

دنیای بسته‌بندی و تجارت

شماره

۲

سال اول - شماره ۲ - بهار ۱۳۹۹ - قیمت ۱۲۰۰۰۰ ریال



ماشین‌سازی حکمائی
HOKAMAI

ماشین‌سازی

حکمائی

دستگاه بسته‌بندی مایعات در کیسه پلی اتیلن
دارای تاییدیه ابتکار از سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران
Liquid Packaging Machine in P.E Film



Plc5000P



Plc1000P



Plc2000P



www.hokamai.com

E-mail: info@hokamai.com

دفتر مرکزی: تهران - استاد مطهری - میرزای شیرازی

خیابان شهیدا - بلاک ۹ - طبقه سوم - واحد ۲۲

تلفن: ۱۷-۸۸۷۰۸۵۱۶ - فاکس: ۸۸۷۲۸۲۳۳

همراه: ۰۹۱۲۱۰۹۱۱۶۴

صندوق پستی: ۳۵۳۳-۱۶۷۶۵

کارخانه: تهران - جاده املی - جاجرود - سعیدآباد - خیابان البرز - بلاک ۲۶

تلفن: ۷۶۲۰۳۶۱۹ (۰۲۱) - فاکس: ۷۶۲۰۵۷۸۵ (۰۲۱)

شرکت تعاونی

اعضای انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق



شرکت تعاونی اعضای انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق بمنظور انجام اقدامات لازم جهت دستیابی به بازارهای هدف جدید برای تولیدات اعضا در تاریخ ۹ اسفندماه ۱۳۸۹ به ثبت رسید. این مجموعه اقتصادی ضمن نقش ویژه ای که برای اعضای خود در جهت کاهش بهای تمام شده، کاهش وابستگی در تامین مواد اولیه و تکمیل زنجیره ارزش قائل است، توسعه ی کمی و کیفی تولیدات اعضا را از اهداف مهم خود به شمار می آورد و در این راه تامین نیازهای مشترک اقتصادی، آموزشی فرهنگی، اعضای خود را در اولویت قرار داده است.

اهداف شرکت تعاونی:

- ✓ اخذ نمایندگی از تولید کنندگان خارجی کاغذ
- ✓ واردات کاغذهای مختلف و در اختیار داشتن تقریبا همه مایحتاج اعضا محترم برای کنترل بازار؛
- ✓ ایجاد نمایندگی بیمه و حضور آن در دفتر شرکت تعاونی جهت بیمه نمودن ماشین آلات، وسایل نقلیه و بیمه تکمیلی پرسنل - اعضا محترم شرکت تعاونی؛
- ✓ دعوت از کارشناسان خارجی جهت بازدید و تبادل اطلاعات و دانش عمومی اعضا محترم تعاونی؛
- ✓ برگزاری تورهای مسافرتی جهت بازدید از کلبه اعضا محترم تعاونی از کارخانجات خارجی بخصوص اروپایی؛
- ✓ ادامه فعالیت تجاری با اکثر تولید کنندگان داخلی کاغذ

موضوع فعالیت:

- ✓ دستیابی به بازارهای هدف جدید؛
- ✓ بمنظور توسعه کمی و کیفی تولیدات؛ (R&D) ایجاد واحد تحقیق و توسعه
- ✓ سرمایه گذاری و ایجاد واحدهای تولیدی و خدماتی زنجیره پست و پیشین؛
- ✓ تامین و توزیع مواد اولیه، ماشین آلات، قطعات و فناوری مورد نیاز اعضا؛
- ✓ نصب و راه اندازی خطوط تولید جدید براساس درخواست اعضا؛
- ✓ ارائه خدمات مالی، مالیاتی و گمرکی به اعضا؛
- ✓ اخذ گواهی ها، علامات استاندارد و ایزو برای محصولات اعضا؛

نشانی:
تهران - بزرگراه پادگار امام - به طرف آزادی - خیابان شهید شمپوری - پلاک ۸۱

۰۲۱۶۶۰۶۶۸۲۲ ☎ ۰۲۱۶۶۰۶۶۸۲۲ ☎ ۰۲۱۶۶۰۳۷۴۹۷ ✉ info@cartonandpaper.ir



سرمقاله



دکتر حسین غصابی، مدیرعامل هیات مدیره صنعت و تجارت

جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. به‌عنوان مثال در سال‌های اخیر یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های مورد بحث در مجامع علمی، چگونگی به‌کارگیری انرژی (کارآمدی انرژی، مصرف و محتوی انرژی، کاربرد انرژی‌های تجدیدپذیر و پاک و غیره) در حوزه‌های مختلف، و به دنبال آن قابلیت بازیافت و ارزش بازیابی مواد می‌باشد. بنابراین توجه به کاربرد مواد مصرفی در صنعت بسته‌بندی که از قابلیت استفاده مجدد با کاربرد منابع تجدیدپذیر و ترکیبات مختلف نانو باشد، از اهمیت فراوانی برخوردار می‌باشد، که ضمن کاهش اثر آلاینده‌ها در محیط زیست می‌تواند به راحتی بازیافت شده و طول چرخه عمر مواد و انرژی‌های مورد استفاده را نیز در حد قابل قبولی بهبود بخشد. بدون تردید در این رابطه باید به اصل حداکثرسازی مطلوبیت مصرف‌کنندگان و سود تولیدکنندگان در چارچوب مقررات و قوانین محیط زیست نیز بیشتر پرداخته شود.

بسته‌بندی یکی از شاخص‌های عمده و تعیین‌کننده در عرضه و مصرف کالاها محسوب شده و نقش مهمی در ارتباط تجاری چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی ایفا می‌نماید. خوشبختانه در سال‌های اخیر چشم‌انداز صنعت بسته‌بندی دنیا به سمت کاربرد مواد مناسب، خلق طراحی‌های نوین و به‌کارگیری فناوری‌هایی بوده که بتواند در بازارهای تجاری نیازهای نسل امروز را برآورده ساخته و همزمان با مقوله توسعه پایدار که به حفظ فرایندهای اکولوژیکی نیز توجه دارد، پیوند مناسبی برقرار سازد. بنابراین امروزه غالب پژوهشگران بر این نکته اذعان دارند که پویایی صنعت بسته‌بندی در گرو توسعه پایدار فعال، که به‌عنوان یک اصل در کلیه فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی ملت‌ها نقش عمده‌ای را ایفا می‌نماید، معنا و مفهوم می‌یابد.

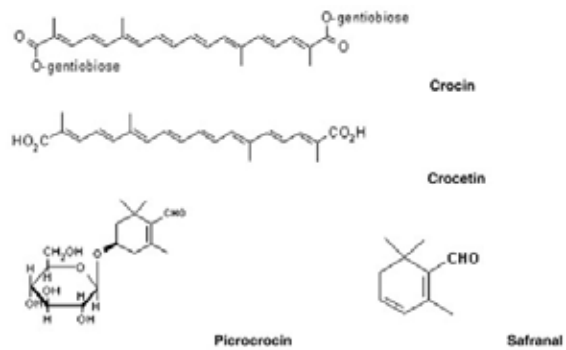
یکی از جدی‌ترین بحث‌های هزاره سوم، موضوع افزایش جمعیت، مصرف بیش از حد مواد، منابع و به‌دنبال آن تهدید اهداف توسعه پایدار می‌باشد، که امروزه خطر وجود بحران در حوزه‌های مختلف محیط زیست را به نمایش گذاشته است. کم‌شدن منابع انرژی و به موازات آن چالش‌های زیست محیطی، حکایت از عدم موفقیت جامعه جهانی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار در بسیاری از کشورها را دارد. جهت مقابله با مسائل مورد اشاره لازم است، تغییرات اساسی در دیدگاه‌ها و ایجاد الگوهای نوینی با رویکرد توجه به شاخص‌های توسعه پایدار در عرصه‌های مختلف از جمله منابع مورد مصرف صورت پذیرد.

با توجه به وضعیت شکننده محیط زیست، لازم است در امر تولید و نوع مواد مصرفی کالاها در حوزه بسته‌بندی که امروزه به‌عنوان یکی از ارکان فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌گردد، توجه بیشتری معطوف شود. ضمن اینکه به موازات آن باید به مفهوم توسعه پایدار نیز به طور اساسی پرداخته شود. در واقع، مهم‌ترین نقش محوری بسته‌بندی پایدار، برآورد نیازهای عملکردی و اقتصادی نسل امروز، بدون آسیب رساندن و یا به خطر انداختن نسل‌های آینده در رفع نیازهایشان می‌باشد. با توجه به تجربه کشورهای صنعتی، بدون تردید روند صحیح استفاده از بسته‌بندی از جهات مختلف منجر به بهبود توسعه پایدار شده و به دلیل ارتباط تنگاتنگ دو مقوله صنعت بسته‌بندی و توسعه پایدار، در نهایت نقش ارزشمندی را در کاهش اثرات زیست محیطی به همراه خواهد داشت. امروزه معیار رتبه‌بندی و مقایسه صنعت بسته‌بندی کشورها در بستر توسعه پایدار و با توجه به ارتباط مشخص این دو ویژگی معنا و مفهوم پیدا می‌کند. در این رابطه نقش کارآمدی دولت، سازمان‌های استاندارد، تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و غیره در اهمیت موضوع بسته‌بندی و ارتباط آن با توسعه پایدار از



(۱۹۹۶) نشان داد که زعفران حاوی تقریباً ۱۰ درصد رطوبت، ۱۲ درصد پروتئین، ۵ درصد چربی، ۵ درصد مواد معدنی، ۵ درصد فیبر خام، ۶۳ درصد قند شامل نشاسته، قندهای احیاکننده، پنتوزانها، صمغها، پکتین و دکسترینها می باشد. مقادیر بسیار کمی از ویتامینهای ریوفلاوین و تیامین نیز در زعفران یافت شده است. البته لازم به ذکر است که برحسب منطقه کشت زعفران و شرایط رشد، میزان ترکیبات متفاوت خواهد بود. چهار ترکیب فعال بیولوژیکی اصلی در زعفران کروسین، کروتستین، پیکروکروسین و سافرانال است. به طور کلی، سه ترکیب کروسین، پیکروکروسین و سافرانال به ترتیب مسئول رنگ، طعم و آرومای زعفران هستند. بیش از ۴۰۰۰ سال است که زعفران در فرایند درمانی مورد استفاده قرار می گیرد. بررسی های شیمیایی نشان داده است که رنگ عمدتاً به دلیل ترکیبات کاروتنوئیدی تجزیه شده، کروسین و کروتستین و عطر و طعم از محصولات اکسیداسیون کاروتنوئید، به طور عمده سافرانال و تلخی از پیکروکروسین گلوکوزید می باشد. مواد فعال موجود در این محصول خواص سلامت‌زایی زیادی دارند. به طور مثال، سافرانال دارای خصوصیات ضد میکروبی، آنتی‌اکسیدانی، ضدپیشانی و غیره دارد.

این ترکیبات نه تنها در خواص حسی زعفران (رنگ، طعم و آروما) شرکت می کنند، بلکه دارای یکسری خصوصیات سلامت‌زایی نیز هستند.



۳- فعالیت بیولوژیکی زعفران

به دلیل وجود ترکیبات فعال بیولوژیکی زیادی که در زعفران وجود دارد، محققان خصوصیات سلامت‌زایی زیادی از جمله درمان آسم، اختلالات معده، خصوصیات ضد سرطان‌زایی، درمان اختلالات قلبی-عروقی، درمان سندروم پیش از قاعدگی، فرونشاندن خشم، ایجاد حس آرامش و نشاط، خلط‌آور و عامل انرژی‌زا عنوان کرده‌اند و در مواد مخدر برای تسکین درد مورد استفاده قرار می گیرد و به دلیل بوی نافذ خود و رنگ زرد طبیعی یک گیاه دارویی و ادویه‌ای به حساب

می آید (ملنیک و همکاران، ۲۰۱۰).

۴- کاربردها

روغن و عصاره زعفران از لحاظ تجاری بسیار ارزشمند است زیرا خصوصیات دارویی و آرومایی خوبی دارد.

۵- کاربرد در صنایع غذایی

روغن زعفران به طور گسترده‌ای در صنعت مواد غذایی به عنوان ماده طعم‌دهنده و رنگی مورد استفاده قرار می گیرد. این مواد پتانسیل استفاده در فرآورده‌های مواد غذایی، نوشیدنی‌ها به عنوان مواد آنتی‌اکسیدانی و ضد میکروبی را نیز دارند.

به دلیل اینکه تمام مراحل فرآوری آن با دست و توسط کارگر انجام می شود، زعفران جزو گران‌ترین ادویه‌جات جهان به حساب می آید (وینترهالتر و استرایبجر، ۲۰۰۰). گل‌ها ۳-۴ روز ماندگاری دارند و در معرض قرار گرفتن در هوای گرم، اشعه خورشید و باد از کیفیت رنگ و طعم آن‌ها می‌کاهد. فصل مناسب برداشت متغیر و وابسته به اولین آب‌دهی می‌باشد. گل‌دهی زعفران در فصل پاییز و به مدت حدود ۲ تا ۳ هفته اتفاق می‌افتد و به دلیل اینکه پلاسیده شدن گل زعفران بسیار سریع اتفاق می‌افتد، بایستی کلاله زعفران به صورت روزانه از گل جدا گردد و گرنه جداسازی کلاله از بقیه قسمت‌های گیاه به سختی انجام شده و همچنین کیفیت زعفران خشک شده به شدت پایین می‌آید (باسکر، ۱۹۹۹). در خراسان گل‌دهی زعفران از حدود اواخر مهرماه شروع شده و تا پایان آبان ماه ادامه دارد و بهترین زمان برداشت پیش از طلوع خورشید است و اگر گل‌ها پیش از برداشت باز شوند کلاله شکسته و یا با گلبرگ مخلوط شده و از کیفیت می‌کاهد. کلاله‌های جمع‌آوری شده به منظور ماندگاری بیشتر خشک می‌شوند و روش خشک کردن به طور مؤثری بر کیفیت کلاله‌ها تأثیرگذار است. از طرفی از عوامل تأثیرگذار بر کیفیت زعفران، رطوبت فرآورده، رطوبت نسبی هوا، دمای محیط، نور مستقیم خورشید، اکسیژن و کیفیت بسته بندی می‌باشد. بنابراین دما و رطوبت پایین، کیفیت بالاتر را در پی دارد. پایداری رنگ در رطوبت نسبی ۵ تا ۲۳٪ بالا بوده و در ۷۵٪ عمدتاً کاهش می‌یابد. یکی از مواردی که برای نگهداری گل بسیار حائز اهمیت است، استفاده از دمای پایین پس از برداشت گل می‌باشد زیرا دمای پایین نه تنها موجب کند شدن و یا جلوگیری از رشد باکتری‌ها و قارچ‌ها می‌شود بلکه فعالیت آنزیم‌های خاص موجود در آن‌ها را نیز کاهش داده و عملیات تخریبی و تجزیه‌ای آن‌ها را به تأخیر می‌اندازد و همچنین تولید اتیلن کاهش می‌یابد که متقابلاً تنفس گیاه و عملیات‌های مربوط به پیر شدن کاهش

