

فصلنامه دنیا بسته‌بند و تجارت

شماره

۱۵

سال چهارم - شماره ۱۵ - تابستان ۱۴۰۲ - قیمت ۱۰۰۰۰۰۰ ریال

در این شماره می خوانید:

- مرور اجمالی بر بسته‌بندک فعالیت بسته‌بندک M&A
- مطالعه‌ای در مورد جایگاه طراحی بسته‌بندک و روش‌های آن مبتنی بر دقت طراحی
- گردهمایی صنعت بسته‌بندک در شهر استانبول در تاریخ ۱۹ الی ۲۲ مهرماه ۱۴۰۲
- آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که چگونه فناوری ممکن است بر تجارت در سال ۲۰۲۳ تأثیر بگذارد؟
- فهرست سالانه استانداردهایی که انجمن علوم و فناوری بسته‌بندک ایران با سازمان ملی استاندارد ایران همکاری داشته است.
- معرفی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی بسته‌بندک دنیا
- مفاهیم و تعاریف کلی بسته‌بندک
- معرفی کتاب‌های تخصصی بسته‌بندک

ژامبون نوروزی
Nowruz Jambon

GOSHTIRAN.CO
WWW.GOSHTIRAN.COM



زمینه فعالیت نمایشگاه

- ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی و فرآوری
- ماشین آلات و تجهیزات تولید نان، اسنگ (بیسکویت، کلوچه و غیره)
- ماشین آلات و تجهیزات تولید دارو و مواد آرایشی
- ماشین آلات و تجهیزات فرآوری سایر مواد غذایی (فرآوری قهوه، تولید بستنی و غیره)
- ماشین آلات و تجهیزات تولید شیرینی (شکلاتی، شکر، آدامسی)
- ماشین آلات و خدمات چاپ
- صنعت کارتن سازی، مقوا و کاغذ
- چاپ دیجیتال پارچه

مجتمع نمایشگاهی بین المللی شهر آفتاب

مجتمع نمایشگاه شهر آفتاب از مهم ترین پروژه نمایشگاهی و جدیدترین مرکز نمایشگاه ایران است، که ایجاد مرکز محل تجارت جهانی ایرانیان محسوب میشود. نمایشگاه چاپ و بسته بندی همچنان در شهر آفتاب برگزار می شود. این مکان نماد آغازگر عصر جدیدی تجارت ایران در سطح بین الملل و مکان عالی برای حضور و رونق تجارت شما میباشد.





interpack
alliance



pacprocess

PROCESSING & PACKAGING

TEHRAN

2 _ 5 Oct. 2023

TEHRAN

EXHIBIRAN International Fairground (Shahr-e Aftab Complex, Khalij-e Fars Highway)

پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت بسته‌بندی و فرآوری

۱۰ الی ۱۳ مهرماه ۱۴۰۲ تهران، نمایشگاه بین‌المللی شهرآفتاب

ماشین آلات و تجهیزات بسته‌بندی و فرآوری:

صنایع غذایی، صنایع پخت، شیرینی و شکلات، نوشیدنی‌ها
دارویی، آرایشی و بهداشتی، بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر
صنایع پلاستیک، پلیمر و صنایع وابسته

همزمان با پنجمین نمایشگاه صنعت چاپ

۰۹۱۲ ۰۴۵ ۳۰۱۷

۰۲۱-۴۱۰۷ ۴۴۰۰

ستاد برگزاری نمایشگاه:



www.ipapexpo.ir

www.exhibiran.com



@ipappacprocess



@ipap.pacprocess



@IPAPpacprocessTEHRAN



امتیاز و مزایای عضویت در انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران - اعضای حقوقی:

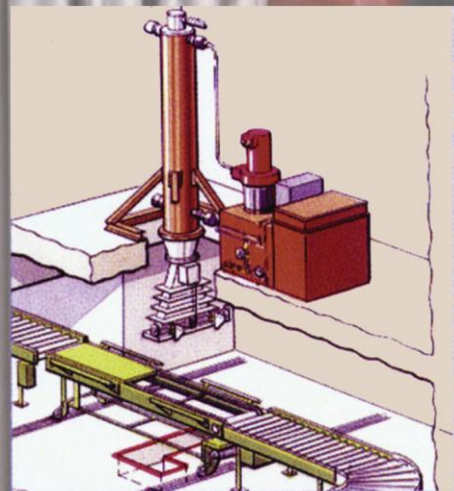
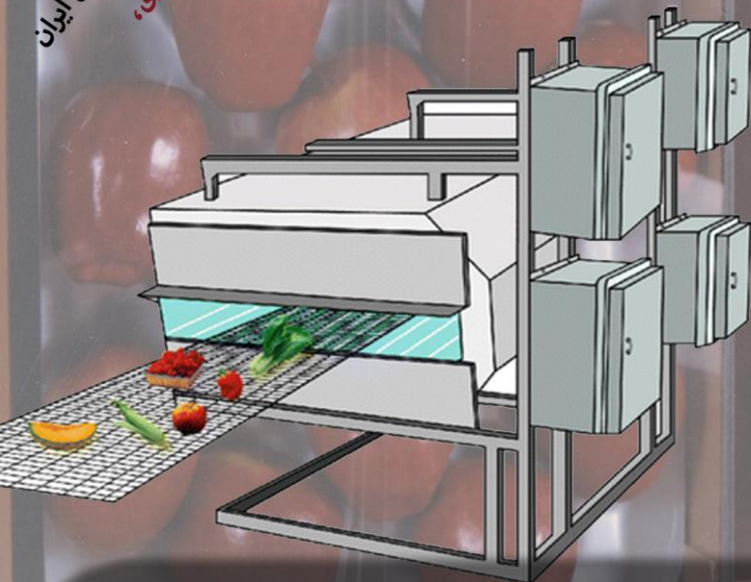
- دریافت گواهی عضویت حقوقی
- اعطای کارت عضویت حقیقی برای دو نفر بنا به معرفی نامه رسمی از طرف مرجع حقوقی
- فروش کتاب های تخصصی بسته بندی موجود در انجمن با تخفیف ۴۰ درصد
- درج اسم و لوگوی شرکت در سایت ، شبکه های مجازی و آگهی های تبلیغاتی انجمن
- پذیرش متقاضیان حضور در دوره های آموزشی انجمن با تخفیف ۴۰ درصد
- دعوت از اعضاء برای حضور در مجامع علمی و کارشناسی
- همکاری اعضاء در پروژه های علمی و کاربردی
- معرفی اعضاء به شرکت های تولیدکننده جهت همکاری های فی ما بین
- ارائه مشاوره های تخصصی به صورت محدود
- حمایت از انتشار مقالات علمی و کاربردی در نشریات معتبر
- معرفی توانمندی های فنی عضو حقوقی در فصلنامه دنیای بسته بندی و تجارت به صورت رایگان
- دریافت فصلنامه دنیای بسته بندی و تجارت به صورت رایگان
- انتشار آگهی تبلیغاتی شرکت به صورت رنگی در چهار شماره از فصلنامه دنیای بسته بندی و تجارت

اعضای حقیقی:

- دریافت کارت عضویت حقیقی
- فروش کتاب های تخصصی بسته بندی موجود در انجمن با تخفیف ویژه ۴۰ درصد
- پذیرش متقاضیان حضور در دوره های آموزشی انجمن با تخفیف ۴۰ درصد
- دعوت از اعضاء برای حضور در مجامع علمی و کارشناسی
- همکاری اعضاء در پروژه های علمی و کاربردی
- ارائه مشاوره های تخصصی به صورت محدود
- حمایت از انتشار مقالات علمی و کاربردی در نشریات معتبر
- معرفی توانمندی های فنی عضو حقیقی در فصلنامه دنیای بسته بندی و تجارت به صورت رایگان



همکاری انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران با سازمان انرژی اتمی ایران
تجاری سازی پروژه های تحقیقاتی با هدف افزایش ماندگاری،
صادرات و ذخیره سازی مواد غذایی



- توانمندی ها:
- * افزایش زمان انبارمانی و حفظ کیفیت سبزیجات برگی تازه با استفاده از تلفیق روش پرتو فرآوری با بسته بندی اتمسفر تغییر یافته؛
 - * ارزیابی خواص فیزیکی و مکانیکی پوشش خوراکی کلسیم آلزینات و امکان کاربرد آن در افزایش زمان ماندگاری و بهبود ویژگی های گوشت منجمد؛
 - * فیلم های خوراکی بر پایه آب پتیر با استفاده از پرتوی گاما و کاربرد آن در بسته بندی میوه های تازه؛
 - * تعیین مقاومت پرتویی ظروف بسته بندی مواد غذایی (ادویه جات)؛
 - * افزایش زمان انبارمانی با حفظ کیفیت خرما به عنوان محصول راهبردی ایران با استفاده از تلفیق روش پرتو فرآوری با بسته بندی های نوین؛
 - * افزایش زمان انبارمانی با حفظ کیفیت مرکبات ایران با استفاده از تلفیق روش پرتو فرآوری و انواع پوشش ها و بسته بندی های نوین؛
 - * افزایش ماندگاری طولانی مدت جیره های غذایی در مأموریت های فضایی و نظامی با استفاده از تلفیق روش های پرتو فرآوری، انواع پوشش ها و بسته بندی های نوین؛
 - * طراحی و ساخت سامانه های پرتودهی صنعتی تک منظوره، چند منظوره و پرتابل.

اعضای هیئت تحریریه :



مدیر مسئول و سردبیر : دکتر مصطفی امامپور
رئیس انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران



دکتر محمدحسن معادم
عضو هیئت علمی مرکز پژوهش مجلس شورای اسلامی



مهندس نیما سیدالحکامیه
مدیرعامل شرکت ماشین سازی حکامیه



دکتر سمیرا برجیه اردستانی

عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فنون هسته ای سازمان انرژی اتمی ایران



دکتر سپیده بهرام
عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت



بهزاد مرادم ساران
مدیر اجرایی و فناوری اطلاعات (IT)

مطالب منتشره بیانگر نظرات نویسندگان بوده و الزاماً بیان کننده دیدگاه این فصلنامه نیست. نقل مطالب این فصلنامه با ذکر مأخذ آزاد است.

