack

PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

DÜSSELDORF, GERMANY
04 TO 10 MAY 2017

۱۳۹۶ اردیبهشت
دوسلدورف، آلمان

WITHOUT INNOVATION SUCCESS IS FRAGILE

KPM AND THE MOST INNOVATIVE COMPANIES
IN THE CONSUMER GOODS SECTOR MEET
AT INTERPACK.

INTERPACK.COM/2547

بدون نوآوری
موفقیت
شکستنی است

JÖRG WOLTMANN
MANAGING DIRECTOR KPM

شرکت فوژان راهبران آتی
تهران، خیابان شهید بهشتی، خیابان شهید سرافراز
شماره ۱۱، برج موج، طبقه چهارم، واحد ۲۰
کد پستی ۱۵۸۷۶۵۳۱۴۶
تلفن: ۰۲۱ ۸۸۷۴۴۰۳۳ - فکس: ۰۲۱ ۸۸۵۰۲۷۰۲
www.fujanaati.com - penkarn@fujanaati.com


Messe
Düsseldorf



شرکت ایوار با همکاری شرکت فوزان راهبران آتی و انجمن ماشین سازان صنایع غذایی ایران و انجمن صنایع همگن پلاستیک و انجمن واردکنندگان ماشین آلات صنعت چاپ وبسته بندی و ماهنامه صنعت بسته بندی برگزار می کند:

دومین تور بازدید از مهمترین و بزرگترین نمایشگاه ۳ سالانه ماشین آلات و صنایع بسته بندی اروپا (آلمان-دوسلدورف)

| تاریخ سفر | برنامه سفر | نرخ اقامت در اتاق دوتخته | نرخ اقامت در اتاق یک تخته |
|---|---|-----------------------------|-----------------------------|
| ۱۲ تا ۲۴ اردیبهشت ۱۳۹۶ (۱۳ روز و ۱۲ شب) | ۴ شب رم ، ۴ شب کلن، ۴ شب بارسلون (ایتالیا ، آلمان و اسپانیا) | ۲/۹۹۰/۰۰۰ تومان + ۲۴۹۰ یورو | ۲/۹۹۰/۰۰۰ تومان + ۳۹۹۰ یورو |
| ۱۱ تا ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۶ (۱۰ روز و ۹ شب) | ۵ شب پاریس ، ۴ شب کلن (فرانسه و آلمان) | ۱/۹۹۰/۰۰۰ تومان + ۱۸۹۰ یورو | ۱/۹۹۰/۰۰۰ تومان + ۲۷۹۰ یورو |
| ۱۵ تا ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۶ (۶ روز و ۵ شب) | ۵ شب کلن (فقط آلمان) | ۱/۹۹۰/۰۰۰ تومان + ۱۴۹۰ یورو | ۱/۹۹۰/۰۰۰ تومان + ۲۰۹۰ یورو |



کسب اطلاعات و ثبت نام

شرکت ایوار: ۲۲۰۱۱۶۳۷ (۰۲۱) و ۰۹۱۰۲۲۰۰۹۰۱ و ۲
 آقای محمد جاوید (انجمن واردکنندگان ماشین آلات چاپ و بسته بندی): ۰۹۱۲ ۱۳۴۶۳۰۱
 شرکت فوزان راهبران آتی: ۵ و ۸۸۷۴۴۰۳۳
 انجمن صنایع کنسرو ایران: ۶۶۵۶۳۲۲۷
 انجمن همگن پلاستیک: ۸۸۷۵۷۲۱۱
 انجمن ماشین سازان صنایع غذایی ایران: ۸۸۴۸۵۳۵۶
 ماهنامه صنعت بسته بندی: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۶۶۷۱۳۳۹۸