چشمگیری پیدا می‌کند (احمد و همکاران، ۲۰۱۳). یک عامل کلیدی و بسیار مهم در ارزش تجاری گل برداشت شده، عملکردهای پس از برداشت این محصول می‌باشد. هرچند معیارهای کیفی خارجی مثل، ظاهر، رنگ و یکنواختی تأثیر عمده‌ای بر روی تصمیم مشتری جهت خرید گل می‌گذارند. عامل مهم و با ارزش دیگر در جذب مشتری جهت خرید این محصول، طول عمر گل‌ها می‌باشد (راید و جیانگ، ۲۰۱۲). یکی از عوامل مهم در طول عمر و کیفیت گل‌های برداشت شده، دما می‌باشد (سوالوس و راید، ۲۰۰۱). ژنوتیپ، سیستم کشت و شرایط موجود در حین ذخیره‌سازی و حمل از دیگر عوامل مؤثر بر عمر نگهداری گل‌های برداشت شده می‌باشد (ون دورن و هان، ۲۰۱۱). چندین عامل می‌تواند بر روی کیفیت گل‌های برداشت شده در حین ذخیره‌سازی تأثیر بگذارد که می‌توان به ساییدگی ناشی از فشار گلبرگ‌ها به همدیگر، آسیب‌های میکروبی، سطوح حرارتی، رطوبتی و اتیلن اشاره نمود. این متغیرها می‌توانند به نوبه خود سبب فعال شدن مکانیسم‌های فیزیکی و اکسیداسیون شیمیایی شده و کیفیت گل‌های برداشت شده را به طور چشمگیری کاهش دهند (راید، ۱۹۹۷). از روش‌های پیشنهادی جهت حمل و ذخیره‌سازی گل‌های برداشت شده، استفاده از سامانه بسته‌بندی اتمسفر اصلاح شده (MAP) می‌باشد. بسته‌بندی از جمله روش‌های ساده و مؤثر برای محافظت محصولات در مقابل نفوذ عوامل خارجی و همچنین حفظ خصوصیات فیزیکی و شیمیایی است (اجاق، ۲۰۱۰). روش بسته‌بندی بهینه علاوه بر ارتقاء ارزش غذایی محصول و زمان ماندگاری بایستی بهداشتی و ایمن باشد (گوئیرا، ۲۰۱۱). بنابراین با روش‌های بسته‌بندی تا حد زیادی می‌توان از افت خصوصیات فیزیکوشیمیایی جلوگیری نمود. امروزه از بسته‌بندی با اتمسفر اصلاح شده به طور گسترده‌ای جهت افزایش ماندگاری محصولات تازه استفاده می‌شود. در این سامانه، فضای اپتیمی از گازهای اکسیژن و دی‌اکسید کربن ایجاد می‌گردد که سبب کاهش فرایندهایی نظیر: نرم‌شدگی بافت، قهوه‌ای شدن، تجزیه کلروفیل و نهایتاً پیری فرآورده‌ها می‌شود. به منظور استفاده از سامانه بسته‌بندی اتمسفر اصلاح شده، این نکته بایستی مدنظر قرار بگیرد که خصوصیات بسته‌بندی (نوع فیلم، ضخامت فیلم و وزن فرآورده) و شاخص‌های محیطی (دما و رطوبت) چه تأثیری بر روی کیفیت و فیزیولوژی فرآورده بسته‌بندی شده دارند (کامرون و همکاران، ۱۹۹۳). روش MAP در واقع نگهداری مواد غذایی در محیط بسته‌بندی است که ترکیبات

گازی اتمسفر (تقریباً حاوی ۷۸ درصد نیتروژن، ۲۱ درصد اکسیژن و ۱ درصد سایر گازها) دچار تغییر شده تا زوال فرآورده که منشأ آن می‌تواند میکروبی، شیمیایی یا فیزیکی باشد به تأخیر بیافتد. در این روش، از سه نوع گاز اصلی اکسیژن، دی‌اکسید کربن و نیتروژن و در موارد نادر از آرگون و مونو اکسید کربن استفاده می‌شود. گاز نیتروژن مورد استفاده در واقع فاقد رنگ و بو بوده و حلالیت نسبتاً پایینی در آب و چربی دارد. در روش MAP، این گاز با اکسیژن جایگزین شده و بنابراین از یکسری واکنش‌های اکسایشی و رشد میکروارگانیسم‌های هوازی مولد فساد ماده غذایی جلوگیری می‌کند. همچنین به دلیل حلالیت پایین آن در ماتریکس ماده غذایی، می‌تواند از صدمات مکانیکی فرآورده جلوگیری کند. دی‌اکسید کربن خاصیت ضدقارچی و ضدباکتریایی داشته و می‌تواند از رشد آن‌ها جلوگیری کند. علاوه بر این، خاصیت بیولوژیکی، حلالیت بالایی در آب و چربی داشته و می‌تواند باعث تغییراتی در مزه و شکل ظاهری فرآورده از طریق کاهش PH و غیره ایجاد نماید که برحسب نوع فرآورده، این نوع تغییرات ممکن است مطلوب یا نامطلوب باشد. اکسیژن به‌عنوان یک گاز مخرب در اتمسفر اطراف ماده غذایی شناخته شده است زیرا باعث رشد میکروارگانیسم‌های هوازی و بروز بسیاری از واکنش‌های اکسایشی در فرآورده می‌گردد (هرچند وجود اکسیژن برای برخی مواد غذایی مثل: گوشت قرمز مناسب می‌باشد). گاز آرگون خصوصیتی شبیه به نیتروژن دارد، اما دارای دانسیته بالاتری بوده و بنابراین میزان حجم مصرفی گاز جهت جایگزینی اکسیژن کمتر می‌باشد و به‌دلیل قیمت بسیار بالاتر آن نسبت به نیتروژن، استفاده کمتری دارد. گاز مونواکسید کربن توسط آمریکا جهت بسته‌بندی گوشت تازه قرمز مورد تأیید قرار گرفته زیرا عملکردی مانند اکسیژن داشته و با تولید کربوکسی میوگلوبین باعث ایجاد یک رنگ قرمز خوبی در گوشت می‌شود، هرچند به‌دلیل خاصیت سمی بودن آن، اتحادیه اروپا استفاده از این گاز را در بسته‌بندی اتمسفر اصلاح شده ممنوع اعلام کرده است. نکته‌ای که از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است، انتخاب مخلوط گازهای سامانه MAP مطابق با خصوصیات ماده غذایی می‌باشد. بسته‌بندی اتمسفر اصلاح شده سبب کاهش تغییرات بیوشیمیایی در محصول شده و کیفیت محصول را افزایش می‌دهد (شن و همکاران، ۲۰۰۶). این روش از طریق اصلاح ترکیبات گازی در فضای بسته‌بندی سبب حفظ کیفیت محصول می‌گردد (میر و بودری، ۲۰۰۴). در سامانه بسته‌بندی اتمسفر اصلاح شده، غلظت اکسیژن کاهش



Postharvest biology and technology of cut flowers and potted plants. In: Janick, first ed. John J. (Ed.), Horticultural Reviews, vol 54-1. Wiley & Sons, Inc., Hoboken, NJ, pp 54-1.

Perforation-mediated modified atmosphere packaging. *Postharvest Biology and Technology* 9-51:1 and Technology

Seglie, L., Spadaro, D., Trotta, F., Gullino, M.L., Devecchi, methylcyclopropen in-1 Use of cyclodextrin-based nanosponges to control grey mould caused by *Botrytis cinerea* on *Dianthus caryophyllus* cut flowers. *Postharvest Biol. Technol* 57-55, 64.

Effect of modified atmosphere packaging on the browning and lignifications of bamboo shoots. *J. Food Eng* 54-77:348

Terry, L.A., Ilkenhans, T., Poulston, S., Rowsell, L., Development of new palladium-promoted ethylene scavenger. *Postharvest Biol. Technol* 22-214, 45.

Van Doorn W, Perik RRJ, Abadie P, Harkema H A treatment to improve the vase life of cut tulips: effects on tepal senescence, tepal abscission, leaf yellowing and stem elongation. *Postharvest Biology and Technology* 63-56:161 and Technology

Saffron-renewed interest in an ancient spice. *Food Reviews International* 59-39, (1)16

Resour 33-3311:315

Limtrakul, J., Nanok, T., Jungsuttiwong, S., Adsorption of insaturated hydrocarbons on zeolites: the effects of the zeolite framework on adsorption properties of ethylene. *Chem. Phys. Lett* 166-161, 339.

Liu, J., Zhang, Z., Li, H., Lin, X., Lin, S., Joyce, D., He, Alleviation of effects of exogenous ethylene on cut 'Master' carnation flowers with nano-silver and silver thiosulfate. *Postharvest Biology and Technology* 91-86, 133

Martínez-Romero, D., Bailén, G., Serrano, M., Guillén, F., Valverde, J.M., Zapata, P., Castillo, S., Valero, D Tools to maintain postharvest fruit and vegetable quality through the inhibition of ethylene action: a review. *Crit. Rev. Food Sci. Nutr* 56-543, 47.

Martínez-Romero, D., Guillén, F., Castillo, S., Development of a carbon-heat hybrid ethylene scrubber for fresh horticultural produce storage purposes. *Postharvest Biol. Technol* 205-200, 51.

Chemical and biological properties of the world's most expensive spice: saffron. *Food Research International* 1989

Modified atmosphere packaging. In: Gross K.C. Wang S.Y. Saltveit M.E. The commercial storage of fruits, vegetables and florists (accessed of) and nursery stocks, USDA Handbook (2007, 6 November

Ojagh, S. M., Rezaei, M., Razavi, S. H., & Hosseini, S. M. H. Effect of chitosan coatings enriched with cinnamon oil on the quality of refrigerated rainbow trout. *Food Chemistry* 2010, 198-193, 120.

A summary of CA and MA requirements and recommendations for ornamentals Vegetables and cut flowers. *Proc. CA ornamentals. Univ. Calif. Postharvest Hort. Ser* 136



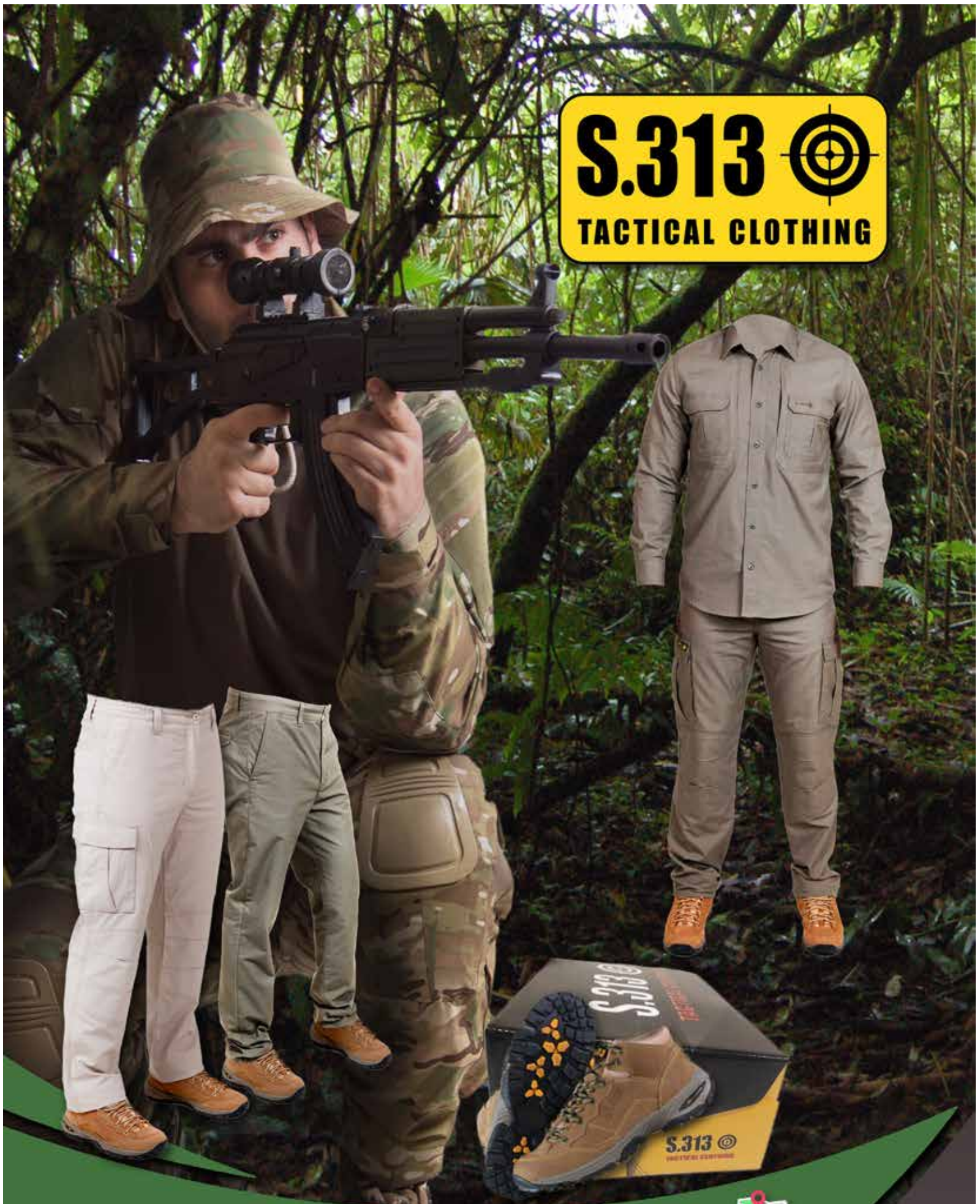
این پلاستیک‌ها توسط زمین بازیافت می‌شوند



ویژگی‌ها:
خواص مکانیکی بالا
مقاومت حرارتی مناسب

Food contact
تاییدیه Ok-biobased
شرکت TUV

love
earth



S.313 
TACTICAL CLOTHING

تهران، میدان آزادی، بزرگراه شهید لشگری (جاده مخصوص)، بعد از فروشگاه رفاه،
 خیابان شهید ریاحی، پلاک ۴ مجتمع غدیر، طبقه اول



۴۴۶۳۱۱۲۹-۵۶

www.Satersabz.ir



۶۶۰۰۰۹۸۰۰۰





مصطفی امام پور (رئیس انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران)

چکیده

امروزه بسته بندی بیش از هر موضوع دیگری برای یک صادرکننده موفق، اهمیت دارد و اهمیت آن برای بازارهای خارجی به مراتب از بازارهای داخلی بیشتر است. به همین دلیل برای بسته بندی، اصول و قواعدی تنظیم شده که هر فروشنده به طور کلی و هر صادرکننده به طور خاص، جهت موفقیت خود بایستی به آن‌ها توجه نماید. به عبارتی دیگر، برای حضور در بازارهای جهانی (که تعداد زیادی از تولیدکنندگان، عرضه کننده کالاهای مشابهی نیز هستند)، بسته بندی مناسب صادراتی، یکی از اصول اساسی برای موفقیت در امر صادرات می باشد و تولیدکننده ای که به این امر توجه نداشته باشد، از دور رقابت خارج می شود. این امر خصوصاً برای راهیابی به کشورهای توسعه یافته که خانواده‌ها دارای قدرت خرید بالا بوده و به مرغوبیت، شکل و طرح بسته اهمیت بسیار می دهند، مهم می باشد. در این مقاله سعی شده ضمن معرفی فرهنگ بسته بندی از طریق رعایت شاخص‌های مهم آن و تأثیر آنها در پیشرفت بسته بندی در طی سال‌های اخیر و جایگاه ویژه آن پرداخته می شود. چنان چه اگر بسته بندی یک محصول جذاب، موردپسند، دربرگیرنده مشخصات، معرف محصول و نیز مطابق با جنبه‌های روان شناختی خریداران باشد، به همان اندازه از جذب بازار بالایی برای فروش کالا برخوردار خواهد بود. البته ممکن است در برخی موارد، خریداران کیفیت کالا را از یاد برده و شیفته زیبایی بسته بندی محصول شوند و کالایی را انتخاب کنند که دارای پوشش و بسته بندی زیباتر باشد.