آدرس دفتر فصلنامه:

تهران - میدان صنعت - خیابان هرمزان - خیابان پیروزان جنوبی
نیش کوچه پنجم - ساختمان اسراء - طبقه همکف
انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران

www.ispst-pack.ir

Email: contact@ispst-pack.ir

@ispst1395

ispst1395

تلفن: ۸۸۲۶۹۷۵...۸۸۵۷۵۶۰

نمابر: ۸۸۵۷۵۶۰

۰۹۱۹۵۶۸۹۲۴۲



شماره
۱۵

فصلنامه دنیا بسته بند و نجاران

سال چهارم - شماره ۱۵ - تابستان ۱۴۰۲ - تیحت ۱۰۰۰۰۰۰ ریال

دارای مجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به شماره پروانه ۳/۸۲۱۴۵
صاحب امتیاز: انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
دارای امتیاز رسمی از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به شماره ثبت ۸۵۹۲۲

فهرست مطالب:

- ۵ - سرمقاله
- ۶ - مرور اجمالی بر بسته بندی فعالیت بسته بندی (M&A)
- ۷ - سه ماهه اول ۲۰۲۲
- ۸ - مطالعه ای در مورد جایگاه طراحی بسته بندی و روش های آن
- ۱۴ - مبتنی بر دقت طراحی
- ۱۵ - گردهمایی صنعت بسته بندی در شهر استانبول در تاریخ ۱۹ الی ۲۲ مهر ماه ۱۴۰۲
- ۲۳ - آیا تا به حال به این فکر کرده اید که چگونه فناوری ممکن است بر تجارت در سال ۲۰۲۳ تأثیر بگذارد؟
- ۲۹ - فهرست سلاته استانداردهایی که انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران با سازمان ملی استاندارد ایران همکاری داشته است - (قسمت سوم) - ۳۳
- ۳۷ - معرفی دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی بسته بندی دنیا
- ۳۸ - مفاهیم و تعاریف کلی بسته بندی
- ۴۳ - معرفی کتاب های تخصصی بسته بندی



شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو (سهامی خاص)





نقش بسته‌بندی در سلامت و بهداشت

در تمام مراحل زنجیره تولید و توزیع مواد غذایی، سلامت و بهداشت مواد غذایی با دقت بسیار زیادی بررسی و موشکافی می‌شود. بسته‌بندی مواد غذایی یکی از مهم‌ترین عناصری است که در تأمین بهداشت و سلامت مواد غذایی نقش بسزایی دارد، چرا که یک لایه محافظ است که محصولات غذایی را در حین جابه‌جایی، حمل‌ونقل و انبار کردن از آسیب‌های فیزیکی و بیولوژیکی مصون نگه می‌دارد. اگر بسته‌بندی آن گونه که باید و شاید مواد غذایی را از گزند عوامل محیطی حفظ نکند، بی‌تردید اتفاقات ناگوار بسیاری رخ خواهد داد و فاجعه به بار می‌آید. نقش بسته‌بندی در سلامت و بهداشت این موارد، بر روی نگاه اولیه مشتری بر محصول موردنظر تأثیر می‌گذارد و باعث می‌شود که در هنگام برخورد با محصول در قفسه فروشگاه نگاهی به آن بیندازند. یکی از ساده‌ترین راه‌های تشخیص مرغوبیت از نظر مشتریان، بسته‌بندی مواد غذایی است. داشتن یک طراحی متناسب و ثبت نشان تجاری شرکت تولیدکننده مواد غذایی و توضیحات لازم از آن بر روی بسته‌بندی می‌تواند از مواردی باشد که اکثر نشان‌های تجاری و تولیدکنندگان معروف، آن را رعایت می‌کنند.

اگر شرایط محیطی مناسب باشد، مواد غذایی برای مدت زمان بیشتری تازگی و طراوت خود را حفظ می‌کنند. اگر مواد غذایی به درستی بسته‌بندی شوند، مصرف‌کننده‌ای که در انتهای زنجیره غذایی قرار گرفته، حس می‌کند فرآورده‌های غذایی، میوه و سبزیجاتی که مصرف می‌کند کاملاً تازه هستند. ظاهر و بافت تازه و با طراوت مواد غذایی یک مسئله و آلوده نبودن آن مسئله‌ای دیگر است. حتی اگر قرار باشد مواد غذایی پرورش یافته برای فرآوری شدن مسافت بسیار اندکی را بپیمایند، احتمال آلوده شدن آن‌ها در یک مدت زمان کوتاه هم وجود دارد. حال اگر قرار باشد مواد غذایی به نقاط دوردست ارسال شده یا برای مدت زمان طولانی انبار شوند، بیشتر در معرض خطر آلودگی خواهند بود. برای همین است که بسته‌بندی درست و مناسب مواد غذایی اهمیتی حیاتی و ضروری دارد. یک بسته‌بندی که به بهترین شکل از تماس با عوامل محیطی و آلوده‌کننده حفظ شده باشد، تفاوت میان یک مشتری راضی و سالم و یک مشتری بیمار را رقم می‌زند. آلودگی می‌تواند مشکلاتی جدی و مرگبار به همراه آورد و نشان تجاری شما را به قهقرا بکشانند.



چاپ و نشر نوروزی

هدایای تبلیغاتی

- ست اداری
- تندیس
- لوح تقدیر / لوح یادبود
- چاپ پرچم
- ست پذیرایی
- کارت ویزیت
- تراکت
- بنر
- لیبل
- طراحی لوگو
- ساک دستی
- استند تبلیغاتی
- طراحی و اجرای پیکسل
- طراحی و اجرای بچ سینه
- لیوان سرامیکی / کاغذی
- تقویم رومیزی
- چاپ تیشرت
- ساعت



☎ ۰۹۱۱۳۷۱۹۱۱۵ - ۰۳۲۲۴۲۲۵۸ - ۰۱۷

✉ entesharate.noruzi@Gmail.com

📍 گلستان، گرگان، خیابان شهید بهشتی، پاساژ رضا

🌐 www.entesharate-noruzi.com

📄 کدپستی ۴۹۱۶۶۵۷۳۷۶

☎ ۰۹۱۱۳۷۱۹۱۱۵

📷 entesharatnoruzi

مرور اجمالی بر بسته‌بندی فعالیت بسته‌بندی M&A

(سه ماهه اول ۲۰۲۲)

برگردان: دکتر سمیرا برنجی اردستانی

دکترای علوم و مهندسی صنایع غذایی - استادیار پژوهشگاه علوم و فنون هسته‌ای

طریق خرید TricorBraun Inc. و QSX Labels. پنج معامله M&A را در سال ۲۰۲۱ و سه معامله دیگر را در سه ماهه اول ۲۰۲۲ از طریق خرید Neville and Zuckerman-Honickman Inc. More Ltd. و Vessel Packaging Inc. انجام دادند. در طول سه ماهه اول ۲۰۲۲، بسته‌بندی انعطاف‌پذیر از نظر تعداد معاملات اعلام و/یا بسته شده M&A، تسلط داشتند که ۴۸ درصد از نمونه معاملات بسته‌بندی منتخب ما را، در مقایسه با ۳۲ درصد در سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد. این تغییر متناظر با کاهش در تعداد معاملات بسته‌بندی کاغذی منعکس شد که نشان‌دهنده ۱۹ درصد از نمونه معاملات بسته‌بندی انتخابی ما، در مقایسه با ۲۹ درصد در سال ۲۰۲۱ بود. تسلط مداوم و رو به افزایش بسته‌بندی انعطاف‌پذیر جای تعجب ندارد، زیرا به دلیل دوام و وزن سبک و همچنین ارائه چندین ویژگی پایدارتر و سازگار با محیط زیست در مقایسه با سایر بسترهای بسته‌بندی، بستر بسته‌بندی ایده‌آل در بازار رو به رشد حمل‌ونقل تجارت الکترونیکی است. طبق FPA، حتی اگر پیچیدگی ساخت ساختارهای چندلایه‌ای سازگارتر با محیط‌زیست باقی بماند، از نظر مضرب ارزش‌گذاری بر مبنای TEV/EBITDA، چند برابری برای معاملات بسته‌بندی در سه ماهه اول ۲۰۲۲ قوی باقی ماند و در معاملات با شرایط افشا شده از ۱۰ برابر تا کمی بیش از ۱۸ برابر متغیر بود. بر اساس نمونه ما ۸۴ تراکنش در سه ماهه اول ۲۰۲۲، بازیگران راهبردی با حمایت PE به طور قابل توجهی تسلط داشتند که نشان‌دهنده ۵۳٪ از کل فعالیت

بر اساس نمونه‌های منتخب ما از معاملات بخش مربوطه، بازار جهانی بسته‌بندی با مجموع ۸۴ تراکنش در سه ماهه اول ۲۰۲۲، در مقایسه با ۷۰ و ۸۱ تراکنش به ترتیب در سه ماهه چهارم ۲۰۲۱ و سه ماهه اول ۲۰۲۱، به نمونه‌ای از انعطاف‌پذیری خود ادامه داد. ارزش معاملات فردی بین بیشترین مقادیر مشاهده شده در سه ماهه گذشته، با ۲۶ درصد معاملات با ارزش‌های افشا شده بالاتر از مرز ۱ میلیارد دلاریکی از بالاترین موارد بودند. از جمله این قراردادهای بزرگ، آگهی Apollo Global Management Inc مبنی بر تصاحب Novolex Holdings LLC به مبلغ ۶ میلیارد دلار بود که بلافاصله پس از پایان سه ماهه اول ۲۰۲۲ بسته شد و همچنین آگهی Clearlake Capital Group مبنی بر خرید Intertape Polymer Group به مبلغ ۲/۶ میلیارد دلار بود. علاوه بر افزایش ارزش معاملات مشاهده شده، روندی که تا سه ماهه اول سال ۲۰۲۲ ادامه داشت، مجموعه خریدهایی بود که توسط شرکت‌های بسته‌بندی بزرگ، یعنی ProAmpac، با مجموع ۸ معامله M&A در سال ۲۰۲۱ منعقد شده است که معامله دیگری را به فهرست خود در سه ماهه اول ۲۰۲۲ از طریق خرید Belle-Pack Packaging Inc. بسته‌بندی برلین با هفت معامله M&A در سال ۲۰۲۱، اضافه کرده است. افزودن دو معامله دیگر در سه ماهه اول ۲۰۲۲ از طریق خرید United Bottles & Packaging Premi S.p.A. Resource Label و Group با شش معامله M&A در سال ۲۰۲۱، اضافه کردن یک معامله دیگر در سه ماهه اول ۲۰۲۲ از

روند مواد خام

در زمینه مواد خام، عرضه کم و قیمت‌های انرژی در حال افزایش باعث شد که قیمت تمام رزین‌های اصلی در ماه فوریه و مارس افزایش یابد که قابل توجه‌ترین افزایش آن مربوط به پلی‌پروپیلن با افزایش ۱۵ × هر پوند در مارس است. انتظار نمی‌رود در کوتاه مدت کاهش یابد، تأمین‌کنندگان عمده‌ای مانند: Shell، Exxon و Nova همگی برنامه‌های توسعه جاری دارند. این باید منجر به متعادل‌تر شدن عرضه و تقاضا شود که می‌تواند منجر به کاهش قیمت در پایان سال ۲۰۲۲ یا آغاز سال ۲۰۲۳ شود.