واژه‌های کلیدی: بسته بندی، صادرات، هزینه و فروش

۱- مقدمه

در دنیای تجارت امروز، یکی از عوامل مهم در موفقیت و

کسب بازارهای گسترده برای فروش، اطلاع دقیق از ابتکارات و کشف رقبا و فروشندگان کالاهای مشابه در جلب مشتری است. حتی اطلاع فوری و به هنگام از تغییراتی که در این زمینه روی می دهد، می تواند بسیار مفید و کارگشا باشد. درک صحیح از فعالیت‌های دیگران به طراحان بسته بندی کمک می نماید تا در جو و فضای روز قرار گرفته و ضمن رعایت نکات هنری به خلق آثار جدید و قابل توجه بپردازند.

چهار عنصر زیر در بسته بندی، اصولاً بر تصمیم گیری خرید مصرف کننده تأثیر می گذارند که می توان آن‌ها را به دو گروه مجزا، عناصر بصری و اطلاعاتی، طبقه بندی نمود. عناصر بصری شامل: تصاویر، اندازه و شکل بسته‌هاست که بیشتر بر تصمیم گیری تأثیر می گذارند و عناصر اطلاعاتی، مربوطه به ارائه اطلاعات و فناوری‌های استفاده شده در بسته بندی‌هاست که احتمالاً از جنبه شناختی حائز اهمیت می باشند.

سال‌های مدیدی است که بسته بندی عنصری ضروری برای حفاظت کالاها به شمار می رود و امروزه به ویژه در بخش خرده فروشی، تقریباً تمامی کالاها به صورت بسته بندی شده عرضه می گردند. با بررسی تاریخچه بسته بندی متوجه می شوید که بسته‌ها تا مدت‌های زیادی فقط محافظ محصول، تلقی می شدند و هزینه آن نیز از هزینه محصول جداگانه برآورد می شد. ولی به تدریج، جنبه تبلیغات و اطلاع رسانی بسته‌ها نیز مورد اهمیت قرار گرفت. همراه با توسعه صنعت بسته بندی، مفهوم بازاریابی، جایگاه طرح مشتری مداری، رنگ و نقش، نوشتن حروف، تبلیغات روی بسته و دیگر عناصر بسته بندی در بازاریابی محصول و جذب مشتریان به خرید آن به شدت افزایش یافت. امروزه اهمیت بسته بندی به حدی مورد توجه قرار گرفته که حتی عده ای از محققان بازاریابی از



یک قاره به قاره دیگر معرفی کرد و نتایج این معرفی علاوه بر کسب درآمد مادی، باعث معرفی سنت، فرهنگ، قابلیت‌های نهفته و تبلیغات کشور صادر کننده می‌گردد. پس می‌توان از این ابزار در شرایط وضع موجود کشور خودمان نیز با استفاده از یک ساختار از قبل تعریف شده به این هدف رسید. به ویژه کشور ما دارای محصولات خاص و منحصر به فرد می‌باشد که امروزه ما شاهد آن هستیم این محصولات متأسفانه بدون بسته‌بندی و به صورت فلّه‌ای از کشور مجوز خروج را دارند؛ اما وقتی همین محصولات با یک بسته‌بندی صادر می‌گردند کشور مقصد بنا به دلایل استانداردهای موجود، عدم پذیرش آن را اعلام می‌کند و یا اینکه در رقابت با محصولات کشورهای رقیب از رقابت جا می‌ماند و میدان رقابت به دست رقیب می‌افتد و معلوم است که می‌توان به ارزآوری این صنعت اعتماد کرد و با داشتن ۱۶ استان مرزی و با یک برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب به رشد و شکوفایی آن کمک کرد. بدین منظور به عنوان نمونه در ذیل به دستاوردها و نتایجی که می‌توان با استفاده از یک بسته‌بندی مناسب برای ارزآوری رسید، اشاره نمود:

کاهش هزینه حمل و نقل:

از طریق بسته بندی مناسب می‌توان از فضاهای خالی بهتر استفاده کرد و می‌توان در یک مرحله از حمل و نقل مقدار بیشتری کالا نسبت به محصول بدون بسته بندی مناسب حمل نمود.

افزایش درآمدهای ارزی کشور:

یک بسته بندی مناسب برای صادرات، می‌تواند افزایش تقاضا را برای آن محصول بالا ببرد که این امر نه تنها درآمد ارزی ایجاد می‌کند بلکه عدم خروج ارز از کشور را نیز به دنبال دارد.

جلوگیری از وابستگی کشور به صادرات تک محصولی:

با استفاده از فناوری بسته‌بندی، می‌توان محصولات صنایع دستی، ذخایر خدادادی، محصولات کشاورزی داخلی، فراورده‌های نفتی و سایر موارد را به خارج از کشور عرضه کرد و مانع از فروش یک محصول و وابستگی داخلی به آن را از میان برداشت.

ایجاد اشتغال:

یکی از مهم ترین دستاوردهای صنایع بسته بندی، ایجاد اشتغال می‌باشد. با توجه به رشدی که صادرات غیر نفتی به خصوص در زمینه بسته بندی کالاها به وجود می‌آورد، منجر به رونق کار در شرکت های صادر کننده می‌شود. البته با توجه

به سودآوری آن‌ها، سرمایه‌گذاران به سمت ایجاد کارخانه ها و شرکت‌های مرتبط با صنایع بسته‌بندی کشیده می‌شوند.

بسته‌بندی مناسب با جلوگیری از فاسد شدن سریع و نیز نگهداری کالا، منجر به کاهش هزینه می‌شود؛

– بسته بندی علاوه بر مزیت‌های ذکر شده، دارای خصوصیات دیگری نیز می‌باشد که امروزه در کشور ما به آن توجه بیشتری شده است (به عنوان مثال، استفاده از مواد به جای مانده خود بسته‌بندی).

۴- ضرورت و اهمیت بسته‌بندی

زمانی که محصولات مشابه با نام‌های تجاری مختلف، از نظر کیفی به هم نزدیک می‌شوند، بسته، عامل مهمی در ایجاد برتری و تمایز محصول مورد نظر نسبت به محصولات مشابه، به حساب می‌آید. برخی از تولیدکنندگان با توجه به نقش بسیار مهم بسته‌ها در فروش کالاها، بسته های خود را به گونه ای طراحی می‌کنند که امکان استفاده مجدد بسته، پس از مصرف محصول نیز وجود داشته باشد. مثلاً ظروف شکلات و بیسکویت پس از مصرف محصول، برای نگهداری اشیاء دیگر استفاده می‌شوند. اهمیت این امر از این جهت است که تأثیرات تبلیغی یک بسته تا مدت‌های زیادی در برابر دیدگان مصرف کنندگان باقی می‌ماند.

در واقع، زمانی که کالاهای بسته‌بندی شده از دسترس تولیدکنندگان خارج و به میان مصرف کنندگان می‌روند، امکان تبلیغ محصول را از طریق شکل و ظاهر خود برعهده می‌گیرند. نام یا علامت و یا تصویر روی بسته، نشانگر قدرت و میزان نفوذ بسته بندی و در نهایت نشان دهنده نفوذ شرکت سازنده و یا تولیدکننده آن است. ضرب المثل معروف «بسته بندی، فروشنده خاموش است»، بیانگر ارتباط تنگاتنگ بسته بندی و فروش محصول است. در واقع، بسته بندی معرف و مبلغ شرکت سازنده محصول به مشتریان بوده و هرچه این ارتباط نزدیک‌تر و محکم‌تر باشد، استقبال مخاطبان و فروش محصول افزایش خواهد یافت [۳]

۵- ضعف بسته‌بندی باعث کاهش صادرات غیرنفتی ایران

آنچه که الآن با توجه به تحریم‌ها مشاهده می‌شود برای استقلال کشور و به دور ماندن از تحریم‌های موجود، بایستی از ارزآوری تک محصولی به داخل کشور خارج شد، لذا باید به توانمندی‌های داخلی و ذخایر ایرانی برای صادرات توجه نماییم و برای اینکه بتوانیم در بازار حاصل از محصول دانش و توانمندی خود را عرضه نماییم به ناچار باید آنرا با یک پوشش



به نام بسته‌بندی استاندارد که دارای حداقل مشخصات باشد، استفاده کنیم زیرا رقبا با استفاده از ویژگی‌های کارکردی بسته‌بندی‌ها برای جلب رضایت مصرف‌کننده و مخاطبین خود تلاش و سرعت رو به رشدتری نسبت به ما دارند. پس به ناچار باید برای صادرات محصولات ایرانی به بسته‌بندی استاندارد بیشتر توجه نماییم.

اکنون باید دید که بسته‌بندی مناسب باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد تا بتواند زمینه رقابت موفق را فراهم کند؟ باید متذکر شد که امروزه بسته‌بندی فقط به منظور محافظت از کالا استفاده نمی‌شود، بلکه برای آن نقش‌های مختلف و مسئولیت‌های زیادی قائل هستند که می‌توان به مواردی چون ایجاد ارزش افزوده، ارائه اطلاعات به مشتری، جذب مشتری با داشتن جذابیت لازم، حفظ شخصیت و شأن مشتری، احترام به فرهنگ‌ها و ارزش‌های جوامع مختلف و استفاده از فرهنگی که برای مشتری لذت‌بخش باشد، تضمین بهداشت سلامت در قبال نوع ماده استفاده شده برای بسته‌بندی و غیره اشاره کرد. بدین منظور، تولیدکنندگان کشور باید به این موارد توجه کافی داشته باشند تا بتوانند محصولی را تولید و عرضه کنند که مورد قبول مشتریان قرار گیرد. البته هزینه بسته‌بندی آن قدر نباید بالا برود که بهای فروش محصول را نسبت به کالاها و محصولات مشابه افزایش داده و بدین ترتیب کالای ارائه شده را غیرقابل رقابت نماید.

۱-۵- بسته‌بندی و مصرف‌کنندگان

مطلب مهم این است که کالاهای تولیدی باید در راستای رعایت الزامات استانداردهای ویژه برای رضایت مصرف‌کننده حرکت کنند و تابع سلايق فردی و معیارهای عامه‌پسند نیستند. در جایی که حجم وسیعی از کالاهای مصرفی وجود دارند، رقابت بین تولیدات بسیار زیاد است و در چنین بازاری، کالایی مورد توجه خواهد بود که از کیفیت خوب و بسته‌بندی

زیبا و متناسب با نظرات خریداران، برخوردار باشد و اینجاست که صنعت بسته‌بندی، تأثیر خود را نشان می‌دهد و طبق نظر بسیاری از کارشناسان بازار و تجارت جهانی، این صنعت را می‌توان نتیجه موفقیت واحدهای تولیدی، عنوان کرد.

در این بخش از صنعت بسته‌بندی، علاوه بر فیزیک زیبایی محصول، به مواردی از قبیل: مقاومت بسته‌بندی، شکل و هندسه بسته‌بندی، مشخصات مواد داخل بسته‌بندی و غیره توجه خاصی می‌شود. پس باید قبول کرد که بسته‌بندی کالا و رضایت مصرف‌کننده، به عنوان دو قاعده اساسی جدانشدنی از هم، رونق و افزایش فروش کالاهای تولیدی را به همراه دارد.

۲-۵- بسته‌بندی و تولیدکنندگان

در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، تولیدات کارخانجات و واحدهای تولیدی با مشخصات ویژه‌ای ارائه می‌شوند که ضمن رعایت صداقت کاری، درخواست‌های خریدار را نیز به همراه دارد. در کشورهای پیشرفته جهان دیده می‌شود که در بسته‌بندی محصولی مانند: خمیردندان، ضمن زیبایی پوشش خمیردندان، گاهی اوقات در کنار محصول اصلی، یک خمیر دندان کوچک‌تر و یا یک نخ‌دندان به عنوان هدیه فروشنده به خریدار، قرار می‌دهند و نه تنها از کیفیت و کمیت جنس اصلی کم نمی‌کنند؛ بلکه در صدد دستیابی به راهی جهت جذب مشتریان بیشتر می‌باشند.

۳-۵- صنعت بسته‌بندی و وابستگی به خارج از

کشور

آنچه که مسلم است صنعت بسته‌بندی ما با تلاش در بخش خصوصی در حال رشد و گذر از مراحل سنتی می‌باشد. این فرآیند به ما کمک خواهد کرد تا بتوانیم کالای ایرانی را بیشتر و زودتر به بازارهای جهانی معرفی کنیم. در طی دو دهه گذشته و مقایسه توانمندی‌های بخش خصوصی در تکامل و حرکت رو به رشد صنعت بسته‌بندی کشور قابل ملموس می‌باشد؛ اما

آنچه که الان با توجه به تحریم‌ها مشاهده می‌کنیم برای استقلال کشور و به دور ماندن از تحریم‌های موجود، بایستی از ارزآوری تک محصولی به داخل کشور خارج شویم، لذا باید به توانمندی‌های داخلی و ذخایر ایرانی برای صادرات توجه نماییم و برای اینکه بتوانیم در بازار محصول حاصل از دانش و توانمندی خود را عرضه نماییم به ناچار باید آنها را با یک پوشش به نام بسته‌بندی استاندارد که دارای حداقل مشخصات باشد، استفاده کنیم زیرا رقبا با استفاده از ویژگی‌های کارکردی بسته‌بندی‌ها برای جلب رضایت مصرف‌کننده و مخاطبین خود تلاش و سرعت رو به رشدتری نسبت به ما دارند. پس به ناچار باید برای صادرات محصولات ایرانی به بسته‌بندی استاندارد بیشتر توجه نماییم.



از آنجایی که در کشور ما این حرکت‌ها به صورت سلیقه‌ای و منطقه‌ای در حال شکل‌گیری است، دارای زیر ساخت‌های مطالعه شده نمی‌باشد. حرفه بسته‌بندی در دنیا دارای یک ساختار می‌باشد که اجزای آن به همدیگر پیوسته می‌باشند. این ساختار تشکیل شده است از بخش‌هایی از قبیل: مواد اولیه، وسایل و تجهیزات، نیاز مخاطبین، مباحث اقتصادی و ظاهر بسته‌بندی و کارکردهایی از قبیل: حمل‌ونقل، جابه‌جایی، ذخیره‌سازی، توزیع، فروش، بازیافت، حفظ محیط زیست، کارکردهای طراحی و غیره، لذا هر کدام از بخش‌های نامبرده در بسته‌بندی هر کالا، نقش بسزایی در توسعه، رشد و روابط با رقبای خود ایجاد خواهد کرد و برای تسلط بر این ساختار و مدیریت کردن بر آن چاره‌ای جز مطالعه، آموزش، تحقیق و پژوهش نداریم و این خود معرف یکی از ضعف‌های بزرگ در کشور می‌باشد که در برخورد با این موضوع، فاقد رشته‌ای به نام صنعت بسته‌بندی و اجزای زیر مجموعه آن می‌باشیم و این خود بیانگر آنست تلاش‌هایی که در حال اقدام می‌باشد دارای یک مدیریت واحد و پیوسته نیست و نمی‌توان برای آن راهبردی در نظر گرفت و به این طریق، همیشه این وضع موجود تحت تنش و تغییرات می‌باشد و اگر ما نتوانیم این ساختار را که دارای اجزای بهم پیوسته می‌باشد خوب تعریف کنیم در مقام مقایسه با سایر کشورهای پیشرفته عقب خواهیم بود. آنچه که الان در دنیا به این موضوع توجه شده است، داشتن نگاه آموزش محور می‌باشد؛ بسته‌بندی یک حرفه یا رشته میان رشته‌ای می‌باشد پس نه تنها آن را نباید یک صنعت در نظر گرفت بلکه باید آن را به عنوان یک ابر صنعت معرفی نمود که با به کارگیری چند صنعت از رشته‌های مختلف می‌تواند به یک صنعت جدید برسد که ما امروزه آن را در دنیا به عنوان صنایع بسته‌بندی می‌شناسیم و این صنعت از ابتدای فرآیند تولید کالا تا زمان پایان آن که به دست مصرف‌کننده می‌رسد، تأثیرگذار بوده و طراحان خواسته و یا ناخواسته نقش آنرا باید در فرآیند تولید قبول کنند و به نوعی می‌توان گفت این صنعت یک حلقه مفقوده در تولید کالا محسوب می‌شود و از جمله دلایل اصلی توجه نکردن به این صنعت بزرگ، نگاه هزینه‌بر بودن آن می‌باشد، در صورتی که به این صنعت باید با نگاه سرمایه‌گذاری و بازگشت سرمایه‌ها توجه نمود.

۵-۴- ارتباط بسته‌بندی با کالا

سازمان‌های پژوهشی بسته‌بندی دنیا، بسته‌بندی را به عنوان حصار محصول تلقی می‌کنند. این حصار قادر است تا مطلوبیت‌های زیر را تأمین نماید:

ظرف می‌تواند از کالا محافظت و نگهداری کند، با خریدار ارتباط برقرار نماید، اطلاعات لازم را به مشتری منتقل کند، کالا را نمایش داده و سودمندی آن را نشان دهد. به عبارت دیگر، بسته یک فن و مجموعه‌ای هماهنگ از مواد، انرژی، ارزش و تفکر است که ساختاری محافظت‌کننده و نیز اطلاع‌رسانی برای کالا به وجود می‌آورد. اگر ساختار حفاظتی کالا، ضعیف باشد، کالا آسیب خواهد دید و احتمال دارد که نه تنها از نظر شکل ظاهری، بلکه از نظر ترکیبات، دچار تغییر و آسیب پذیری شود. اگر ساختار اطلاعاتی بسته‌بندی کالا، مناسب نباشد، نمی‌توان به جذب مشتریان، میزان فروش بالا و افزایش سهم در بازار اطمینان داشت. از این رو، پیش از اینکه بسته‌ای طراحی، ساخته و دارای طرح و نقش شود، انجام نوعی مطالعه و پژوهش در بازاریابی به نام تحقیقات و پژوهش بسته‌بندی ضروری است.

۶- نقش تحقیقات و پژوهش در بسته‌بندی

اگر ساختار حفاظتی کالا ضعیف باشد، کالا آسیب خواهد دید و احتمال دارد که نه تنها از نظر شکل ظاهری بلکه از لحاظ ترکیبات، دچار تغییر و آسیب پذیری شود. اگر اطلاع‌رسانی بسته‌بندی کالا مناسب نباشد، نمی‌توان به میزان فروش بالا و افزایش سهم در بازار اطمینان داشت. بدین منظور در تحقیقات بسته‌بندی، به پرسش‌های متعددی باید پاسخ داد از جمله:

- نوع محصول و شرایط مورد نیاز نگهداری آن چیست؟
- بسته‌بندی برای مصرف چه کسانی است؟ خانوار یا غیرخانوار؟ زن یا مرد؟ کودک، جوان، بزرگسال یا سالمندان؟
- مصرف‌کننده نهایی یا واسطه؟ اقشار کم درآمد یا پردرآمد؟
- نیازها، سلیقه‌ها و خواسته‌های به کارگیرنده بسته‌بندی چیست؟
- بسته‌بندی قرار است به کجاها حمل‌ونقل شود؟
- حجم یا مقدار مناسب محصول برای بسته‌بندی چقدر است؟
- اگر محصول سنگین است، آیا بسته‌بندی نیاز به نصب دسته، دستگیره، چرخ یا غیره دارد؟
- آب و هوای مسیر شبکه توزیع چگونه است؟
- استانداردهای کیفیت مورد نیاز در مواد اولیه بسته‌بندی در بازار هدف کدام است؟
- چه کاربردهای دیگری می‌توان برای بسته‌بندی از مصرف‌کننده متصور شد؟
- توان اقتصادی تولیدکننده در ساخت بسته‌بندی چقدر است؟



۱. رایبیز، استیفن؛ (۱۳۷۶). "تئوری‌های سازمان: ساختار، طراحی، کاربردها"، ترجمه سید مهدی الوانی و حسن داناایان فرد، انتشارات صفار، تهران.

۲. مسلمی زاده، اعظم؛ (۱۳۷۷). "نقش طراحی در بسته بندی به منظور بالا بردن رشد صادرات کشور"، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده هنر.

۳. خاکبیز، سوسن؛ (۱۳۸۵). "بسته بندی برای صادرات: اهمیت نقش نیازها، تبلیغات، طراحی، در صادرات محصولات"، مجله صنعت بسته بندی، شماره ۷۹.

۴. میرهاشمی، مریم؛ (۱۳۸۹). "آیا پایداری در بسته بندی اهمیت دارد؟"، مجله بسته بندی و چاپ شماره ۲۳.

۵. امام پور، مصطفی؛ (۱۳۹۳). "بسته بندی عامل توسعه و تجارت". فصلنامه علوم و فنون بسته بندی شماره ۳.

پاره‌ای از موارد بنا به ضرورت و اهمیت حفظ مشخصات کالا و پاسخگویی به مشتریان ویژه هزینه بسته بندی ممکن است ۶۰ الی ۶۵ درصد قیمت تمام شده محصول باشد.

۱۱- نتیجه گیری

حال با درک این مطلب که بسته بندی از ابزار مهم بازاریابی در ابعاد ملی و بین المللی است و نقش بسیار کلیدی در افزایش فروش، کاهش موجودی انبار و به حداکثر رساندن سود بنگاه های تولیدی دارد، بنگاه ها برای تقویت قدرت رقابت خود در بازارهای داخلی و خارجی باید به موضوع بسته بندی توجه ویژه ای مبذول داشته و از طراحی، گرافیک، رنگ ها و مواد بسته بندی مناسب برای افزایش سهم خود در بازارهای رقابتی بهره گیرند، زیرا برای نفوذ به بازارهای رقابتی و پر تقاضا، تمام عرضه کنندگان کالاهای مشابه به ویژگی های بسته بندی شکل توجه دارند و افرادی که در این امر دقت کافی نداشته باشند از بازار خارج خواهند شد. از آنجایی که صنعت بسته بندی از صنایع منحصر به فردی است که نه تنها با تمام محصولات و کالاهای تولیدی ارتباط تنگاتنگ دارد؛ بلکه در زمینه صادرات و رونق اقتصادی از عوامل مهم به شمار می آید. کالاهای صادراتی و عرضه کالاهای مصرفی در داخل کشور، زمانی می تواند با رقبای مشابه خود در بازارهای خارجی رقابت کنند که حداقل از نظر شکل ظاهری از آنان کمتر نباشند.

۱۲- معرفی منابع



میزگرد تخصصی در خصوص وضعیت بسته‌بندی کشور

فصلنامه دنیای تجارت و بسته‌بندی در نظر دارد برای بیان مشکلات و آرایه راهکارهای برون رفت از شرایط کنونی در صنعت بسته‌بندی مصاحبه‌هایی در میزگردهای فضای مجازی خود برگزار نماید. هدف از این میزگردها و ایجاد چالش‌ها، متمایز نمودن مشکلات تخصصی صنعت بسته‌بندی کشور می‌باشد. همچنین سعی شده است آرایه راهکارها و پاسخ‌های قانع‌کننده را از متخصصین، خبرگان و مدیران بخش‌های دولتی و خصوصی دریافت و به عموم منعکس نماید و بیان این نقطه نظرات صرفاً به منزله یک ایده و نقطه نظر شخصی می‌باشد و دفتر فصلنامه هیچ‌گونه دخل و تصرفی در این گفت و شنودها ندارد.

رشته در آینده ضروری می‌نماید و اعضای انجمن با برگزاری نشست‌ها و رویدادهای علمی می‌کوشند بستر مناسبی را فراهم آورند تا به تدریج به اهداف چشم‌انداز دست یابند.

بسته‌بندی با محصول همراه می‌شود تا با عبور از مراحل زنجیره‌ای تولید، مراحل محافظت و نگهداری، توزیع و حمل‌ونقل، ذخیره و انبارداری، بازاریابی و فروش، سالم و شکیل به دست مشتری برسد. بدین ترتیب، اهمیت بسته‌بندی در حفظ و افزایش بهره‌وری تولید در هر یک از این مراحل، به جایگاه انجمن در پرداختن به این مسائل اشاره دارد. به علاوه، بسته‌بندی یک تخصص بین‌رشته‌ای است و در این حوزه به تخصص‌های گوناگون نیاز است. انجمن شرایط را فراهم کرده تا تخصص‌های گوناگون در حوزه بسته‌بندی گرد هم آیند و دیدگاه‌ها، نظرها و پیشنهادهای خود را به اشتراک گذارند.

در نهایت با نگاهی به شرایط کنونی در ایران، می‌توان فهمید که اهمیت و ضرورت بسته‌بندی دوچندان شده است؛ با افزایش حوادث طبیعی همچون سیل و زلزله، فرستادن مواد غذایی و بهداشتی به مناطق آسیب‌دیده، از طریق بسته‌بندی این محصولات امکان‌پذیر است. همچنین، از شیوع بیماری‌های مسری در ایران و جهان، می‌توان چنین برداشت کرد که بسته‌بندی در سال‌های پیش‌رو رشد و گسترش فراوانی خواهد داشت. اعضای انجمن نیز همواره کوشیده‌اند، اطلاعات به‌روز و متناسب با شرایط روز در اختیار فعالان در این عرصه قرار دهند.

توجه کافی و شایسته به بسته‌بندی چه دستاوردهایی را به دنبال دارد؟

طراحی بسته‌بندی کارآمد، محافظت و نگهداری کالا، حمل‌ونقل آسان آن‌ها، انبارداری مقرون به صرفه محصولات و عرضه شایسته کالا در قفسه فروشگاه‌ها و در نهایت راهنمایی مشتریان را در پی خواهد داشت. با طراحی بسته‌بندی و محاسبه آن، هزینه تولید بسته‌بندی، هزینه



دکتر فرناز معصوم زاده

استادیار گروه ارتباط تصویری

دانشکده هنرهای تجسمی

دانشگاه هنر اصفهان

دلایل پرداختن انجمن به موضوع بسته‌بندی چیست؟

نخست اینکه، با ظهور صنایع در ایران از اواخر دوره قاجار و همچنین با رشد صنایع در دوره پهلوی، تقاضا در زمینه بسته‌بندی محصولات رو به افزایش گذاشت و این روند تا به امروز همچنان ادامه دارد. از این رو، برای تحلیل و پیشبرد شرایط، نیاز به یک گروه پژوهشی و آموزشی احساس می‌شد که انجمن بسته‌بندی با تشکیل یک گروه و عضوگیری برای پاسخ به این نیاز تشکیل شد. دوم اینکه، کم‌کم اهداف جدیدی به جز اهداف اولیه بسته‌بندی (نگهداری، حمل‌ونقل و فروش جزئی) به وجود آمد که از میان آن‌ها صادرات کالا، تسهیل فروش اینترنتی و تبلیغ و بازاریابی مزیت‌های رقابتی محصول از همه مهم‌تر است. بسته‌بندی برای رسیدن به چنین اهدافی، باید نقد و ارزیابی می‌شد و این مهم با انتشار مقالات، مصاحبه‌ها و ترجمه‌ها در مجله اختصاصی انجمن تا حدود قابل توجهی تحقق یافته است.