روندهای پایداری

از زمان شروع همه‌گیری بیش از دو سال پیش، حجم بازیافت پلاستیک تحت تأثیر منفی قرار گرفته است، به طوری که در سال ۲۰۲۰ در ایالات متحده بیش از ۵ درصد در مجموع ۴/۸ میلیارد پوند بازیافت پس از مصرف نسبت به سال گذشته کاهش داشته است. هنگامی که جنبش پایداری شتاب بیشتری به دست می‌آورد، سرمایه‌گذاری‌ها در سطح جهانی برای بهبود و دستیابی به اهداف بلندمدت اقتصاد دایره‌ای افزایش یافته است. در ایالات متحده، سرمایه‌گذاری‌ها روی فناوری‌های جدید برای بازیافت مواد شیمیایی متمرکز شده است، در حالی که کانادا بر بهبود قابلیت بازیافت برای پلاستیک‌های سیاه و بسته‌بندی پلی‌استایرن تمرکز کرده است. علاوه بر این، معاهده پلاستیک کانادا (CPP) فهرستی از مواد مشکل‌ساز را منتشر کرد و با توجه به تغییرات طراحی، مانند: بسته‌بندی انعطاف‌پذیر با استفاده از حداقل ۹۰ درصد از یک ماده، و طرح‌های سازگارتر برای بازیافت PET‌های ترموform (در اصل توصیه شده توسط انجمن کالاهای مصرفی مستقر در پاریس)، یک گام فراتر رفت. علاوه بر این، در سه ماهه اول سال ۲۰۲۲، معاهده پلاستیک سازمان ملل متحد امضا شد که

معاملات، با خریداران راهبردی و سهام خصوصی به ترتیب ۳۱٪ و ۱۵٪ است. این روند مطابق با بازار جهانی M&A است که شاهد افزایش ۱۸ درصدی ارزش خریدهای مبتنی بر PE در مقایسه با سه ماهه اول سال گذشته بود. با نگاه عمیق‌تر به معاملات بسته‌بندی قابل توجه سه ماهه اول سال ۲۰۲۲ ذکر شده در بالا، شرکت Apollo Global Management LLC، مستقر در ایالات متحده، موافقت کرد که اکثریت سهام شرکت Novolex Holdings LLC، مستقر در ایالات متحده را به مبلغ ۶ میلیارد دلار خریداری کند. نوولکس یک تولیدکننده جهانی پیشرو در محصولات بسته‌بندی متنوع برای خدمات مواد غذایی، تحویل و عمل‌آوری، فراوری‌کننده‌های مواد غذایی و بازارهای صنعتی است. این سرمایه‌گذاری، موقعیت رهبری نوولکس را با گسترش روابط سهام مرغوب مشتری از طریق تعهد مشترک به پایداری و نوآوری محصول، تقویت می‌کند. آپولو در چند روز اول سه ماهه دوم ۲۰۲۲ قرارداد خود را با نوولکس بست. علاوه بر این، گروه سرمایه‌گذاری Clearlake L.P. مستقر در ایالات متحده، موافقت کرد که شرکت Intertape Polymer Group (IPG) مستقر در کانادا را به مبلغ ۶/۲ میلیارد دلار خریداری کند. شرکت IPG در ساخت برچسب‌های مبتنی بر فیلم و کاغذ، نوارهای حساس به فشار و آب فعال، فیلم‌های کششی و جمع‌شدگی، بسته‌بندی‌های محافظ، محصولات بافته شده و غیربافته، و ماشین‌آلات بسته‌بندی برای مصارف صنعتی و خرده‌فروشی فعالیت می‌کند. این معامله منابع عملیاتی و مالی را برای تسریع راهبردی خرید و همچنین فرصت‌های رشد ارگانیک مانند: سرمایه‌گذاری در نوآوری محصول، پایداری و گسترش بازار در اختیار IPG قرار می‌دهد. ارزش معامله به ضرب درآمد ۱۱/۷ TEV/LTM EBITDA برابر و ۱/۶ TEV/LTM برابر اشاره دارد.

متعهد به ترویج بیشتر تولید و مصرف پایدار پلاستیک است. به موازات این، تولیدکنندگان کالاهای بسته‌بندی مصرفی اروپایی متعهد شده‌اند که سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی را در جهت بازیافت بسته‌بندی انعطاف‌پذیر و سیاست‌های تشویقی که از جایگزین‌های پایدار حمایت می‌کنند، انجام دهند. این شرکت‌ها طرح بسته‌بندی انعطاف‌پذیر را راه‌اندازی کرده‌اند که از دولت‌ها می‌خواهد بودجه و برنامه‌هایی برای ترویج بازیافت و راه‌حل‌های پایدار فراهم کنند. با این حال، طبق گزارش اروپایی "شکل‌دهی مجدد پلاستیک‌ها"، جایگزینی پلاستیک با مواد دیگر، دامنه بسیار محدودی را برای دستیابی به اهداف انتشار خالص صفر ارائه می‌دهد.

نگاه به آینده: سال آینده

اگرچه احتمال افزایش مالیات بر عایدی سرمایه در ایالات متحده نزدیک به هیچ است، ترکیبی از چندین عامل همچنان به فعالیت‌های M&A دامن می‌زند. بین آسیب‌های ناشی از کووید در دو سال گذشته، اختلالات زنجیره تأمین منجر به نوسان قیمت مواد خام، و همچنین تشدید سریع جنگ روسیه در اوکراین، با اثرات سرریز فزاینده آن بر عرضه مواد غذایی و قیمت انرژی در سطح جهان، بسیاری از کارآفرینان به شدت به فکر فروش کسب و کار آن‌ها هستند. در حالی که افزایش نرخ‌های بهره می‌تواند فعالیت M&A را کاهش دهد، بعید به نظر می‌رسد که در کوتاه‌مدت تأثیر مهمی داشته باشد، زیرا نرخ‌های بهره احتمالاً به صورت مطلق پایین می‌مانند و در نتیجه تنها تأثیرات حداقلی بر ارزش‌گذاری و در دسترس بودن سرمایه، دارد. در حالی که ممکن است سال ۲۰۲۲ به اندازه سال ۲۰۲۱ از فعالیت بهره نبرد، بسیاری از تحلیل‌گران پیش‌بینی می‌کنند که سالی بسیار فعال باقی بماند، پیش از آنچه در سال ۲۰۲۰ شاهد بودیم.

شاخص بسته‌بندی جهانی EY در دو سال گذشته روند صعودی ثابتی داشته است، اما در طول سه ماهه اول ۲۰۲۲، ۹ درصد کاهش یافته است، مطابق با روند نزولی که به همان اندازه در SPX مشاهده شده است. درصد حجم معاملات حامی مالی در سه ماهه اول سال ۲۰۲۲ از ۱۹/۱ درصد در سال ۲۰۲۱ با اندکی افزایش به ۲۱/۱ درصد رسید.

نرخ بهره اوراق بهادار بدهی دولتی تا سه ماهه اول ۲۰۲۲ به افزایش خود ادامه می‌دهد. مضرب کل بدهی/EBITDA وام‌های LBO بازار میانه از ۵/۶ برابر در سال ۲۰۲۱ به ۶/۰ برابر در سه ماهه اول ۲۰۲۲ افزایش یافته است.

قیمت مقوا تا سه ماهه اول ۲۰۲۲ به تدریج افزایش یافت و میانگین ۱۰ ساله از ۱۱۵/۸ در سال ۲۰۲۱ به ۱۱۶/۹ رسید. قیمت مواد خام پلاستیک، به دنبال روندهای نزولی مشاهده شده در سه ماهه چهارم ۲۰۲۱، در طول سه ماهه اول ۲۰۲۲ روند صعودی داشت.

۸۴ بخش تراکنش در این به روز رسانی بازار برجسته شده است که پنج مورد از آن‌ها بیش از ۱ میلیارد دلار است.

به‌روزرسانی اخبار صنعت

شرکت کالاهای مصرفی مستقر در آلمان، هنکل، در تلاش برای افزایش تولید بطری‌های پلی‌اتیلن ترفتالات (PET) خود، روی یک قالب‌گیری کشتی از شرکت پرکننده و بسته‌بندی KHS، با قابلیت گرمایش ترجیحی، سرمایه‌گذاری کرده است. سیستم KHS ظرفیت فرآوری ۲۱۷۰۰ بطری در ساعت را دارد.

تولیدکننده بسته‌بندی مستقر در بریتانیا Sirane سرمایه‌گذاری چند میلیون پوندی را برای توسعه سایتی برای بخش هیئت مدیره نوآورانه خود اعلام کرده است. این مرکز در مجموع حدود ۴۰۰۰۰ فوت مربع فضای تولیدی به شرکت اضافه خواهد کرد. این

اخبار مواد اولیه

ExxonMobil Chemical تقریباً ۱ میلیارد پوند به ظرفیت رزین پلی‌پروپیلن در باتون روژ، لا، تا پایان سال اضافه خواهد کرد. ExxonMobil مستقر در هیوستون بیش از ۵۰۰ میلیون دلار برای این پروژه هزینه خواهد کرد که ظرفیت PP سایت را دو برابر خواهد کرد.

شرکت Compound تجارت رزین Exxelor را از Esso Deutschland GmbH به قیمتی نامشخص خریداری کرده است. این خرید ظرفیت ترکیب سالانه شرکت آن‌ها را به بیش از ۱۵۰ میلیون پوند افزایش می‌دهد و به شرکت اجازه می‌دهد تا به بازارهای جدید دست یابد.

سازنده مواد شیمیایی متنوع مستقر در فرانسه، Arkema، خرید کسب‌وکار Ashland's Performance Adhesives را که قبلاً اعلام شده بود، به قیمت حدود ۱٫۶۵ میلیارد دلار در یک معامله تمام نقدی بسته است. بازرگانی Ashland's Performance Adhesives طیف گسترده‌ای از چسب‌ها را برای بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر و چسب‌های حساس به فشار برای بازارهای مختلف، از جمله برجسب‌های تزئینی، فیلم‌های محافظ و علائم، عرضه می‌کند.

منبع:

1. Confidential, Packaging Market Update, First Quarter 2022.

تسهیلات همچنین به Sirane اجازه می‌دهد تا در فناوری‌های بسته‌بندی سازگار با محیط زیست بیشتر سرمایه‌گذاری کند.

Bericap SC LLC از S.C.Cowpens، یکی از ۲۴ سایت تولیدی در سراسر جهان برای Bericap GmbH & Co. چندین خط تولید را برای ارائه خدمات به مشتریان در سراسر ایالات متحده و کانادا اضافه خواهد کرد. بریکاپ ۱۹/۷ میلیون دلار برای این مرحله توسعه اخیر هزینه می‌کند.

شرکت بسته‌بندی آلومینیوم بال مستقر در ایالات متحده شروع به ساخت یک کارخانه تولید قوطی در نورث همپتون شایر انگلستان کرده است. این کارخانه برای رسیدگی به تقاضای رو به رشد مصرف‌کنندگان برای قوطی‌های نوشیدنی آلومینیومی قابل بازیافت در نظر گرفته شده است. این شرکت در سال اول فعالیت خود بیش از یک میلیارد قوطی کاملاً قابل بازیافت تولید خواهد کرد و انتظار می‌رود برای جوامع محلی ۲۰۰ شغل ایجاد کند.