شایان توجه است که بسته‌بندی در برابر فراگیری رسانه‌های دیجیتال یکی از ماندگارترین رسانه‌های چاپی خواهد ماند و نظر به این ماندگاری، طراحی یک چشم‌انداز و بسترسازی مناسب برای رشد و گسترش این



این بسته‌بندی رضایت و نیازمندی مشتریان به ویژه در کاربرد محصول و آگاهی از آن تأمین شود. در طراحی صنعتی، طراحی ساختار بسته‌بندی در کانون توجه قرار می‌گیرد و انتخاب مواد مناسب و شیوه‌های تولید انبوه، مدیریت و برنامه‌ریزی می‌شود. از نظر مهندسی صنایع، بسته‌بندی فرآیند ماشینی آماده‌سازی، ذخیره‌سازی محصولات با رعایت استانداردهای بهداشتی و صنعتی و در بیشتر موارد بدون دخالت و تماس انسان‌هاست. در این رشته، مدیریت هزینه‌های تولید، توزیع و انبارداری تنظیم می‌شود. از نظر بازاریابی، بسته‌بندی ویرترین نهایی محصول است و باید از طریق آن ویژگی‌های انحصاری نشان تجاری و مزیت رقابتی محصول به نمایش درآید. از نظر مهندسی شیمی، بسته‌بندی انتخاب مواد متناسب با جنس محصول و همچنین قابلیت تجدیدپذیری آن است. از نظر طراحی گرافیک، طراحی بسته‌بندی، طراحی راهبردی مناسب برای خلق طرح کارآمد و متناسب با اهداف نشان تجاری است که باید در قالب عناصر تصویری و عناصر نوشتاری طراحی شود.

حمل‌ونقل کالا و توزیع کالای بسته‌بندی شده، هزینه‌های انبارداری، همچنین هزینه عرضه آن در فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌ها، و در نهایت قیمت نهایی کالا برای مصرف‌کننده کاهش می‌یابد.

با طراحی هدفمند بسته‌بندی، مشتریان راهنمایی و ترغیب می‌شوند که کالاها و محصولات را متناسب با نیازها و احتیاجات‌شان انتخاب کنند. با طراحی بسته‌بندی دوستدار محیط‌زیست، برنامه‌های توسعه کشور و اهداف توسعه پایدار تحقق می‌یابد. طراحی بسته‌بندی مؤثر، موفقیت تولیدکننده را ضمانت می‌کند.

تعریف شما از بسته‌بندی چیست؟

از نظر دانشی و مهارتی، بسته‌بندی تخصصی بین‌رشته‌ای است که در حوزه رشته‌های طراحی گرافیک، طراحی صنعتی، مهندسی صنایع، بازاریابی، مهندسی شیمی و ... مطرح است. از نظر طراحی صنعتی، بسته‌بندی پوششی است برای محصول تا افزون بر محافظت و نگهداری آن در برابر آسیب‌های محیطی، ضربه و ... در توزیع و انبارداری، از طریق



مصطفی امام پور رئیس انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران

دلایل پرداختن انجمن به موضوع بسته‌بندی چیست؟

از آنجایی که بسته‌بندی در اکثر فعالیت‌های تجاری به‌خصوص خرید، توزیع، حمل‌ونقل، ذخیره‌سازی، بازیافت و فروش نقش زیادی ایفا کرده و عامل بسیار مؤثری در اصلاح روش‌ها، کاهش هزینه‌ها و رضایت مصرف‌کنندگان می‌باشد، لذا در این انجمن، کلیه ابعاد بسته‌بندی مورد بررسی قرار می‌گیرند و به‌طور جدی به موضوع بسته‌بندی پرداخته می‌شود.

توجه کافی و شایسته به بسته‌بندی چه دستاوردهایی را به دنبال دارد؟

- ۱- ایجاد انگیزه در مصرف‌کننده جهت خرید محصول
- ۲- کاهش صدمات ناشی از عوامل مکانیکی، شیمیایی و میکروبیولوژی
- ۳- کاهش هزینه حمل‌ونقل
- ۴- ایجاد اشتغال
- ۵- رضایت مصرف‌کننده
- ۶- افزایش زمان حفظ و نگهداری کالای فاسد شدنی

۷- کاهش ضایعات مواد غذایی در محیط زیست

۸- تبدیل زباله‌ها به مواد قابل مصرف

۹- توسعه صادرات و افزایش درآمدهای ارزی

تعریف شما از بسته‌بندی چیست؟

بسته‌بندی فرایندها و دستورالعمل‌های لازم برای محافظت مواد از تخریب، آسیب و یا هر دوی آن‌ها است که شامل فرایندها و دستورالعمل‌هایی همانند: تمیزکاری، خشک کردن، محافظت کردن، بستن، نشانه‌گذاری و واحدسازی بار می‌باشد.

بسته‌بندی عاملی است که مقدار مشخصی از یک کالا را در زمان معلوم و در چارچوب ویژگی‌های خاصی در خود نگه می‌دارد و می‌تواند ضمن معرفی نام، خواص، مشخصات فنی و شیمیایی، ذکر تاریخ مصرف، قیمت، روش مصرف، نگهداری صحیح و محافظت آن کالا را تا زمان مصرف بر عهده گیرد.

ضرورت و اهمیت بسته‌بندی در چیست؟

بسته‌بندی یکی از ابزارهای مهم در بازاریابی یک محصول، عامل



مهندس رسول طهماسبی مدیرعامل شرکت تعاونی انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق

تعریف شما از بسته بندی چیست؟

بسته بندی شناساندن و نگهداری محصول را از تولید تا مصرف بر عهده دارد. در واقع بسته بندی به سیستم هماهنگی اطلاق می شود که هدف از آن آماده سازی کالا جهت حمل و نقل، توزیع، انبارش، فروش و مصرف باشد. بسته بندی یک عملیات تجاری پیچیده، پویا، علمی و هنری می باشد که در بنیادی ترین شکل خود، کارکردهای محافظت، نگهداری، حمل و نقل، اطلاع رسانی و فروش را شامل می شود.

ضرورت و اهمیت بسته بندی در چیست؟

متأسفانه هنوز هم هستند تولیدکنندگانی که بر این عقیده می باشند که خود محصول از بسته بندی آن مهم تر است در حالی که بسته بندی می تواند نقش بسزایی در موفقیت یا شکست فروش یک محصول ایفا نماید. بسته بندی محصول فقط در دوران حمل و نقل از تولیدکننده به مصرف کننده از محصول محافظت نمی کند بلکه حتی در قفسه های مغازه ها نیز از صدمات احتمالی جلوگیری می نماید. در اینجا به موارد اهمیت بسته بندی به طور خلاصه اشاره می شود.

بسته بندی ایجاد تقاضا می کند: بدان معنا که بسته بندی با ایجاد نیاز نقش بسیار مهمی را در جذب مشتری ایفا می کند.

حفاظت از محصول: بسته بندی به حفاظت محصول در برابر گرما، رطوبت، نور، تبخیر و گرد و خاک، خرابی، نشتی و فاسد شدن کمک می کند.

حمل و نقل: بسته بندی حمل و نقل یک محصول از نقطه ای به نقطه دیگر را تسهیل می کند.

مؤثری در رشد فروش کالا شناخته شده است و شرکتها و دولتها برای افزایش توان رقابتی خود در بازارهای داخلی و خارجی از آن بهره می برند. صنعت بسته بندی در هر کشور، نماینده رشد ساختار بازار، توان صادرات، عرضه صحیح محصول و خدمات است؛ زیرا بسته بندی به طور کلی با مصرف، تولید، فناوری و بازار ارتباط تنگاتنگ دارد. با توجه به رشد صنایع، افزایش محصولات صنعتی، انبوه شدن تولیدات کشاورزی، ضرورت نقل و انتقال، محافظت کالا و سایر موارد مرتبط در بازارهای محلی و داخلی که با پیشرفت علم به دست می آید، داشتن بسته بندی مناسب و مطمئن، اهمیت و ضرورت خاصی پیدا می کند. از این رو، صاحبان کالا و خدمات می خواهند سلامت گردش کار و کسب رضایت مصرف کننده و درآمد خود را با استفاده از بسته بندی تضمین کنند.

امروزه می توان به ضرورت های مهم کاربرد بسته بندی به شرح ذیل اشاره کرد:

- ۱- افزایش فاصله میان مبدأ (مکان تولید یا تهیه کالا) تا مقصد که بالطبع توأم با افزایش فاصله زمانی بین تولید تا مصرف کالا بوده و مستلزم حفاظت از آن به منظور تبادل در مسیر و زمانی طولانی می باشد.
- ۲- آداب و رسوم یا فرهنگ مناطق مختلف و نیز شرایط آب و هوایی آن ها همراه با عوامل متعدّد و متنوعی سبب می شود تا به منظور کسب موفقیت در به فروش رساندن کالا در بازارهای انباشته از محصولات رقبا یا به عبارت دیگر، پیروزی در میدان رقابت، پای مطالعات روان شناسی و جامعه شناسی نیز به عرصه صنعت و تجارت باز شده تا با شناخت کافی از نیازهای مادی و روانی مصرف کنندگان جوامع مختلف، زمینه لازم را برای دستیابی به آن نوع بسته بندی که تأمین کننده مجموعه نیازهای چند جانبه بسته بندی می باشد، را فراهم کند. به بدین ترتیب صنعت و هنر با یکدیگر تلفیق می یابد.

۳- بسته بندی وسیله ای است که بتواند پاسخگوی نیازهای متعدّد و متنوعی نظیر: استحکام، صرفه اقتصادی و حفاظت از محتوا تحت شرایط مورد نظر بوده و نیز زیبایی را فراهم نماید و قطعاً چنین کاری یعنی ارائه بسته بندی ای که بتواند علاوه بر تحمل مجموعه فشارها، تنش ها، ضربه ها، شرایط آب و هوایی مختلف در مسیر طولانی و مدّتی مدید از کمیّت و کیفیت محتوای خود (کالا) محافظت نموده و در عین حال با سلیقه و نیازهای خاص مصرف کننده جوامع گوناگون سازگاری و مطابقت داشته باشد، مستلزم کار، تلاش و سرمایه گذاری جمعی است که مجموعاً صنایع بسته بندی را تشکیل می دهد.





می‌باشد. به همین دلیل است که شرکت‌ها و برندهای مطرح صنایع غذایی در دنیا، سرمایه‌گذاری زیادی در این حوزه انجام داده و تنوع زیادی در بسته‌بندی محصولات بر اساس سلیقه مشتریان مختلف ایجاد نموده‌اند. به عنوان مثال، این موضوع در بسته‌بندی شکلات، نوشیدنی‌ها، زعفران و محصولات با قیمت بالاتر به خوبی محسوس است. جالب اینجاست که همراه با پیشرفت فناوری و در عصر دیجیتال، بسته‌بندی مواد غذایی نیز دستخوش تغییراتی شگرف شده است. به نحوی که امروزه شرکت‌های مطرح به دنبال تجاری‌سازی بسته‌بندی فعال و بسته‌بندی هوشمند مواد غذایی هستند یعنی یک بسته‌بندی دینامیک و پاسخگو! به بیان ساده، اگر محتویات بسته دچار فساد شد، این نوع بسته‌بندی با ارسال یک سیگنال (مثلاً تغییر رنگ در ظاهر آن) به مشتری اخطار می‌دهد. حتی امکان دریافت اطلاعات بسیار زیادی از طریق اپلیکیشن نصب شده بر روی موبایل را از روی بسته و برای مشتری فراهم می‌نماید.

دکتر سید مهدی جعفری

استاد گروه مهندسی مواد و طراحی صنایع غذایی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان



ضرورت و اهمیت بسته‌بندی در چیست؟

ضرورت و اهمیت بسته‌بندی به ویژه در مورد محصولات غذایی آنچنان زیاد است که در حقیقت معیار اصلی و مهم انتخاب محصول توسط مشتری، نوع و ظاهر بسته‌بندی می‌باشد. به طوری که، این خود بسته‌بندی است که باعث فروش محصول می‌شود و در درجه بعد، محتویات بسته. به عبارت ساده‌تر، همانطور که در اغلب موارد ما از ظاهر افراد آن‌ها را قضاوت نموده و معیار شخصیت فرد در نظر می‌گیریم، کارکرد بسته‌بندی در محصولات غذایی نیز همانند، لباس و ظاهر افراد

رضا نورایی

صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر ماهنامه علمی- تخصصی صنعت بسته‌بندی



۳- تعریف شما از بسته‌بندی چیست؟

- حفظ و نگهداری مظروف از آسیب‌های فیزیکی
- افزایش ماندگاری محصول و حفظ کیفیت آن
- کمک به مصرف صحیح مظروف
- ارائه و افزایش آگاهی نسبت به همه دانستنی‌های مربوط به مظروف
- کمک به استقرار و بهبود نظام توزیع و مصرف کالاها

۴- چگونه می‌توان هزینه‌های بسته‌بندی را کاهش داد؟

کاهش هزینه بسته‌بندی مهم نیست. هزینه بسته‌بندی باید به اندازه باشد. در واقع از آن جایی که بسته‌بندی امری نسبی است و ملاک آن ویژگی‌های مظروف و محیط توزیع و مصرف آن می‌باشد ممکن است کمترین یا بیشترین هزینه را داشته باشد. مهم این است که نسبت به آن چه باید باشد کمتر یا بیشتر نباشد. انتخاب و استفاده صحیح مواد بسته‌بندی نقش مهمی در قیمت تمام شده کالا دارد. همچنین به‌کارگیری فرآیندی که هم ضامن کیفیت مناسب باشد هم با استفاده از بهترین فناوری هزینه‌های عملیات تولید را کاهش دهد.

۱- توجه کافی و شایسته به بسته‌بندی چه دستاوردهایی را به دنبال دارد؟

- مدیریت صحیح منابع و جلوگیری از هدررفت آن‌ها
- کنترل و یکسان‌سازی قیمت کالاها
- قانونمند شدن و استانداردپذیر شدن کالاها
- بهبود شبکه توزیع و قابلیت سازماندهی آن
- اطلاع‌رسانی صحیح درباره محصولات کل شبکه توزیع تا مصرف‌کننده نهایی

۲- انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران تا کنون چه فعالیتهای مهمی در زمینه بسته‌بندی انجام داده است؟

- شناسایی و گردآوری تعدادی از علاقمندان و کارشناسان بسته‌بندی
- معرفی صنعت بسته‌بندی به تعدادی از مراکز مرتبط با آن مانند بعضی نهادهای ذی‌نفع
- ایجاد فضای علمی برای انجام پژوهش و آموزش در زمینه بسته‌بندی



نقش و اهمیت بسته‌بندی در جهان امروز بر کسی پوشیده نیست، بسته‌بندی به عنوان پوشش کالا نقش واسطه‌ای بین فناوری و مصرف‌کننده را دارد که علاوه بر جنبه نگهداری کالا، با ویژگی ارتباطی - تبلیغی خود در فروش کالای تولیدی بسیار تأثیرگذار است. در حال حاضر، هزینه بسته‌بندی جهانی برای ۱۳۵۰ میلیون تن محصولات غذایی بالغ بر ۷۴۵ میلیون دلار است و تحقیقات نشان داده است که یک دلار سرمایه‌گذاری در صنعت بسته‌بندی تا ۳ دلار سود را می‌تواند در پی داشته باشد و همین عامل دلیل قانع‌کننده‌ای برای حضور سرمایه‌گذاری دولت‌ها در این زمینه است و یکی از فعالیت‌های دولت‌ها، استفاده از مراکز دانشگاهی برای ترویج این صنعت و آموزش آن در دانشگاه‌ها می‌باشد، لذا در این فصلنامه قصد داریم در هر شماره مراکز تحقیقاتی و مطالعاتی در صنعت بسته‌بندی دنیا را برای مخاطبین خود به شرح زیر معرفی نماییم:

معرفی مراکز تحقیقاتی و مطالعاتی

و کار، با بیشترین میزان سرمایه‌گذاری ثابت می‌کند. با داشتن فارغ‌التحصیلانی که کارفرمایان به شدت علاقمند به آن‌ها هستند. پلی‌تکنیک کالیفرنیا به عنوان یکی از بهترین مکان‌ها برای سوق دادن دانشجویان به سمت شغل‌های دانش بنیان توسط افراد خبره شناخته شده است. دانشگاه کالیفرنیا معمولاً دو پیشنهاد متمایز در صنعت بسته‌بندی دارد. کارشناسی در فناوری صنعتی و بسته‌بندی به عنوان یک برنامه میان رشته‌ای که با خودش علوم مهندسی شامل، طراحی، مدیریت، زنجیره تأمین و کارآفرینی را به همراه دارد. MS درزنجیره ارزش بسته‌بندی یک مدرک عالی و کاملاً آنلاین است که دوره‌های بین رشته‌ای را برای آماده‌سازی فارغ‌التحصیلان برای نقش‌های مدیریتی و رهبری، از جمله طراحی، امور مالی

دانشگاه ایالتی پلی‌تکنیک کالیفرنیا
دانشگاه پلی‌تکنیک ایالتی کالیفرنیا، پومونا یک دانشگاه پلی‌تکنیک عمومی در پومونا است (این یکی از دو دانشگاه پلی‌تکنیک در سیستم دانشگاه ایالتی کالیفرنیا است). پلی‌تکنیک کالیفرنیا، دروس مهندسی و تحقیقات علمی و یادگیری را به بهترین شکل و به عنوان مؤثرترین مؤسسه در جهان شکل می‌دهد. دانشگاه پلی‌تکنیک کالیفرنیا، یک مدل بین‌المللی شناسایی شده در فناوری و مهندسی علوم کاربردی است و از پیشگامان در بین مؤسسات مختلف در این زمینه است. این دانشگاه، در بین دانشگاه‌های عمومی کالیفرنیا (در کنار UC Berkeley) ارزش خود را با برنامه‌های سطح بالا به رهبری اعضای هیأت علمی بسیار برجسته، از مهندسی رایانه تا کسب



اعضای اجرایی:

ترکیه / انستیتو تولیدکنندگان بسته‌بندی ترکیه (ASD)
بنگلادش / انستیتو صادرکنندگان، تولیدکنندگان بسته‌بندی
و ملزومات پوشاک (BGAPMEA)

چین / انستیتو ملی تحقیقات بسته‌بندی محصولات
صادراتی (CEPI)

هند / انستیتو بسته‌بندی هند (IIP)

اندونزی / انستیتو بسته‌بندی اندونزی (IPF)

ژاپن / انستیتو بسته‌بندی ژاپن (JPI)

کره / انستیتو بسته‌بندی کره و انستیتو فن‌آوری صنعتی
کره (KOPACK)

مالزی / انستیتو بسته‌بندی مالزی (PACMA)

قزاقستان / انستیتو بسته‌بندی قزاقستان

فیلیپین / انستیتو بسته‌بندی فیلیپین

سنگاپور / انستیتو بسته‌بندی گروه صنعتی سنگاپور

سری‌لانکا / انستیتو بسته‌بندی سری‌لانکا

تایلند / انستیتو توسعه صنعتی، از توسعه صنایع
منطقه‌ای یا بخشی Department of Industrial
Promotion (DIP)

ویتنام / انستیتو بسته‌بندی ویتنام

جمهوری اسلامی ایران / انستیتو بسته‌بندی ایران (IRIP)

اعضای معمولی / سازمان‌های غیرانتفاعی:

۱- کره / اتحادیه بسته‌بندی کره

۲- روسیه / اتحادیه سوجوزوپک

۳- دبی / بازرگانی زوبیر و فاروک

۴- تایلند / اتحادیه بسته‌بندی تایلند، مرکز بسته‌بندی تایلند،

گروه فن‌آوری مواد و بسته‌بندی دانشگاه کاستسارت تایلند

و تجزیه و تحلیل، گردهم می‌آورد. هر دو برنامه، مدل-هایی
برای این زمینه هستند که بازار کار بسیار بالایی دارند و در
نهایت نام دانشگاه کالیفرنیا خودش تضمینی برای ورود به بازار
کار فارغ‌التحصیلان است.

California Polytechnic State University

Industrial Technology and Packaging

Orfalea College of Business

Office ۰۳, Grand Ave., Building ۱

۹۳۴۰۷ San Luis Obispo, CA

۲۶۷۶۹-۷۵۶-۸۰۵



THE ASIAN PACKAGING FEDERATION

درباره اتحادیه بسته‌بندی آسیا

Asian Packaging Federation (APF)

سال تاسیس: ۱۹۶۷

محل تاسیس: توکیو / ژاپن

سازمانی غیرانتفاعی که منافع بسته‌بندی همه تجارت‌ها و
صنایع در منطقه اقیانوس آرام آسیایی و فراتر از آن را زیر
یک چتر به نام همکاری متحد می‌سازد. این سازمان در
راستای ایجاد و تقویت همکاری میان تمام نهادهای مربوط
به بسته‌بندی است، که شامل حوزه‌های آموزش و پرورش،
توسعه بسته‌بندی، جنبه‌های زیست محیطی و قانون و مقررات
می‌باشد. دبیرخانه APF در مابین اعضای آنجا به جا می‌شود.

تعداد کشورهای عضو: ۱۵ کشور



۵- ۲۷ عضو معمولی (شرکت‌ها و سازمان‌های انتفاعی):

فعالیت‌ها:

- برگزاری مسابقه Asiastar در زمینه بسته‌بندی؛
- تأکید بر اهمیت بسته‌بندی؛
- حمایت و توسعه آموزش با کیفیت بالا در زمینه بسته‌بندی و برگزاری دوره‌های آموزشی؛
- تحویل گزارش‌های سالانه از کشورهای عضو در خصوص پیشرفت‌ها و دستاوردها در زمینه بسته‌بندی و در دسترس قرار دادن آن‌ها در سایت سازمان؛
- درج مقالات علمی مرتبط؛
- معرفی مقالات و کتاب‌های جدید و مفید در زمینه بسته‌بندی؛
- حمایت از کشورهای آسیایی جهت راه‌اندازی انجمن در زمینه بسته‌بندی؛
- کمک به کشورهای عضو جهت پیاده‌سازی استانداردهای مرتبط در زمینه بسته‌بندی.

درباره Asian Packaging Federation (APF)

سازمانی غیر انتفاعی که منافع بسته‌بندی همه تجارت‌ها و صنایع در منطقه اقیانوس آرام آسیایی و فراتر از آن را زیر یک چتر به نام همکاری متحد می‌سازد.

هدف:

این سازمان در راستای ایجاد و تقویت همکاری میان تمام نهادهای مربوط به بسته‌بندی است، که شامل حوزه‌های آموزش و پرورش، توسعه بسته‌بندی، جنبه‌های زیست محیطی و قانون و مقررات می‌باشد. دبیر خانه APF در مابین اعضای آن جابه‌جا می‌شود.

تعداد کشورهای عضو: ۱۳ کشور

اعضای اجرایی:

۱. ترکیه / اتحادیه تولید کنندگان بسته‌بندی ترکیه (ASD)
۲. بنگلادش / انجمن صادر کنندگان، تولید کنندگان بسته‌بندی، و ملزومات پوشاک (BGAPMEA)
۳. چین / انستیتو ملی تحقیقات بسته‌بندی محصولات صادراتی (CEPI)
۴. هند / انستیتو بسته‌بندی هند (IIP)
۵. اندونزی / اتحادیه بسته‌بندی اندونزی (IPF)
۶. ژاپن / انستیتو بسته‌بندی ژاپن (JPI)
۷. کره / مرکز بسته‌بندی کره و انستیتو فن آوری صنعتی کره (KOPACK)
۸. مالزی / انجمن بسته‌بندی مالزی (PACMA)

۹. فیلیپین / انستیتو بسته‌بندی فیلیپین

۱۰. سنگاپور / انجمن بسته‌بندی گروه صنعتی سنگاپور

۱۱. سری لانکا / انستیتو بسته‌بندی سری لانکا

۱۲. تایلند / گروه توسعه صنعتی، از توسعه صنایع منطقه

ای یا بخشی (Department of Industrial Promotion DIP):

۱۳. ویتنام / اتحادیه بسته‌بندی ویتنام

۱۴. ایران / انستیتو بسته‌بندی ایران (IRIP)

اعضای معمولی / سازمان‌های غیر انتفاعی:

- ۱ - کره / اتحادیه بسته‌بندی کره
- ۲ - روسیه / اتحادیه سوجوپوک
- ۳ - دبی / بازرگانی زوبیر و فاروک
- ۴ - تایلند / اتحادیه بسته‌بندی تایلند، مرکز بسته‌بندی تایلند، گروه فن آوری مواد و بسته‌بندی دانشگاه کاستسارت تایلند

۲۷ عضو معمولی (شرکت‌ها و سازمان‌های انتفاعی)

همایش سالانه APF در کشورهای مختلف عضو APF هر سال برگزار می‌شود. به راحتی به موازات ملاقات‌های برنامه‌ریزی شده سالانه و نمایشگاه بسته‌بندی، در همایش متخصصین بسته‌بندی و سخنرانان بین‌المللی شناخته شده از آسیا و فراتر از آن را جذب می‌کنند. همایش فرصتی عالی جهت بحث‌های رسمی و شبکه‌سازی آرایه می‌دهد. همچنین فرصتی است برای کشورها که دستاوردهای خود در زمینه بسته‌بندی را به اشتراک بگذارند و با یکدیگر تبادل فن آوری انجام دهند.

انواع عضویت:

• عضویت عادی (Ordinary Membership):

فقط به یک سازمان یا انستیتو بسته‌بندی به رسمیت شناخته شده از هر کشور اعطا می‌شود.

• عضویت وابسته (Affiliate Membership):

به همه سازمان‌های صنعتی یا حرفه‌ای، ملی و بین‌المللی دیگر، که تا حد زیادی درگیر و یا علاقمند به کار بسته‌بندی و مشکلات مرتبط به آن هستند، اعطا می‌شود. (اعضای عادی و وابسته از کشورهای عضو APF هستند)

• عضویت پیوسته (Associate Membership): به مرکز بسته‌بندی به رسمیت شناخته شده، انستیتو و یا سازمان به نمایندگی از یک کشور غیر آسیایی که با رعایت قوانین APF موافق است داده می‌شود.

• عضویت همکار (Corporate Membership):



• بهره‌گیری از پایگاه داده‌های سازمان و استفاده از نشریات، اطلاعات و آمار

• ایجاد بستر همکاری‌های چندجانبه میان اتحادیه‌ها و همچنین شرکت‌های عضو اتحادیه‌ها

• امکان ایجاد همکاری‌های مشترک میان محافل علمی و صنعتی

روند عضویت :

روند در این سازمانها تا حد امکان ساده شده و از طریق اینترنت وحتى تنها با ارسال یک پست الکترونیکی به مسئول مربوطه شرایط برای احراز عضویت را بررسی کرده و به درخواست‌کننده برای تکمیل ادامه فرایند عضوگیری باز خورد می‌دهد.

در سازمان بسته بندی جهانی ۴ نوع عضویت وجود دارد :

- عضویت کامل که در این عضویت شما حق رأی دارید
- عضویت کامل بدون حق رأی
- عضویت وابسته بدون حق رأی
- عضویت افتخاری

برای عضویت به سه فرم اول، لازم است، انستیتو و یا شبکه و یا مرکز آموزشی و یا دانشگاهی متخصص و متمرکز در حوزه صنعت بسته‌بندی مستندات مربوط به حوزه فعالیت را به همراه خلاصه‌ای از وضعیت آن مرکز مربوطه به انضمام خلاصه‌ای از وضعیت بسته‌بندی کشور را به همراه درخواست عضویت به بخش عضویت در سایت ارسال نماید و طی دعوتنامه‌های از اعضای هیئت مدیره سازمان برای حضور در رویدادی مرتبط به عنوان مثال جلسه، همایش، جشنواره، سمیناری که به صورت تخصصی در حوزه بسته‌بندی برگزار می‌شود برای ایشان ارسال نماید.

به دنبال حضور یک یا چند تن از اعضای هیئت مدیره در کشور و بیان درخواست به صورت حضوری طبق قوانین سازمان بسته‌بندی جهانی بقیه مراحل کار اجرایی خواهد شد. در خصوص عضویت نوع چهارم، هر فرد متخصص و مجرب در حوزه صنعت بسته‌بندی با ارسال رزومه خود و ارسال ایمیل و برقراری ارتباط می‌توان گام‌های عضویت افتخاری را انجام دهد.

برای اطلاعات بیشتر به آدرس سایت زیر مراجعه شود:

www.asianpackaging.org

به شرکت خصوصی آسیایی و یا غیر آسیایی که به رسمیت شناخته شده است داده می‌شود.

- عضویت انفرادی (Individual Membership):
به افراد متخصص در زمینه بسته بندی اعطا می‌شود.
- عضویت افتخاری (Membership Honorary):
به فردی که خدمات ارزنده ای برای سازمان APF انجام داده، و توسط هیئت مدیره تایید شده و توسط مجمع عمومی پذیرفته شده است، اعطا می‌شود.