شرکت اتریشی بسته‌بندی و بازیافت ALPLA شرکت بازیافت آلمانی Texplast را خریداری کرده است. Texplast مستقر در Bitterfeld-Wolfen، گلوله‌ها و تکه‌های PET را از بطری‌های PET استفاده شده تولید می‌کند، که برای ایجاد پریفرم برای بطری‌های جدید استفاده می‌شود.



مدیر عامل
محمد اکبر زاده

تهران :
۰۲۱-۵۹۴۱
۰۲۱-۳۶۳۰۹۲۹۴-۵

تهران :
۰۲۱-۴۰۴۴۰۲۹۳

گروه صنعتی نگار

NEGAR INDUSTRIAL GROUP (NIG)

تولید کننده: سیلندرهای چاپ و کلیشه های ژلاتینی فتوپلیمری



آدرس کارخانه :

تهران، کیلومتر ۱۰ جاده تهریز - تهران، جاده سرم دارو (شهرک صنعتی عالی نسب) خیابان صنعتی سپند

دفتر تهران : خیابان آیت اله کاشانی، بین ابراهیمی و حسن آباد، روپروی شهرداری منطقه ۵، ساختمان آرمیتا، پلاک ۴۳۰، طبقه اول، واحد ۱۲



عضو حقوقی انجمن

آدرس : تهران - شاد آباد - خیابان ۱۷ شهریور
شرکت پروتئین گستر سینا - تلفن : ۶۶۸۰۶۲۷۲

دوره های آموزشی میدون
آموزش صفر تا صد
و حرفه ای کسب و کار

همکاری انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
با برنامه میدون در انجام مشاوره به کار آفرینان
وارد پنجمین سال خود شد

کارگاه آموزشی
مهارت آموزی
و آموزش کاربردی

مسیریابی شغلی
شناخت ظرفیت های
فردی و شغلی

مسابقه میدون
فرصت برای مطرح کردن
ایده و جذب سرمایه

آمایش سرزمینی
معرفی فرصت های
شغلی هرمنطقه



ماشین سازی حکمایی

دستگاه بسته بندی مایعات در کیسه پلی اتیلن

دارای تاییدیه ابتکار از سازمان پژوهش های علمی و صنعتی ایران

Liquid Packaging Machine in P.E Film



Plc5000P

- موارد بسته بندی : خامه قنادی ، کشک ، شیر پاستوریزه ، دوغ ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : یک و نیم لیتر الی پنج لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۵۰۰ بسته در ساعت



Plc2000 P

- موارد بسته بندی : مایعات نظیر شیر پاستوریزه ، دوغ ، شیر مدارس ، شیر کاکائو ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : ۲۰۰ میلی لیتر الی یک لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۳۰۰۰ بسته در ساعت



Plc1000 P

- موارد بسته بندی : مایعات نظیر شیر پاستوریزه ، دوغ ، شیر مدارس ، شیر کاکائو ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : ۲۰۰ میلی لیتر الی یک لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۲۰۰۰ بسته در ساعت

دفتر مرکزی : تهران ، استاد مطهری ، میرزای شیرازی

خیابان شهدا ، پلاک ۹ ، طبقه سوم ، واحد ۲۳

تلفن : ۱۷ - ۸۸۷۰۸۵۱۶ فاکس : ۸۸۷۲۸۲۳۳

همراه : ۰۹۱۲۱۰۹۱۱۶۴

صندوق پستی : ۳۵۳۳ - ۱۶۷۶۵

کارخانه : تهران ، جاده آبعلی ، جاجرود ، سعید آباد

خیابان البرز ، پلاک ۲۶

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



۰۲۱-۶۶۸.۷۷۸۶
۰۲۱-۶۶۷۸.۸۳۴

تهران، شادآباد، خیابان ۱۷ شهریور، شرکت پروتئین گستر سینا
Protein Gostar Sina CO, 17 Shahrivar St, Shad Abad, Tehran

مطالعه ای در مورد جایگاه طراحی بسته‌بندی و روش‌های آن

مبتنی بر دقت طراحی

سید روح اله ذوالفقاری، حسین نصرتی

شرکت طراحی مهندسی و تأمین قطعات ایران خودرو (سایپکو)، تهران

مقدمه

در طراحی بسته‌بندی می‌توان آن را به عنوان جایگاه‌یابی در برابر گروه‌های مصرف‌کننده، در برابر کارکردهای کیفی یا خاص کالاها و در برابر ویژگی‌های نشان تجاری تفسیر کرد، که به روشنی می‌تواند به عنوان رویه‌ها و روش‌های طراحی خلاصه‌سازی شود و می‌تواند "به طور دقیق حامل اطلاعات محصول به مصرف‌کنندگان باشند و عمیقاً مصرف‌کنندگان را تحت تأثیر قرار دهند. کاربرد روش‌های جایگاه‌یابی طراحی متفاوت می‌تواند نه تنها برنامه‌های طراحی بسته‌بندی را دقیق‌تر و استانداردتر سازد، بلکه می‌تواند به طور چشمگیری زمان طراحی بسته‌بندی را نیز کاهش دهد و طراحی بسته‌بندی محصول را به منظور تطبیق با اهداف طراحی پاسخگوی نیازهای بازار [۳]، نیازهای جمعیت و الزامات کارکردی بهبود بخشد [۱-۳].

رویه پایه طراحی بسته

هر مرحله از طراحی نمودن مدرن بسته، محتوا و روش طراحی خاص خود را می‌طلبد و هر یک از نزدیک با یکدیگر مرتبط هستند و تنها راه موفقیت در طراحی بسته‌بندی محصول را تشکیل می‌دهند.

جایگاه‌یابی طراحی، موضوعی در ارتباط با روش طراحی بسته است. بنابراین، الزامات رویه‌ای پایه طراحی بسته باید قبل از بحث در مورد دقت و صحت جایگاه‌یابی طراحی، از ابتدا درک شوند. [۴] در طراحی بسته، طراحان باید در مورد جهت‌گیری تولید برای مصرف‌کننده شفاف‌سازی نمایند. به عنوان یک نتیجه، ظاهر محصولات و طراحی بسته باید بر اساس ارائه

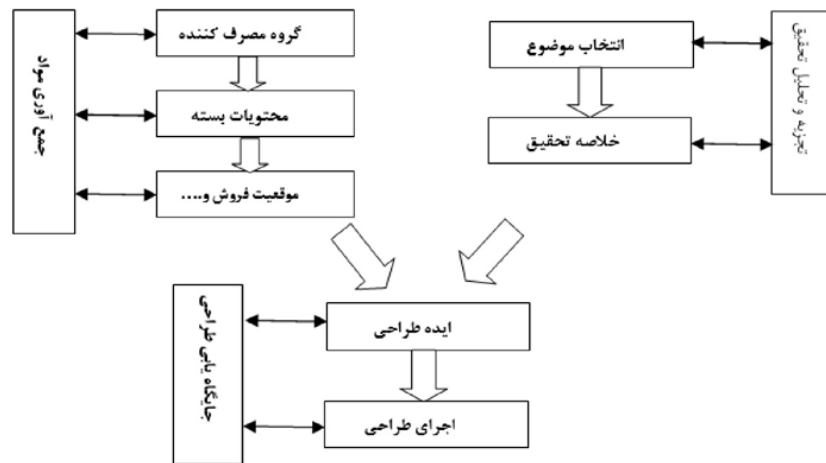
صنعت بسته‌بندی دارای جایگاه طراحی بسیار علمی و دقیق در فرایند تولید و ساخت است، تا نیازهای گروه‌های مصرف‌کننده برای بسته‌بندی کالاها را برآورده سازد. این مقاله، با شروع از رویه پایه برای طراحی بسته، بر روی کاربرد و روش‌های جایگاه‌یابی نشان تجاری، محصول و مصرف‌کننده، در مقوله طراحی بسته‌بندی تمرکز می‌کند و طراحان را قادر می‌سازد تا راه‌حلهایی برای بسته‌بندی محصول طراحی کنند که نیازهای بازار را بیشتر برآورده کنند و زمان طراحی را به طور چشمگیری کاهش دهند و نیز موجب بهبود دقت، مقرون به صرفه و علمی بودن طراحی بسته شوند.

همراه با بهبود نیازهای استاندارد و زیبایی شناختی زندگی انسان، وظیفه بسته‌بندی محصول، چیزی فراتر از حفاظت از محصولات است و باید به طور فزاینده توسط شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان به آن‌ها بها داده شود. بسته‌بندی محصول نه تنها یک ابزار قدرتمند برای فروش محصولات آن‌ها است، بلکه نماینده تصویر و نشان تجاری شرکت نیز می‌باشد. در رقابت شدید بازار، انتقال سریع و دقیق اطلاعات محصول و تصویر شرکت به مصرف‌کنندگان از طریق بسته‌بندی محصول مهم به نظر می‌رسد. "جایگاه‌یابی یا یافتن موقعیت و جایگاه برای طراحی"، یک اصطلاح است، که "جایگاه" در آن به معنای موقعیت و جهت‌گیری است. بنابراین، جایگاه‌یابی طراحی به طراحی با یک هدف روشن و طراحی دقیق اشاره دارد، که مفهوم آن را می‌رساند. و

خدمات به مصرف‌کنندگان و تحت شرایط فروش و نیازهای بازار باشد.

اهمیت بسته محصول در موارد زیر نهفته است: از منظر مصرف‌کنندگان، آیا بسته به وضوح می‌تواند صفات و ویژگی‌های محصول را بیان کند؟ و از منظر شرکت‌ها، آیا بسته می‌تواند به طور مؤثر فروش را ارتقاء دهد؟ بنابراین، برای تکمیل طراحی بسته، یک روش

طراحی منطقی مورد نیاز است. رویه پایه طراحی بسته، برنامه‌ریزی یا آرایش طراح در کل فعالیت طراحی است به طوری که هدف او از طراحی بسته‌بندی که به درستی مراحل کار را مطابق با برخی از قوانین علمی به منظور دستیابی به هدف کلی در (شکل ۱) نشان داده شده، به دست آید.



شکل (۱): رویه پایه برای طراحی بسته‌بندی

جایگاه‌یابی برای طرح بسته

جایگاه‌یابی طراحی در طراحی بسته‌بندی بر روی مناسب بودن، هدفمند بودن و دقت و صحت طراحی تمرکز می‌کند و مطالب و مسیر اصلی را برای مفهوم و بیان آینده تعیین می‌کند. اهمیت اصلی در برجسته کردن ویژگی منحصر به فرد کالاها که کالاهای دیگر آن را ندارند و محتویاتی که باید به طور خاص با استفاده از جایگاه‌یابی طراحی بیان شوند و در نهایت تعیین زمینه درست بسته کالاها و در عین حال مشخص نمودن مشخصات بسته نهفته است. سه عنصر پایه جایگاه‌یابی طراحی عبارتند از: نشان تجاری، محصولات و مصرف‌کنندگان [۵].