فعالیت‌ها :

- برگزاری مسابقه Asiastar در زمینه بسته بندی
- تأکید بر اهمیت بسته بندی
- رویدادهای سالانه
- حمایت و توسعه آموزش با کیفیت بالا در زمینه بسته بندی و برگزاری دوره های آموزشی
- تحویل گزارش‌های سالانه از کشورهای عضو در خصوص پیشرفت‌ها و دستاوردها در زمینه بسته‌بندی و در دسترس قرار دادن آن‌ها در سایت سازمان
- درج مقالات علمی مرتبط
- معرفی مقالات و کتاب‌های جدید و مفید در زمینه بسته‌بندی
- حمایت از کشورهای آسیایی جهت راه اندازی انجمن در زمینه بسته‌بندی
- کمک به کشورهای عضو جهت پیاده سازی استانداردهای مرتبط در زمینه بسته‌بندی

مزایا :

- دریافت نسخه های نشریه اطلاعاتی Asian Packaging
- تخفیف در شرکت برای مسابقه Asiastar
- استفاده از لوگوی APF
- تخفیف ۲۰ درصدی برای تبلیغات در نشریه اطلاعاتی APF

مزایای عضویت :

- به طور اجمالی می‌توان برخی از مزایای عضویت در راستای توسعه و پیشرفت صنعت بسته بندی کشور را بدین صورت بر شمرد:
- ارتباط با تمامی اتحادیه‌های بسته‌بندی سایر کشورها و آگاهی از روند توسعه صنعت بسته‌بندی در آن کشورها
- حضور در مجامع، کارگاه‌ها و کنفرانس‌ها و مسابقات مرتبط با بسته بندی و صنایع مرتبط



مجموعه کتاب‌های تخصصی

صنعت بسته‌بندی

قوانین بسته بندی
قوانین انتخاب بسته های پلاستیکی
طراحی بسته با ضربه گیر
شناخت بسته بندی
مبانی طراحی در بسته بندی
اکولوژی و بسته بندی / بسته بندی و لمینت
روکش ها و لامینه ها در بسته بندی
معرفی استانداردهای جهانی بسته بندی
الزامات استاندارد بسته بندی
استاندارد بسته بندی مواد و اقلام خطرناک
بسته بندی شیشه ای / بسته بندی پلاستیکی
بسته بندی چوبی / بسته بندی کاغذی و مقوایی
بسته بندی فلزی / چاپ و بسته بندی
ساختار فیلم های انعطاف پذیر بسته بندی
سیل کردن / راهنمای تسمه کشی
بسته بندی کارتی / شرینگ
لایه های زیستی در محیط فرآوری مواد غذایی
فناوری های نوین بسته بندی مواد غذایی
آشنایی با نقش و فنون بسته بندی در زنجیره تامین کالا

قابل توجه

کارآفرینان

تولیدکنندگان

صاکنندگان کالاهای ایرانی

محققین و دانش پژوهان

ارتباط با ما :

نشانی : میدان صنعت (شهرک غرب) - خیابان
هرمزان - خیابان پیروزان جنوبی
نبش کوچه پنجم - ساختمان اسری
انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
تلفن : ۸۸۳۶۹۷۵۰



موسسه تولیدی دنیای جعبه

تاسیس ۱۳۸۸

Donyaye Jaabeh Producing Group

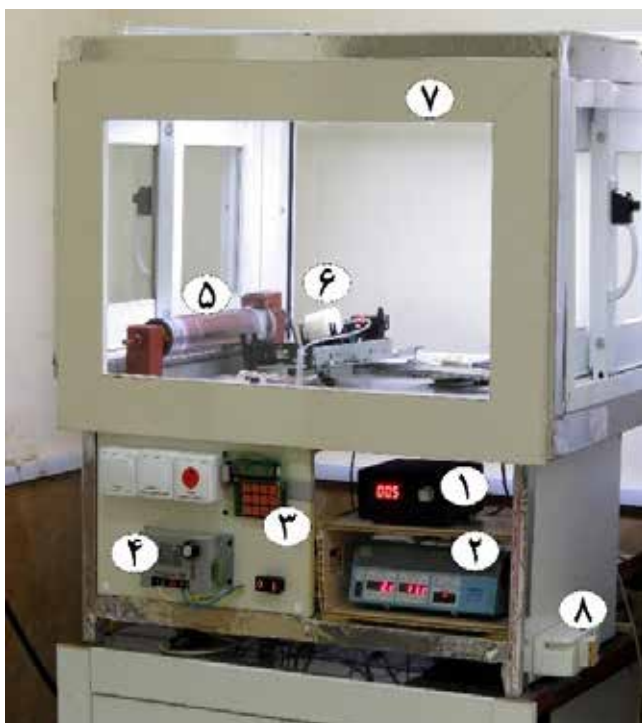
تولید انواع هارد باکس و جعبه‌های فانتزی، اداری



بازار بزرگ تهران، بازار بین الحرمین، پاساژ مهتاش، پلاک ۶ و ۷ شرقی فروشگاه دنیای جعبه

تلفن: ۵۵۵۷۱۲۷۶ | تلفکس: ۵۵۶۲۲۱۰۴ | همراه: ۰۹۱۲۸۵۸۵۰۸۸

instagram: jaabeh.com1388 | website: www.jaabeh.com



شکل ۱- اجزای دستگاه الکترورسی ۱- منبع تغذیه ولتاژ بالا، ۲- پمپ سرنگی، ۳- موتور محرک خطی، ۴- موتور درام، ۵- غلتک جمع کننده، ۶- محرک خطی، ۷- شاسی دستگاه و ۸- فیوز

بود که نتایج آن‌ها نشان داد که نانوالیاف پلی‌وینیل الکل و صمغ آژی‌وش حاوی ۵۰۰ و ۱۰۰۰ میلی‌گرم بر لیتر کاتچین می‌تواند در بسته‌بندی فعال مواد غذایی استفاده شود [۱]. منبع مورد استفاده:

Hoseyni, S. Z., Jafari, S. M., Shahiri [۱] Tabarestani, H., Ghorbani, M., Assadpour, Production” .E. and Sabaghi, M and characterization of catechin-loaded electrospun nanofibers from Azivash gum- polyvinyl alcohol”. Carbohydrate .235:115979.Polymers

ایران، ستاد ملی نانو و سازمان‌های مرتبط قرار گرفته تا مجوزها و استانداردهای لازم برای محصول تولیدی کسب شود. در این راستا، به دلیل پیشبرد هر یک از برنامه‌های کوتاه مدّت و همچنین پل ارتباطی با بخش‌های صنعتی و کارخانجات، گروه تحقیقاتی تمامی سعی و تلاش خود را برای پیدا نمودن حامی صنعتی و سازمانی (در قالب طرح مشترک) برای هر یک از پروپوزال‌ها می‌کند. تمامی نتایج طرح‌های انجام شده، می‌تواند در اختیار شرکت‌ها و کارخانه‌های تولیدکننده مواد بسته‌بندی برای محصولات غذایی و دارویی، کارخانه‌های تولید مواد غذایی کشور، دانشگاه‌ها، مراکز علمی و شرکت‌های دانش بنیان و ... قرار گیرد.

با در نظر گرفتن پتانسیل بالقوه محصولات تولیدی و امکان تجاری شدن آن‌ها در سال‌های نه چندان دور، ارزش افزوده بسیار بالای آن‌ها، صادرات، ارزآوری و ... گروه تحقیقاتی ما، هم راستا با برنامه‌های اجرایی و عملیاتی خود، بخشی از تمرکز خود را بر شناسایی بازار فروش، سرمایه‌گذاران، مشتریان، حجم فروش، قیمت‌گذاری، برندسازی و ... گذاشته است. برای نمونه برنامه عملیاتی کوتاه مدتی که تاکنون با موفقیت به اتمام رسیده است، پژوهش حسینی و همکاران (۲۰۲۰)





تأثیر کرونا ویروس بر بسته بندی ها آلوده کننده محیط زیست

به تازگی این دستور از سوی خرده‌فروشان بزرگ قهوه مانند Starbucks و Dunkin' Donuts اطلاع رسانی گردید که دیگر به مشتریان اجازه داده نخواهد شد که ظروف قابل پرکن خود را به فروشگاه های خود بیاورند تا مانع تکثیر کرونا ویروس گردد، لذا بحران کرونا ویروس به ما نشان می دهد که ما سیستم های موردنیاز برای خروج، انتقال و تحویل مواد غذایی را هنوز نداریم. به همین دلیل، احتمالاً فضای مصرف بزرگی از محصولات یکبار مصرف در آینده بوجود خواهد آمد، زیرا رستوران ها برای سلامت مصرف کنندگان خود به سمت تحویل غذای با تغییرات بسته بندی مواجه می باشند و مردم به جای غذا خوردن در خانه به غذا خوری تغییر مکان می دهند. "با این حال، UPSTREAM به خوانندگان یادآوری می کند که آلودگی محیط زیست حاصل از پلاستیک پس از اتمام همه گیری، یک مسئله مهم زیست محیطی خواهد بود و پیشرفت حاصل از شیوه زندگی به سوی پسماند صفر و بسته بندی قابل استفاده مجدد ادامه خواهد یافت.

مشاغلی در کشورها وجود دارند که "قبلاً خدمات قابل استفاده مجدد را برای استفاده در بیرون از منزل و تحویل غذا ایجاد کرده اند" و "لیوان های قابل استفاده مجدد، ضد عفونی و ظروف قابل استفاده را ارائه می دهند". این بحران نشان می دهد که جامعه از گسترش چنین مدل هایی بسیار سود خواهد برد.

منبع:

<https://www.foodpackagingforum.org/news/reusable-food-packaging-and-novel-coronavirus>

در ۱۷ مارس ۲۰۲۰، سازمان غیردولتی UPSTREAM اطلاعاتی را منتشر کرد که در مورد بسته بندی مواد غذایی یک بار مصرف و قابل استفاده مجدد در رابطه با گسترش کروناویروس (SARS-CoV-2) بود.

این خبر برای پاسخگویی به طیف وسیعی از سؤالاتی که از سوی مصرف کنندگان در خصوص این که آیا بسته بندی قابل استفاده مجدد بی خطر است یا خیر مطرح می شود؟ اگر بسته بندی یک بار مصرف مطمئن تر باشد مصرف آن ها چگونه خواهد بود؟

و اینکه چگونه گسترش ۱۹-Cov-SARS می تواند بر روند رو به رشد زباله های مخرب محیط زیست اثر گذار نباشد؟ با توجه به استفاده صحیح از شستشو با صابون و آب گرم برای از بین بردن ویروس، ترجیحاً استفاده از ماشین ظرفشویی برای ظروف قابل استفاده مجدد مواد غذایی ایمن تر توصیه شده است. در مورد بسته بندی یک بار مصرف از آنجایی که تشخیص احتمالی کرونا ویروس از طریق سطوح بسته بندی به سختی صورت می گیرد، و نیز اینکه چه کسی یا اشخاصی محصولات بسته بندی یکبار مصرف را قبل از خرید لمس کرده اند از جمله سوالات مهم می باشند. لذا یک مطالعه جدید نشان داده است که ویروس می تواند به مدت دو تا سه روز بر روی پلاستیک و فولاد ضد زنگ پایدار بماند (بر اساس گزارش FPF) این سازمان، استفاده مداوم از بطری های قابل استفاده مجدد حاوی آب را تشویق می کند و توصیه می کند مجدداً آن ها را در خارج از منزل از طریق یک ایستگاه پرکننده مجدد بدون دخالت دست دوباره پر کنید و همچنین از تماس مستقیم با خود منبع آب خودداری شود.

دوره‌های تخصصی بسته‌بندی با ارائه گواهینامه رسمی از انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران وابسته به وزارت علوم - تحقیقات و فناوری

ردیف	عنوان دوره	سرفصل‌ها	مدت دوره
۱	شناخت (مبانی) بسته‌بندی	تعاریف بسته‌بندی / کارکردها و هدف از بسته‌بندی / صنایع بسته‌بندی ایران / ویژگی‌های یک بسته‌بندی خوب / انواع بسته‌بندی / آماده‌سازی کالا برای بسته‌بندی / بسته‌بندی‌های ویژه حمل و نقل / روش‌های درج اطلاعات روی بسته‌بندی / دسته‌بندی کالا و اهمیت بسته‌بندی هر یک / آشنایی با رنگ‌ها و گرم بسته‌بندی / بسته‌بندی و محیط‌زیست / روش‌های طراحی بسته‌بندی و ...	۱۶ ساعت
۲	شناخت مواد بسته‌بندی	مواد بسته‌بندی‌های چوبی / کاغذی و مقوایی / شیشه‌ای / فلزی / پلاستیکی و کامپوزیت ها / انواع بسته از مواد مختلف / بسته‌بندی‌های جدید و هوشمند / درب-بندی / آزمون‌ها / ماشین‌آلات بسته‌بندی و ...	۲۰ ساعت
۳	طراحی بسته‌بندی	مقدمه و تاریخچه / ویژگی یک بسته از نظر طراحی و مخاطب / ارتباط برند و بسته‌بندی / ارتباط بسته با خریدار / تهیه دستورکار برای یک بسته‌بندی / بریف خلاق در بسته‌بندی و نکات مهم در نوشتن بریف و تعادل مطالب موجود / ساختار در بسته‌بندی اوریکامی و هندسه بسته‌بندی / چاپ و انواع چاپ در بسته بندی / عناصر بصری در بسته‌بندی	۲۰ ساعت
۴	پلاستیک‌های بسته‌بندی	کاربرد پلاستیک‌های بسته‌بندی در صنایع غذایی و دارویی / روش‌های فرآوری و شکل‌دهی بر هم کنش پلاستیک‌های بسته‌بندی بر مواد غذایی / کنترل و ارزیابی خواص پلاستیک‌های بسته‌بندی بر مواد غذایی / مقررات و استانداردهای لازم برای پلاستیک‌های بسته‌بندی مواد غذایی / آزمایشگاه کنترل و شرایط ایمنی و ...	۲۰ ساعت
۵	کاغذ، کارتن و چاپ مدرن و استانداردهای آنها	تحول تکنولوژی ساخت کاغذ و چاپ / ایفای سلولوزی و مواد شیمیایی / تولید انواع خمیر کاغذ / ساخت کاغذ / ماشین‌های کاغذ و مقوا و سیستم‌های چاپ / استانداردهای کاغذ کارتن و چاپ و ...	۲۰ ساعت
۶	استاندارد آزمون‌های بسته‌بندی	آزمون‌های حفاظت فیزیکی / سقوط آزاد / سقوط بر روی گوشه / سقوط بر روی لبه / ضربه افقی / واژگونی / غلتاندن / انعطاف‌پذیر / خمیدگی / آزمون شرایط محیطی و ...	۱۶ ساعت
۷	بسته‌بندی مواد غذایی	اصول بسته‌بندی مواد غذایی / انواع بسته‌بندی مواد غذایی / جاذبه‌های یک بسته‌بندی / بازرسی و کنترل کیفیت / چاپ و برجسب‌زنی / ذخیره‌سازی و حمل و نقل	۱۶ ساعت

اساتید دورها :



مهندس لاله جاوید



دکتر مرجان شرافتی



دکتر سمیرا اردستانی بیرجندی



دکتر زاهد احمدی



مصلحی امامپور



دکتر حبیب اله خادمی اسلام



مهندس رضا نورانی



علیرضا سوری



رضا پورزند



مهندس محسن رحمتی



دکتر سیدهدی جعفری

نشانی :

تهران - میدان صنعت - خیابان هرمرزان - خیابان پیروزان جنوبی - نبش کوچه پنجم - ساختمان اسراء - طبقه اول

انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران

www.ispst-pack.ir Email: contact@isps-pack.ir

تلفن : ۰۲۱-۸۸۳۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۶

نشانی مراسلات پستی : تهران - صندوق پستی ۱۶۶۶۶۱۱۶۷



فرم نظرسنجی فصلنامه دنیای بسته‌بندی و تجارت «انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران»

خواننده گرامی، با تکمیل فرم نظرخواهی، ما را در بهبود کیفیت فصلنامه یاری فرمایید.