جایگاه‌یابی نشان تجاری و روش‌های آن

جایگاه‌یابی نشان تجاری، یک فرایند یا اقدام مانند ایجاد یک تصویر منحصر به فرد نشان تجاری مطابق با محصولات اصلی بر اساس شرط تجزیه و تحلیل جامع بازار هدف و رقابت، طراحی و گسترش تصویر کلی از نشان تجاری و در نهایت، گرفتن یک مکان منحصراً ارزشمند در داخل مصرف‌کنندگان هدف می‌باشد. هدف از این کار، طراحی صفت محصول، گسترش ارزش نشان تجاری و در نهایت ایجاد یک جایگاه منحصر به فرد برای این نشان تجاری در مشتریان هدف با نگاهی به احساسات ذهنی مصرف‌کنندگان هدف، با استفاده از طراحی تصویر کلی برند است. جایگاه‌یابی نشان تجاری، یک اقدام مهم است که

شرکت‌ها برای ساخت یک تصویر منحصر به فرد بازار و ایجاد مزایای رقابتی اتخاذ می‌کنند [۶-۷].

یک نام، اصطلاح، یک نماد، یک علامت، یک طراحی یا ترکیبی از آن که برای متمایز نمودن محصولات یا خدمات دیگر رقبا مورد استفاده قرار می‌گیرند، می‌تواند حامل نشان تجاری باشد. تصور در مورد حامل نشان تجاری در داخل مصرف‌کنندگان به منزله یک منبع افزایش دهنده ارزش است. از آنجایی که هویت (شناسه) نشان تجاری ثبت می‌شود و تحت قانون

محافظت می‌شود، تصویر آن مانند شکل و نماد دارای مشخصه‌های شناسایی قوی و منحصر به فرد است به طوری که مصرف‌کنندگان به وضوح ویژگی‌های نشان تجاری محصولات مورد استفاده را درک می‌کنند و تحت تاثیر قرار می‌گیرند. بنابراین، روش اصلی جایگاه‌یابی نشان تجاری، برجسته کردن تصویر بصری نشان تجاری مانند نام، اصطلاح، نماد یا طراحی نشان تجاری است که در (شکل ۲ و ۳) نشان داده شده است.



شکل (۳): تصویر نشان تجاری کیت کت



شکل (۲): تصویر نشان تجاری پپسی

یک نشان تجاری را می‌توان از نام شرکت، یک حیوان، یک گیاه، نام فرد یا نام یک مکان نامگذاری نمود؛ یا با توجه به محتوی اصلی و مهارت طراحی نامگذاری نمود؛ یا با یک نام ساختگی از معنای ضمنی خوش شانس نامگذاری نمود. در کل، نام نشان تجاری باید محبوب، قابل فهم و جذاب باشد؛ معنای آن باید تعمیم داده شود، صحیح و پیچیده باشد؛ تلفظ آن باید قابل خواندن باشد و باید به طور کامل ویژگی‌های محصول را به صورت کلی و متفاوت از سایر، کالاهای مشابه را که باعث می‌شود مصرف‌کنندگان به یک درک عمیق برسند، انگیزه قصد خرید را در آن‌ها ایجاد می‌کند، نشان دهد و یک جای پای خوب برای تصویر شرکت در (اشکال ۴ و ۵) نشان داده شده است.

"نامگذاری یک نشان تجاری" یک فرایند دشوار تفکر و آغاز جایگاه‌یابی نشان تجاری است. به جای "نامگذاری یک محصول"، ما می‌گوییم: "نامگذاری نشان تجاری"، به این دلیل که "فرایند نامگذاری"، فرایند متحول نمودن بازار، جایگاه، تصویر، احساسات و ارزش در قدرت بازاریابی و راه‌اندازی جایگاه‌یابی و رقابت در بازار است. بیش از یک مارک ساده، نام نشان تجاری می‌تواند جایگاه‌یابی را تقویت کند و در رقابت دخیل شود، اما می‌تواند "مزایای همیشگی بازار را برای نشان تجاری" با ارزش تصویر احتمالاً پنهان آن اعطاء نماید. از این رو، چنین گفته‌ای وجود دارد: "یک نام خوب، یک نشان تجاری را قادر می‌سازد تا در نقطه شروع برنده باشد".



شکل (۵): بسته‌بندی بیرونی صفحه کلید PHILIPS

و جایگاه رنگ نشان تجاری می‌تواند موجب ایجاد احساسات در مصرف‌کنندگان شود. همانند اندام حسی افراد، رنگ، ارتباطات و احساسات مختلفی را به وجود می‌آورد، و موجب تجلیات عاطفی مختلفی از مصرف‌کنندگان می‌شود. انگیزش قصد خرید مشتریان در (شکل ۶) نشان داده شده است.



شکل (۴): بسته‌بندی ظرف EASY LOCK

رنگ در طراحی بسته دارای کارکرد بسیار مهمی در جایگاه‌یابی برای نشان تجاری است. یک طراحی رنگ نشان تجاری خوب، ارتقاء هویت نشان تجاری، ارتقای انتقال تمرکز نشان تجاری، جذب مصرف‌کنندگان و تقویت حافظه شناسایی را تسهیل می‌کند. رنگ، قدرتمندترین فرستنده اطلاعات در طراحی بسته است



شکل (۶): نمودار آماری گرافیک هاگ برای نشان تجاری و رنگ بصری

که به ارتقاء محصولات کمک خواهد کرد، برجسته شود. شکل نشان تجاری گاهی اوقات از تغییر شکل متن نشان تجاری می‌آید. منحصر به فرد بودن تصویر تایپ شده تا حد زیادی بیان تصویر نشان تجاری را تسهیل کند.

اشکال نشان تجاری به طور کلی از تصویر تبلیغاتی، مدل‌سازی هنری و نمودار کمکی تشکیل شده است. نیروی ابرازکننده شکل اصلی در طراحی بسته باید به منظور خیره کردن چشمان مصرف‌کنندگان و ایجاد ارتباط بین شکل و محصول در داخل مصرف‌کنندگان،

جایگاه‌یابی محصول و روش‌های آن

جایگاه‌یابی محصول در طراحی بسته موجب می‌شود مصرف‌کنندگان، اطلاعات مربوط به محصول از جمله انواع، ویژگی، روش فرآوری، روش و رده استفاده را از طریق طراحی بسته محصول بدانند تا در واقع یک مرجع خرید بصری و صحیح برای مصرف‌کنندگان فراهم شود. مهم‌ترین عملکرد محتوا برای طراحی بسته بر اساس جایگاه محصول، بیان درست و واضح محصول با ظاهر بسته‌بندی آن به شیوه ترسیم یا تصویر است. به ویژه برای آن دسته از محصولات دارای ظاهر زیبا، رنگ درخشان و بافت خاص، ابراز مستقیم ظاهر برای جذب مصرف‌کنندگان کافی خواهد بود. یکی دیگر از روش‌های جایگاه‌یابی مهم در طراحی بسته محصول، مقایسه‌ی آن با سایر محصولات مشابه و برآورده کردن ویژگی‌های آن از طریق جایگاه‌یابی هدفمند است که می‌تواند در جنبه‌های زیر مانند: تنوع محصول، محل مبدأ، مواد خام، فن‌آوری فرآوری، روش، رده استفاده و غیره مدنظر قرار گیرد.

ویژگی‌های محصول عبارتند از: محل مبدأ آن، مواد خام، فن‌آوری فرآوری، روش استفاده و غیره. برای جذب مصرف‌کنندگان برای محصولات بدون ویژگی، مخصوصاً برای محصولات از یک نوع دشوار است. اهمیت جایگاه‌یابی ویژگی محصول در برجسته نمودن خود محصول به واسطه درک ویژگی‌های خود محصول و در عین حال، نشان دادن برتری آن نسبت به محصولات دیگر نهفته است. بنابراین، هنگام جایگاه‌یابی ویژگی محصول، باید ویژگی‌هایی را دریابیم و تعبیه نماییم که چشم مشتریان را خیره می‌کند و بنابراین آن‌ها را از محصولات مشابه متمایز می‌کند.

به واسطه متفاوت بودن مصرف‌کنندگان، محصولات با ویژگی‌های مختلف مورد نیاز است. به عنوان مثال، بیسکویت‌ها و نان‌های فوری مارک‌های مختلف، محصولاتی با طعم‌های مختلف برای مصرف‌کنندگان با طعم‌های مختلف تهیه می‌شوند تا دامنه فروش گسترش یابد. زمانی که مصرف‌کنندگان محصولات را خریداری می‌کنند، نقاط مختلف جایگاه‌یابی برای جلب اذهان خاص مفید هستند.

برای آن دسته از محصولات دارای زمان خدمات خاص، جایگاه‌یابی زمان خدمات می‌تواند درک زمان خدمات محصولات را برای مصرف‌کنندگان تسهیل کند. علاوه بر این، از منظر کسب و کار، زمان خدمت خاص اختصاص داده شده به محصولات می‌تواند استفاده از این محصولات در دوره خاص را به مصرف‌کنندگان القا نماید، به طوری که هدف از ترویج مصرف حاصل خواهد شد.

جایگاه‌یابی مصرف‌کننده و روش‌های آن

جایگاه‌یابی مصرف‌کننده در طراحی بسته‌بندی، به بازتاب صحیح شیء هدف فروش از طریق اطلاعات بسته محصولات اشاره می‌کند تا مشتریان بدانند که محصولات به چه کسانی فروخته خواهد شد. جایگاه‌یابی مصرف‌کننده، یک پیوند کلیدی در طراحی بسته محصول است که به‌طور مستقیم بر عملکرد فروش محصولات تأثیر می‌گذارد. در زیر، یک تحلیل از ذهنیت مصرف‌کنندگان، طبقه اجتماعی و جنسیت با استفاده از روش جایگاه‌یابی ارائه شده است.

هنگام جایگاه‌یابی مصرف‌کنندگان، در ابتدا سن، جنس، ملت، سطح فرهنگی، وضعیت اجتماعی، مذهب و شرایط اقتصادی مصرف‌کنندگان هدف باید مورد توجه قرار گیرند. صرفاً مطالعه نیازهای مصرف‌کنندگان، تجزیه و تحلیل مشخصات آن‌ها و طراحی هدفمند

مصرف‌کنندگان بهره برده‌اند و به خرید خود کمک کرده‌اند. حتی برخی از کالاها که مصرف‌کنندگان نیازی به آن ندارند، ممکن است به خاطر بسته زیبا خریداری شوند. بنابراین، بسته محصول باید مطابق با مقوله روانشناختی مصرف‌کنندگان طراحی شود. به عنوان مثال، بسته‌های نودل فوری برای کودکان نه تنها رنگ‌ها و تصاویری را که بچه‌ها دوست دارند، بلکه همچنین برخی از سری داستان‌ها را به منظور ایجاد انگیزه کودکان برای خرید فقط برای داستان اتخاذ می‌کنند. علاوه بر این، پیگیری زیبایی، طراوت و تنوع، ذهنیت مشترک انسان‌ها است. هنگامی که مردم به یک بسته عادت می‌کنند، خستگی از نظر زیبایی شناختی ممکن است ایجاد شود. بنابراین چگونگی یافتن ایده جدید و دادن احساسات جدید به مردم در طراحی بسته‌بندی بسیار مهم جلوه می‌کند. به عنوان مثال، بسته‌های بسیاری از محصولات، تازه و منحصر به فرد طراحی می‌شوند نیازهای روانشناختی مصرف‌کنندگان برای طراوت را تأمین کنند (اشکال ۷ و ۸).

بسته می‌تواند طراحی بسته را با موفقیت به جایگاه خود برساند. تفاوت میان عناصر فوق در میان مصرف‌کنندگان می‌تواند بر علاقه و طبع آن‌ها که ممکن است بسیار متغیر باشد، تأثیر بگذارد. بنابراین، هنگام جایگاه‌یابی طراحی، نتایج تحقیقات بازار که در مرحله آماده‌سازی طراحی انجام شده است، باید به طور خاص متمرکز شود و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. به عنوان مثال، لوازم آرایشی برای مردان بیشتر و بیشتر در بازار لوازم آرایشی و بهداشتی ظاهر می‌شوند، که بسته‌های مربوط به آن‌ها کاملاً متفاوت از زنان است. بسته‌ها با توجه به نیازهای زیبایی شناختی مصرف‌کنندگان مرد، بدون توجه به رنگ، شکل یا جنبه‌های دیگر طراحی می‌شوند.

جایگاه‌یابی مقوله روان‌شناختی مصرف‌کننده، یک روش جایگاه‌یابی عمیق‌تر در طراحی بسته محصول است که طراحان را ملزم می‌نماید تا نیازهای روحی و روانی مشتریان را به طور گسترده‌ای کاوش نمایند. بسیاری از بسته‌های موفقیت‌آمیز کالاها، از ذهنیت



شکل (۸): بسته نوشیدنی GLOJI



شکل (۷): بسته نوشیدنی موز

متفاوت باشد. برای مثال، جهت‌گیری کلی شخصیت کودکان، پر جنب‌وجوش و بی‌گناه است، اما این درجه از نظر شخصیت متفاوت است: برخی از آن‌ها، درونگرا هستند و برخی از آن‌ها بانشاط هستند. در مقوله‌های دیگر، این تفاوت وجود دارد.

نتیجه‌گیری

طرح بسته، نتیجه رقابت بازار در اقتصاد (مقرون به صرفه بودن) کالا است و جایگاه‌یابی طراحی در طراحی بسته‌بندی نقش مهمی دارد. جایگاه‌یابی درست می‌تواند به کسب و کارها کمک نماید تا کمیت‌های زیادی از کالاها را به فروش برسانند. جایگاه‌یابی طراحی در طراحی بسته با هدف شناخت مشخصات خاص محصولات، عبور از فرم و رویه سنتی بسته و در نهایت پیدا کردن محتویات بسته که چشم‌های مصرف‌کننده را جلب کند، صورت می‌گیرد. سه عنصر جایگاه‌یابی‌بندی طراحی بسته در بالا توضیح داده شده است، که به دلیل اندازه محدود بسته، نمی‌توان همه آن‌ها در یک بسته خاص بیان نمود. علاوه بر این، محتویات بیش از حد و متفرقه ممکن است اثر سوء داشته باشند. انتخاب جنبه‌هایی که باید مطابق با تحقیقات بازار، تجزیه و تحلیل محصول و اطلاعات بازار برجسته شوند و جایگاه‌یابی منطقی، امری مناسب است. در مواردی که نشان تجاری محصول به خوبی شناخته شده است، جایگاه‌یابی نشان تجاری باید گزینه اولیه باشد؛ اگر محصول از نظر کاراکنتر مشخص و سودمند باشد، جایگاه‌یابی محصول باید حمایت شود؛ اگر اشیاء محصول مصرفی واضح باشند، جایگاه‌یابی مصرف‌کننده باید انتخاب شود. پس از همه این‌ها، تبدیل شدن به

برای مصرف‌کنندگان دارای نیازهای خاص، جایگاه‌یابی هدفمند باید در طراحی بسته مورد توجه قرار گیرد. برای مثال، مصرف‌کنندگان با دیابت باید غذاهای بدون قند را انتخاب کنند. بنابراین با توجه به چنین نیازهایی، طراحی باید مستقیماً گروه‌های مصرف‌کننده را هدف قرار دهد و روی ترویج مصرف بهتر تمرکز نماید و افراد مدرن به طور فزاینده‌ای روی سلامت مواد غذایی تمرکز می‌کنند، بنابراین اطلاعات بهداشتی همانند: عدم داشتن افزودنی، رنگ مصنوعی و عدم داشتن نگهدارنده‌ها که در بسته برجسته می‌شوند، فروش زیاد را تسهیل می‌کند.

شخصیت مصرف‌کننده به کل مشخصات روان‌شناختی تثبیت شده بارز در نگرش مصرف‌کنندگان در مورد موضوعات عینی و رفتارهای اجتماعی آن‌ها اشاره دارد. شخصیت قوی به معنای فردیت است. شکل‌گیری شخصیت مصرف‌کننده، نتیجه بسیاری از عوامل بر روی فیزیولوژی، روانشناسی و ایدئولوژی اجتماعی است که در آن کیفیت مادرزادی، پایه طبیعی تشکیل آن است و آموزش، تعلیم و تمرین کسب شده، شرایط اجتماعی هستند. شخصیت‌ها و مشخصات مصرف‌کننده از طریق وراثت فیزیولوژیکی از یک سو توسعه می‌یابد که باعث می‌شود انسان‌ها به طور فزاینده‌ای رشد نمایند و عملکردهای مغز را به صورت مغز یک فرد جدید تکامل می‌بخشد و حفظ می‌کند و به منزله یک فردگرایی جدید می‌باشد؛ از سوی دیگر، رشد با سن و تأثیر محیط عینی تأثیر زیادی بر شکل‌گیری شخصیت انسان دارد. همانند مصرف‌کنندگان با گروه سنی مشابه، جنسیت مشابه و حرفه شغلی مشابه، به دلیل محیط، آن‌ها تا حدی دارای جهت‌گیری شخصیتی یکسان خواهند بود، اما درجه جهت‌گیری ممکن است

3. Zhenhe Ye, Xin Li, Ying Li. International Journal of Hybrid Informarion, v 6. N 5, p 67-78. 2013.
4. Zhitao Qiu, Yiqing Liu. Packaging Journal, vo2, no. 4. Pp. 38-41, Oct 2010.
5. Yeying Pang. Packaging Engineering.v.32, no. 22, p.79-84. 2011.
6. Zhenhe Ye.Ying Li. Qiaoxing Zhao.Xue Liu. Inrernational Journal of Smart Home, vol.8.no.1.pp.187-196. 2014.
7. Yingxiang Liao, Naili Chen. Packaging Engineering.v.20, no .3, p. 26-28. 1999.
8. Qiong Liu.. Shanghai Packaging .p.29-31. 2010.04.

یک فروشنده خوب از طریق جایگاه یابی دقیق، در رأس طراحی بسته قرار می گیرد.

منبع:

1. Ying Li., Hun Yao, Cong Song., Study on Packaging Design Positioning and Methods Based on Design Accuracy, January 2014.
2. Zhao xi, Yanpin. HaiyanGao. Discussion on Sustainable Development of Packaging Design, v.17.n.2. pp. 136-141.2011.

The poster features a white central area with orange and blue curved borders. It includes logos for the University of Tehran, the Society of Packaging Science and Technology, and Amadgaran. The main text is in Persian, announcing a conference on 'Role of Packaging Design in Transport and Handling' (نقش بسته بندی در لجستیک و حمل و نقل) for MBA students at the University of Tehran. The speaker is identified as Mr. Mostafa Amam Pour, Head of the Packaging Science and Technology Research Institute. The conference is scheduled for 13/05/19 (1402/05/19) at 17:00-19:00 (13/00-17/00) at the University of Tehran.



کارکردهای کیسه های کنفی



کمک به محیط زیست با بسته بندی کنفی (چتایی)
بسته بندی مواد غذایی خشک (برنج ، حبوبات)



بسته بندی و عدل بندی پنبه
بسته بندی فروشگاه‌های و هدیه ای
به عنوان ساک خرید و تزئینی
بسته بندی فلزات و اجسام سخت

شرکت عرضه کننده کیسه های کنفی (چتایی) در ایران
شرکت محمد علی دادگان
عضو حقوقی انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران

قابل توجه اساتید و مدرسین گرامی

انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران از اساتید و مدرسین فعال در رشته های مختلف گرافیک، هنر، طراحی، چاپ، اقتصاد، رایانه، پلیمر، صنایع چوب و کاغذ، مدیریت صنعتی، صنایع و بازرگانی که تمایل به تدریس در حوزه صنعت بسته بندی را دارند دعوت به همکاری می نماید. علاقمندان می توانند با ارسال سوابق فعالیت های خود به دفتر انجمن به شماره نمابر ۸۸۳۶۹۷۵۰، اینستاگرام @ISPST1395 و یا آدرس ایمیل انجمن ispst-pack.ir، contact@ تماس و اعلام همکاری فرمایند.

تلفن تماس برای پاسخ به سوالات: ۸۸۳۶۹۷۵۰

و بین‌المللی نشان می‌دهد، می‌تواند برای رسیدن به حجم ۵۰ میلیارد دلار هدف صادراتی ترکیه که سهمی از ۲۰ میلیارد دلار هدف نهایی تجارت خارجی ترکیه است، کمک نماید. این نمایشگاه هر ساله به رشد خود ادامه می‌دهد.

بیست هشتمین نمایشگاه بسته‌بندی اوراسیا توسط شرکت نمایشگاهی تویاپ با همکاری انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی و با حمایت انجمن ماشین‌آلات بسته‌بندی، انجمن تولیدکنندگان برچسب، انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی انعطاف‌پذیر، انجمن تولیدکنندگان کارتن‌های بسته‌بندی، انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی فلزی، انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی با کارتن‌های موج‌دار و انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی پلاستیک سخت برگزار خواهد شد.

نمایشگاه بسته‌بندی اوراسیا، بزرگ‌ترین نمایشگاه سالانه و تجاری صنعت بسته‌بندی در منطقه اوراسیا، از زمان افتتاح هر ساله به رشد خود ادامه داده است. این دوره از نمایشگاه که در مهر ماه سال جاری برگزار خواهد شد، آماده میزبانی ۱۲۰۰ شرکت و نمایندگی شرکت‌ها در فضایی به مساحت ۱۲۰ هزار متر مربع و در ۱۴ سالن می‌باشد.

فعالیت‌های تبلیغاتی در سطح بین‌المللی برای نمایشگاه صورت پذیرفته است.