معیار ارزیابی					موضوعات
بسیار بد	بد	متوسط	خوب	بسیار خوب	
					سرمقاله
					افزایش ماندگاری گل زعفران با استفاده از بسته بندی اتمسفر اصلاح شده
					نقش بسته بندی در توسعه تجارت
					میزگرد تخصصی در خصوص وضعیت بسته بندی کشور
					معرفی مراکز تحقیقاتی و مطالعاتی
					معرفی محققین، پژوهشگران و خبرگان صنعت بسته بندی
					گرافیک و صفحه آرایی
					تصاویر و عناوین
					ویراستاری
					بسته‌بندی مناسب
					تحویل به موقع
					معیار/ موضوع مورد نظر شما

.....* تکمیل این قسمت اختیاری است*.....

نام: نام خانوادگی: کد ملی:
 نام شرکت/ سازمان/ مؤسسه/ صنعت:
 رشته تحصیلی: آخرین مدرک تحصیلی: سن:
 نشانی:
 تلفن: صندوق پستی: پست الکترونیک:
 خواهشمند است پس از تکمیل این فرم آن را به صورت پستی به آدرس زیر و یا از طریق نماهر به دفتر نشریه ارسال نمایید.

آدرس: تهران- میدان صنعت(شهرک قدس)- خیابان هرمزان- خیابان پیروزان جنوبی- نبش کوچه پنجم
 ساختمان اسری- طبقه همکف- انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
 تلفن: ۸۸۵۷۵۶۰۰ - ۸۸۳۶۹۷۵۰ نمابر: ۸۸۵۷۵۶۰۶
 Email:Contact@Ispst-Pack.ir WWW.Ispst-Pack.ir



انتشارات نوروزی

انتشارات نوروزی

کادر مجرب انتشارات نوروزی
با بیست سال سابقه نشر و چاپ کتاب آماده خدمت رسانی می باشد.
نویسندگان گرامی می باشد.

تراکت، بروشور، کارت ویزیت، سربرگ
ارائه کلیه امور چاپی

صفحه آرایی
طراحی جلد
هدیای تبلیغاتی
اخذ مجوز
چاپ با تیراژ ۳۰۰ جلد و بالاتر
صحافی
بسته بندی
ارسال سفارش

شماره استاندارد بین المللی کتاب
www.Entesharate-noruzi.com
Entesharate.noruzi@gmail.com

معرفی و فروش کتاب های منتشر شده در سایت در سراسر ایران
استان گلستان . گرگان . خ شهید بهشتی . پاساژ رضا
۰۱۷۳ - ۲۲۴۲ ۲۵۸ - ۲۲۴۱ ۳۸۵
۰۹۱۱ ۳۷۱ ۹۱۱۵ - ۰۹۱ ۲۷۰ ۷۷۱۶



انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
برای امور بازاریابی خود
دعوت به همکاری می نماید

شماره های تماس: ۸۸۳۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰
<http://ispst-pack.ir>



امتیازات و مزایای عضویت در انجمن

- ← اعطای اشتراک نشریات خبری علمی و تخصصی انجمن
- ← ارائه کتاب های تخصصی چاپ شده توسط (یا با همکاری) انجمن با تخفیف ویژه
- ← همکاری جهت تسهیل دریافت اطلاعات علمی مورد نیاز اعضا از ارگان های مربوطه
- ← درج اسامی اعضای حقوقی در پایگاه اینترنتی انجمن
- ← شرکت در سمینارهای علمی، کارگاه های آموزشی، و دوره های تخصصی برگزار شده توسط انجمن با تخفیف ویژه
- ← درج مشخصات و رزومه کاری در بانک اطلاعاتی متخصصین و ارائه آن به شرکت ها و سازمان های مرتبط جهت همکاری
- ← دعوت از اعضا برای شرکت در مجامع عمومی انجمن
- ← نظرخواهی سالانه از اعضا و به کارگیری پیشنهادات آنها در فعالیتهای انجمن و انعکاس موارد مرتبط به سازمان ها و ارگان های مربوطه
- ← امکان استفاده اعضا از منابع موجود انجمن
- ← استفاده از اعضای حقیقی و حقوقی جهت انجام تحقیقات علمی و کاربردی در سطح ملی و بین المللی
- ← چاپ لوگوی شرکت در برنرها و استندهای تبلیغاتی انجمن (در همایش ها، نمایشگاه ها، سمینارها، و . . .)
- ← ارائه و چاپ اطلاعات اعضای حقوقی در سالنامه
- ← فراهم نمودن تسهیلات ویژه جهت شرکت در همایش بین المللی دوسالانه (براساس تفاهم نامه همکاری با دبیرخانه همایش) شامل ارائه تخفیف ۲۰ درصدی به اعضای حقیقی (پیوسته، وابسته و دانشجویی) انجمن جهت ثبت نام در همایش
- ← امکان شرکت کارشناسان اعضای حقوقی در سمینارهای علمی، کارگاه های آموزشی و دوره های تخصصی برگزار شده توسط انجمن با تخفیف ویژه
- ← اعطای لوح عضویت حقوقی در انجمن
- ← امکان استفاده از برنامه های بازدید علمی با تخفیف ویژه
- ← خبرنامه الکترونیکی انجمن
- ← حمایت انجمن از طرح و ایده های جدید
- ← چاپ مقالات اعضا در خبرنامه و وب سایت انجمن
- ← دعوت vip اعضای انجمن در نشست های انجمن

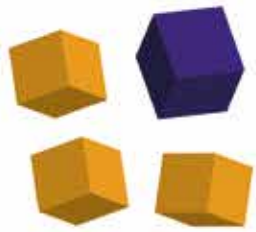


اطلاعیه مهم آموزش

برگزاری دوره های آموزش تخصصی بسته بندی بصورت هجاری
توسط اساتید انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران

تلفن : ۸۸۳۶۹۷۰ - ۸۸۰۷۰۶۰۰

<http://ispst-pack.ir>



PE Value Chain Forum

"Technology & Business"

3-4 October, 2020 Tehran, Iran
IRIB International Conference Center

حضور و آنلاین

همایش زنجیره ارزش پلی اتیلن

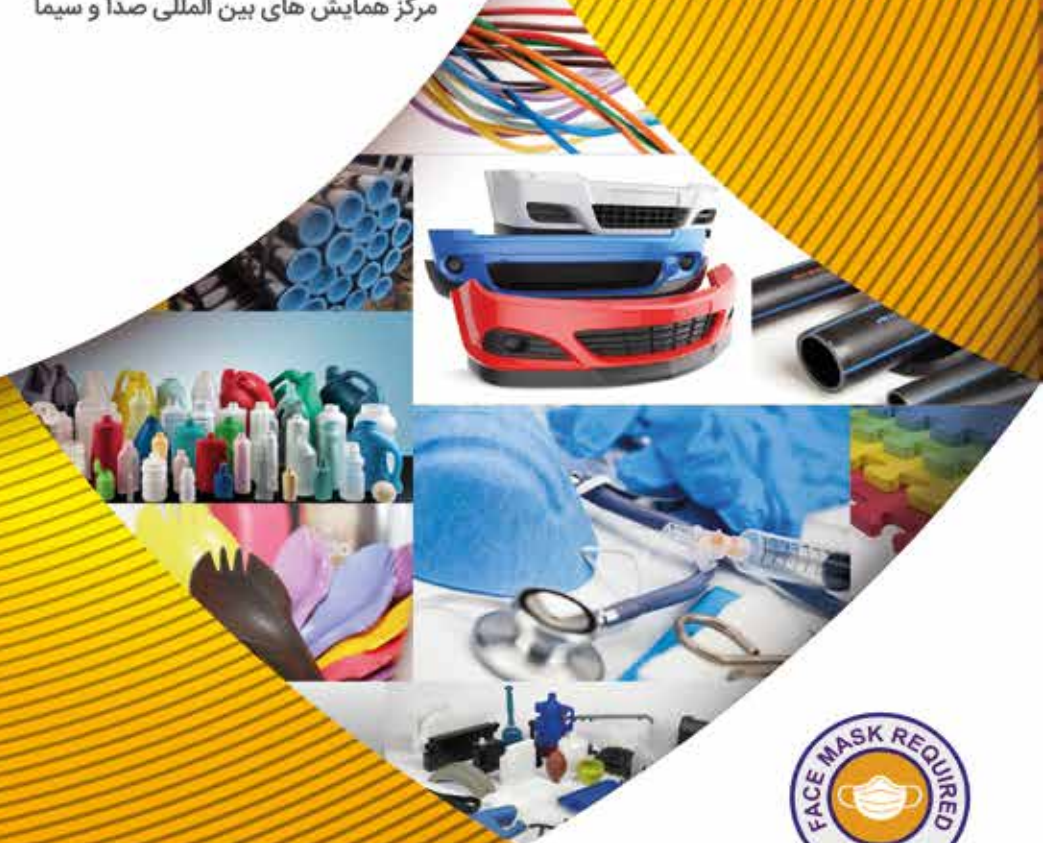
تکنولوژی و کسب و کار

۱۳-۱۲ مهر ماه ۱۳۹۹ تهران-ایران
مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما

با حمایت:



انجمن های همکار:



محور های همایش:

- تکنولوژی های زنجیره پلی اتیلن و صنایع تکمیلی
- بازارهای داخلی، منطقه ای و بین المللی
- مزیت های رقابتی ایران و بررسی پیشران های صنایع تکمیلی انواع PE
- نقش شرکت های دانش بنیان در تکمیل زنجیره ارزش و توسعه فناوری های نوین
- فرصت های سرمایه گذاری در صنایع تکمیلی انواع PE
- چالش های پیش روی صنعت پلی اتیلن و صنایع تکمیلی

برگزار کننده:



با همکاری:



www.iicic.com/pe

دبیرخانه: تهران، خیابان ولی عصر، روبروی پارک ملت، نیش خیابان انصاری، برج ملت، طبقه ۷، واحد ۴
تلفن: ۲۲۰۲۷۲۸۳ | فکس: ۲۲۰۴۴۷۶۹ | pe@iicic.com



In the name of God

Packaging and Trade World Quarterly



First year - No. 2- Spring 2020

The price: 180,000 Rials

Concessionaire: Comprehensive, Imam Hossein University.

Director: Eng. Mostafa Emampour

Editor: Dr. Habibollah Khademi Eslam (Professor, Department of Wood and Paper Science, College of Natural Resources and Environment, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran)

Executive Director: Ali Bahadori

Editorial members:

Mostafa Emampour

Dr. Habibollah Khademi Eslam

Dr. Zahed Ahmadi

Dr. Marjan Sherafati

Dr. Samira Berenji Ardestani

Dr. Mohammad Hassan Maadi.

En. Nima SeyedolHokamaie

Reza Pourzand

Ali Bahadori

Contents:

➔ Editorial	2
➔ Increasing the shelf life of saffron flower by modified atmosphere packaging.....	3
➔ The role of packaging in business development	12
➔ Specialized meetings in the field of Country packaging status.....	20
➔ Introducing research and study centers.....	24
➔ Introducing researchers and packaging industry experts.....	30
➔ The effect of coronavirus on environmentally polluting packaging.....	32

With official permission from the Ministry of Culture and Islamic Guidance, To the license number 3/82145

Concessionaire: Iran Society of Packaging Science and Technology

With official concessions from the Ministry of Science, Research and Technology, To the registration number 85922



Material presented in the articles only tells the author comments and isn't necessarily speech journal reviews.

With the source cited, quoted content is permitted.

Address: Department of Packaging and Trade World Quarterly – Head of Alley - South Pirozan st, Hormozan Av, Sanat Square –Tehran –Iran

www.ispst-pack.ir /

Email: Contact@ispst-pack.ir

Tel : +982188369750 - 88575600

Fax : +982188575606



اطلاعیه



مسابقه

طرح های

بسته بندی در

شرایط کرونا ویروس

برگزار کننده:

انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران

هدفت از برگزاری و شرایط
شرکت در مسابقه به زودی در
سایت انجمن به اطلاع
علاقتمندان خواهد رسید.



تهران - شهرک غرب - خیابان هرمان - خیابان بیروزان جنوبی

نشانی اینترنتی: WWW.pc.ispst-pack.ir تلفن: ۸۸۲۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰ دورنگار: ۸۸۵۷۵۶۰۰

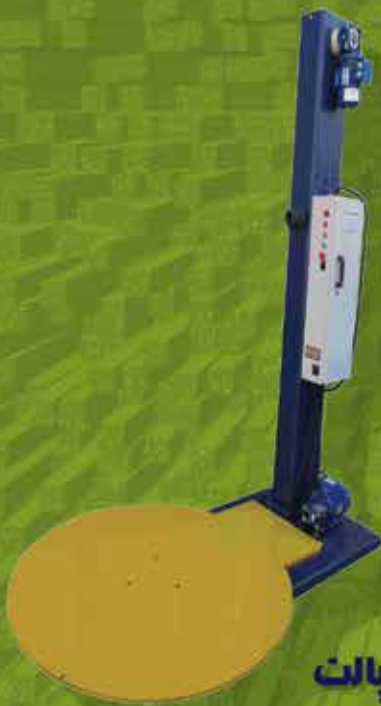


شیرزاد

شرینگ پک نیمه اتوماتیک



پرکن مواد گرانبوی



دستگاه استرچ پالت

کیلومتر ۶۵ اتوبان تهران قزوین ، شهر هشتگرد ، شهر صنعتی هشتگرد ، فاز یکم ، خیابان یاس یکم

تلفکس : ۹-۴۴۲۴۷۵۷ (۰۲۶) و ۷-۴۴۲۱۴۶۶ (۰۲۶)

www.shirzad.biz

موبایل : ۰۹۱۴-۴۰۶۱۰۴ و ۰۹۱۴-۱۲۰۷۹۱۱



[Telegram.me/shirzadpackingco](https://t.me/shirzadpackingco)

Info@shirzad.biz



[Shirzad_packing_co](https://www.instagram.com/Shirzad_packing_co)