نمایشگاه بسته‌بندی اوراسیا در یک غرفه تبلیغاتی در نمایشگاه بین‌المللی بسته‌بندی اینترپک شهر دوسلدورف کشور آلمان (۲۰-۱۴ اردیبهشت) با همکاری انجمن تولیدکنندگان بسته‌بندی به بازدیدکنندگان معرفی شد. علاوه بر این تبلیغات این نمایشگاه در ترن‌های داخل شهر دوسلدورف برای آگاهی بیشتر بازدیدکنندگان و غرفه‌داران نمایشگاه انجام شده است.

فرصتی منحصر به فرد برای ایجاد ارتباطات تجاری جدید!

بیش از ۱۲۰۰ شرکت داخلی و بین‌المللی فعال در زمینه صنعت بسته‌بندی محصولات، محصولات مکمل بسته‌بندی، مواد اولیه و محصولات واسطه صنعت بسته‌بندی، خدمات صنعت بسته‌بندی، چاپ بسته‌بندی، فناوری‌های تولید و تبدیل مقوا و کارتن، ماشین‌آلات بسته‌بندی، ماشین‌آلات تولید بسته‌بندی، دستگاه‌های کمکی، تجهیزات و سامانه‌های ماشین‌آلات، فناوری‌های نوشیدنی و مواد غذایی، فناوری‌های بازیافت بسته‌بندی و حمل‌ونقل در این نمایشگاه مشارکت خواهند نمود. پیش‌بینی می‌شود که حدود ۱۵ هزار نفر از بیش از ۱۲۰ کشور جهان در سال ۲۰۲۳ از این نمایشگاه بازدید خواهند کرد، این درحالی است که انتظار می‌رود تعداد بازدیدکنندگان از ۸۰ هزار نفر نیز بیشتر باشد.

بازدیدکنندگان نمایشگاه این فرصت را دارند که با تأمین‌کنندگان جدید ملاقات نموده و سرمایه‌گذاران جدید برای تجهیزات بسته‌بندی در تجارت خود را در طول این نمایشگاه و نمایشگاه فناوری‌های مواد غذایی اوراسیا بیابند. از سوی دیگر، غرفه‌داران نیز این فرصت را خواهند داشت که با تصمیم‌گیرندگان فعال در صنعت مواد غذایی و دیگر صنایع از ترکیه، اروپای مرکزی و غربی، بالکان، روسیه، قفقاز، آسیای مرکزی، خاورمیانه و آفریقا ملاقات نمود و حجم تجارت و ارزش نشان تجاری خود را افزایش دهند.

بلیط‌ها تا تاریخ ۱۹ تیر رایگان ارائه خواهد شد.

ثبت نام بازدیدکنندگان بیست و هشتمین نمایشگاه بسته‌بندی اوراسیا آغاز شده است. هدف این نمایشگاه جذب بازدیدکننده بیشتر جهت و ملاقات با شرکت‌های نوآور و خلاق در صنعت بسته‌بندی در صنایع غذایی و نوشیدنی، چاپ، کاغذ و لوازم تحریر، لوازم آرایشی و بهداشتی، نظافت و بهداشت، شیمی، رنگ و رزین و نفت، خودرو، صنایع دارویی و پزشکی، صنعت ساختمان،

بسته‌بندی جدید و خلاقانه، ماشین‌آلات و محصولات جدید را از نزدیک آزمایش و بررسی نمایند.

ظروف شیشه‌ای، لوازم خانگی و برقی، نساجی و پوشاک و کفش بوده و فرصتی برای بازدیدکنندگان ایجاد می‌کند که بتوانند در طول نمایشگاه راه‌حل‌های



همکاری انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران با سازمان انرژی اتمی ایران

تجاری نمودن دستاوردهای پروژه های تحقیقاتی بسته بندی مواد غذایی در جهت کمک به ماندگاری و صادرات مواد غذایی

۰۲۱ - ۸۸۳۶۹۷۵۰



سینا



شرکت صنایع چسب سینا

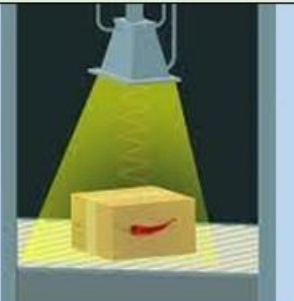
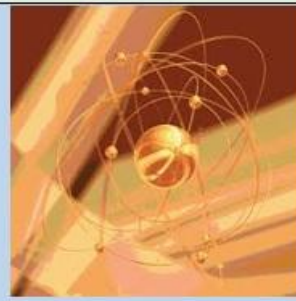
CHASB SINA



محصولات ما

صنعت چرم، کیف و کفش (چسب‌های صنعتی / پی یو و سوپر پی یو)
 صنعت ساختمان (چسب‌های لوله، برق و مسکینگ / چسب پی وی سی / چسب‌های سیلیکونی / چسب عایق الاستومری)
 صنعت چوب و مبلمان (چسب چوب / چسب مبلمان / چسب قابل اسپری)
 صنعت بسته‌بندی (چسب‌های نواری با ضخامت و کیفیت‌های متفاوت / چسب‌های نواری چاپ‌دار)
 صنعت کفیوش (چسب‌های موکت / فوری و کفیوش)
 چسب‌های مصارف عمومی (چسب‌های نواری / چسب‌های تیوبی / چسب ۱۲۳ / چسب‌های سیلیکونی / اسپری چسب)

تفاهم نامه رسمی انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
با سازمان انرژی اتمی ایران
برای تجاری سازی ماندگاری محصولات موادغذایی بسته بندی شده



مخاطبین انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران می توانند برنامه های
انجمن را در فضای اجتماعی لینکدین به آدرس زیر دنبال نمایند:



www.linkedin.com/in/ispst-packaging-1402P

اطلاعیه

قابل توجه دانشجویان گرامی

انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران از دانشجویان رشته های
هنر، گرافیک، اقتصاد، پلیمر، صنایع چوب و کاغذ، رایانه،
مکانیک، صنایع غذایی، صنایع و طراحی صنعتی برای گذراندن طرح
درسی کارآموزی دعوت به عمل می آورد.
دانشجویان گرامی می توانند در صورت تمایل با دفتر انجمن
مکاتبه و اعلام نیاز نمایند.

شماره های تماس: ۸۸۳۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰





آگهی جذب مدرس

مدرسين علاقمند به تدریس در صنعت بسته‌بندی با ارسال سوابق علمی و اجرایی خود به دفتر انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران به آدرس زیر می‌توانند اعلام آمادگی فرمایند.
آدرس: @ISPST1395 مدارک خود را دایرکت فرمایید.

 @ISPST1395



برگزاری دوره های تخصصی بسته بندی با ارائه گواهینامه از

انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
با نظارت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

۰۲۱ - ۸۸۳۶۹۷۵۰



اطلاعیه

قابل توجه دانشجویان گرامی

انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران از دانشجویان رشته های هنر، گرافیک، اقتصاد، پلیمر، صنایع چوب و کاغذ، رایانه مکانیک، صنایع غذایی، صنایع و طراحی صنعتی برای گذراندن طرح درسی کارآموزی دعوت به عمل می آورد.
دانشجویان گرامی می توانند در صورت تمایل با دفتر انجمن مکاتبه و اعلام نیاز نمایند.

شماره های تماس: ۸۸۳۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰



آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که چگونه فناوری ممکن است بر تجارت در سال ۲۰۲۳ تأثیر بگذارد؟

مترجم: دکتر منا شایسته کیا

چگونه امکان دارد مصرف‌کنندگان به روند تجارت‌های کلان متصل شوند؟

آیا تا به حال فکر کرده‌اید که چگونه فناوری ممکن است بر کسب‌وکارها در سال ۲۰۲۳ تأثیر بگذارد؟ و



همه بخش‌ها و شرکت‌ها، صرف نظر از اندازه آن‌ها، صورت نگیرد. متاورس و (اینترنت اشیاء) در فهرست کارآفرینانی که می‌خواهند فعال و رقابتی باقی بمانند، به صورت یک اجبار و الزام کاری خواهد بود.

من اخیراً مطلبی را از یک شرکت مشاوره در برزیل به نام [InfoWorker \(www.infoworker.com.br\)](http://www.infoworker.com.br) دریافت کرده‌ام که بر اهمیت برنامه‌ریزی شرکت‌ها برای پیشرفت‌های فناوریانه خود بر اساس نوآوری‌ها و تقاضای بازار تأکید می‌کند. آن‌ها از این فرصت استفاده کرده و ۱۰ روند گزارش شده توسط شرکت‌های بزرگ در بخش فناوری را فهرست کرده‌اند که ابزارهای ضروری برای همه شرکت‌ها در سال ۲۰۲۳ خواهد بود.

برخی از منابع فناوریانه باید در طی امسال پیشرفت کنند و علاوه بر پذیرش آن‌ها، یکی دیگر از چالش‌های مهم استفاده از آن‌ها برای پاسخگویی به رفتارهای جدید مصرف‌کنندگان خواهد بود. موارد زیر ۱۰ ابزار فناوریانه و ۵ گرایش مصرف‌کننده است که در مجموع می‌توانند موفقیت شرکت‌ها و مشاغل را افزایش دهند. در مورد صنعت چهارم و دیجیتالی کردن کسب‌وکار زیاد گفته می‌شود، اما هنوز یک بی‌اعتمادی در اتمسفر کاری وجود دارد: "آیا واقعاً فناوری بر روند شرکت من تأثیر خواهد گذاشت؟ پاسخ بیش از حد واضح است: بله! با ورود فناوری G5 در سال ۲۰۲۲، اجتناب ناپذیر خواهد بود که سال ۲۰۲۳ با پیشرفت بزرگ نوآوری در

۱. Metaverse - تجربه در واقعیت افزوده، دوقلوهای دیجیتال و تمام امکاناتی که پلتفرم متا برای تجربه مصرف‌کننده ارائه می‌دهد. این ابزار در حال حاضر توسط شرکت‌های سراسر جهان برای افزایش فروش استفاده می‌شود.

۲. (RPA) (Robot Process Automation) - استفاده از ربات‌ها، یعنی نرم افزارهایی که توسط کدهای رایانه‌ای فرمان می‌گیرند، برای کاهش فرآیندها، افزایش کارایی و کمک به جریان‌ها در تمام بخش‌های شرکت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. این اتوماسیون است که اطلاعات و فرآیندها را به الگوها تبدیل می‌کند. الگوریتم‌هایی که قادر به اجرای اقدامات برنامه‌ریزی شده و یادگیری توابع جدید هستند. ابزاری که دستوراتی را که توسط یک شخص اجرا می‌شود، درک می‌کنند. این به معنای جایگزینی کار انسانی نیست، بلکه به معنای پرهیز از هدر رفتن عملکردهایی است که می‌توانند به روشی خودکار انجام شوند.

۳. 5G- تا سال ۲۰۲۳ سرعت و اتصال متقابل بیشتری انتظار می‌رود. با این کار، شرکت‌ها باید روی نوآوری‌های داخلی یا برون‌سپاری سرمایه‌گذاری کنند تا بهترین‌ها را برای مشتریان خود ارائه دهند.

۴. Token (رمز) - انتظار می‌رود تراکنش‌های مالی به طور فزاینده‌ای امن باشند، زیرا توسط کلیدهای رمزگذاری شده محافظت می‌شوند. این فناوری به کاهش هزینه‌ها و امنیت روابط B2B و B2C کمک می‌کند.

۵. ESG در فناوری - دستور کار محیطی، اجتماعی و حاکمیت متحد و قدرتمندی در فناوری دارد. با فناوری می‌توان مصرف انرژی و ردپای کربن را کاهش داد. بهبود محیط کار برای کارکنان؛ و کنترل مدیریت بیشتری را نیز فراهم می‌کند.

۶. (Cybersecurity tools) ابزارهای امنیت سایبری - امضای دیجیتال، بیومتریک و تأیید حریم خصوصی، برخی از مکانیسم‌هایی هستند که تقاضای فزاینده‌ای

دارند. با الزامات قانون عمومی حفاظت از داده‌ها (LGPD)، شرکت‌ها باید با این روش جدید مدیریت داده‌های شخصی مشتریان، تأمین‌کنندگان و کارمندان سازگار شوند.

۷. هوش داده - این نیاز از قبل وجود داشت و باید به طور فزاینده‌ای بهبود یابد. جمع‌آوری اطلاعات در مورد کسب‌وکار، صنعت، و مصرف‌کنندگان، و درک آنچه آن‌ها می‌خواهند، به راهکار فروش کمک می‌کند.

۸. پلتفرم ابری (Cloud Platform) - سامانه ابری امنیت در سپرده‌گذاری داده‌ها را تضمین می‌کند و محدودیت فضایی ندارد. افراد مجاز می‌توانند اطلاعات را به اشتراک بگذارند، مشروط بر اینکه به اینترنت دسترسی داشته باشند.

۹. مهندسی پلتفرم - کاری است که توسط یک متخصص انجام می‌شود. کدهایی را برنامه‌ریزی می‌کند که بین نرم افزار و سخت‌افزار ارتباط برقرار می‌کند. آن‌ها همه سامانه‌ها را درگیر و حفظ می‌کنند به عنوان مثال، از امنیت برنامه‌هایی که در دنیای تجارت اساسی هستند، اطمینان حاصل می‌کنند.

۱۰. کسب و کار اجتماعی - وفاداری رابطه با مصرف‌کنندگان به طور فزاینده‌ای ارزشمند است و کسب و کار اجتماعی با جوامع کارمندان، تأمین‌کنندگان و شرکا کار می‌کند و راه‌حل‌های سفارشی ارائه می‌دهد. و چگونه می‌توان روندهای فناوری را با روندهای رفتار مصرف‌کننده که توسط Mintel (www.mintel.com.br) پیش‌بینی شده، برای سال

۲۰۲۳ تطبیق داد؟

به گفته این شرکت تحقیقاتی، انتظار می‌رود رفتار مصرف‌کننده طی پنج سال آینده با توجه به پنج روند جهانی تغییر و تکامل یابد:

۱. طرز فکر - مصرف‌کنندگان مشتاق خواهند بود که دوباره روی خودشان تمرکز کنند و نشان‌های تجاری می‌توانند به آن‌ها کمک کنند تا فردیت خود را دوباره کشف کنند.

ترکیب این رفتارهای مصرفی با فناوری‌هایی که در ابتدای متن توضیح داده شد، مطمئناً چالش‌هایی را به همراه خواهد داشت، اما نتایج بسیار خوبی را برای همه کسانی که به روز هستند و بالاتر از همه، آماده رویارویی با پدیده‌های جدید هستند، را به همراه خواهد داشت. این دیگر برای رسیدن به یک موقعیت خاص در بازار نیست، بلکه بخشی از یک فرآیند تکامل و یادگیری مستمر و پایدار است.

منبع:

*Liliam Benzi is WPO Press & Communication Liaison Officer and Runs its own Communication & Strategy Company for the Packaging Industry. LDB Comunicação Empresarial. l.benzi@worldpackaging.org (+55 11) 99989-1597.

۲. قدرت مردم - نشان‌های تجاری به طور فزاینده‌ای نیاز دارند تا صدایی به مشتریانی بدهند که در کنار نشان‌های تجاری در حال سرمایه‌گذاری، فعالیت مشترک و رأی دادن به تغییرات فناورانه هستند.

۳. خستگی بیش از حد - مصرف‌کنندگان از بار اطلاعاتی و حواس‌پرتی‌ها جلوگیری می‌کنند تا با آنچه واقعاً برایشان مهم است ارتباط برقرار کنند.

۴. محلی‌گرایی بین‌المللی - خرید محلی راهی برای مصرف‌کنندگان خواهد بود تا از نظر مالی، زیست محیطی و روانی از خود محافظت کنند و احساس کنند که در حال پس دادن هستند.

۵. هزینه‌های عمدی - عواملی مانند انعطاف‌پذیری، دوام و پایداری نقش‌های مهمی را در معادله ارزش مصرف‌کننده ایفا خواهند کرد.

**3P Plas™
Print Pack
PAKISTAN**

UFI Approved Event

هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی
پلاستیک و پلیمر، چاپ، بسته‌بندی و
صنایع وابسته

Incorporating Pharma Industry

۲۰ الی ۲۲ مهر ۱۴۰۲

کراچی - پاکستان

Organiser

UFI FAKT

www.inteep.ir
+۹۸۹۳۷۲۰۱۰۵۳
+۹۸۵۱۳۵۰۹۲۵۹۳

CELEBRATING 20 YEARS OF 3P PAKISTAN

Pakistan's Pioneer and Biggest Exhibition of the Industry!

مجموعه فصلنامه دنیای بسته بندی و تجارت



چشمه ارتباط با شما

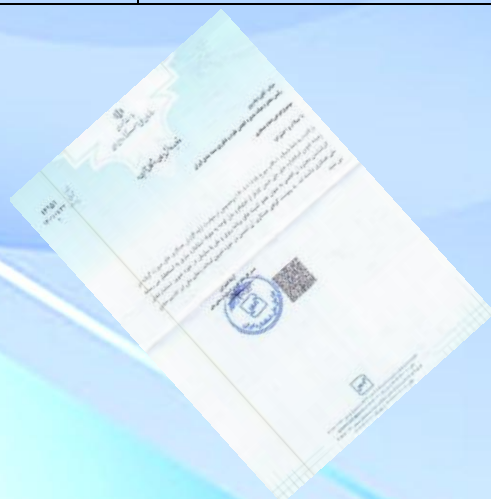
آدرس دفتر فصلنامه

تهران - میدان صنعت - خیابان هرمزان - خیابان پیروزان جنوبی
 نبش کوچه پنجم - ساختمان اسراء - طبقه همکف
 انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران
www.ispst-pack.ir
 Email: contact@isps-pack.ir
 تلفن : ۰۲۱-۸۸۵۷۵۶۰۰
 فکس : ۰۲۱-۸۸۵۷۵۶۰۶

شرکت صنایع چسب سینا
 CHASB SINA
 تهران - خیابان هرمزان - خیابان پیروزان جنوبی - نبش کوچه پنجم - ساختمان اسراء - طبقه همکف
 تلفن : ۰۲۱-۸۸۵۷۵۶۰۰
 فکس : ۰۲۱-۸۸۵۷۵۶۰۶
 وبسایت : www.ispst-pack.ir
 Email: contact@isps-pack.ir

فهرست سالانه استانداردهایی که انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران با سازمان ملی استاندارد ایران همکاری داشته است - (قسمت سوم)

ردیف	شماره استاندارد	عنوان استاندارد بسته بندی	تاریخ	شماره نامه ابلاغی
۸۱	۱۳۹۲۴	پاکت های کاغذی	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۲	۱۱۲۹	جعبه های بسته بندی گل کلم	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۳	۱۱۳۲	ظروف بسته بندی گل پیچ	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۴	۱۴۰۸	بسته بندی کالاها برای حمل و نقل هوایی (غیر از حیوانات زنده)	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۵	۱۴۰۱	ظروف بسته بندی انجیر خشک	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۶	۱۴۹۰	ویژگی های حلب خیار شور	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۷	۱۵۷۷	ویژگی های قوطی فلزی آبجو	۱۴۰۰/۰۳/۲۳	۶۹۳۲۷
۸۸	۱۴۴۱۷	بسته بندی کیسه ها و سایر محصولات پلاستیکی	۱۴۰۰/۱۱/۱۱	۲۹۸۶۰۳
۸۹	---	بسته بندی سلولزی	۱۴۰۰/۰۲/۰۴	۲۳۰۷۵
۹۰	---	پلاستیک ها - نی های نوشیدنی	۱۴۰۱/۱۲/۰۷	۳۲۴۸۵۸
۹۱	۲۱۳۵	بسته بندی - ویژگی های عمومی برچسب زنی	۱۴۰۱/۱۲/۰۶	۳۲۳۳۰۴
۹۲	۵۶۴۳	بسته بندی - اطلاعات مندرج بر روی بسته بندی	۱۴۰۱/۱۲/۰۶	۳۲۳۳۰۴
۹۳	۳۱۹۲	قوطی های فلزی آئروسلی - ویژگی ها و روش های آزمون	۱۴۰۱/۰۹/۱۳	۲۳۶۲۳۲



نگار

گروه صنعتی نگار

NEGAR INDUSTRIAL GROUP (NIG)

تولید کننده انواع چسب های نواری،
مایع، صنعتی و غیره
تهران : خیابان وزرا - کوچه یازدهم، پلاک ۴
تلفن : ۰۲۱-۴۲۱۲۳



شرکت صنایع چسب سینا



شرکت صنایع چسب سینا تولید کننده انواع چسب

جامع ترین نمایشگاه صنعت بسته بندی
در منطقه اوراسیا

EURASIA
PACKAGING ISTANBUL
2023

بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی
صنعت بسته بندی استانبول

EURASIA
PACKAGING ISTANBUL
2023

بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی صنعت بسته بندی
استانبول - ترکیه

۱۹ لغایت ۲۲ مهر ۱۴۰۲

محصولات بسته بندی ○ ماشین آلات بسته بندی و ماشین آلات فرآوری مواد غذایی ○ چاپ، تبدیل و برش

دفتر ایران ۰۲۱-۸۸۱۹۱۰۱۷-۹

www.PackagingFair.com

گونه ای منحصر از برچسب های هوشمند
که میزان تغییرات افزایش دما را مشخص می کند

مزایای نشانگر زمان-دما ویرا

- کاهش خطراتی که ممکن است کالا را تهدید نماید
- تغییر رنگ ایجاد شده نسبت به زمان
- غیر فعال بودن این برچسب در لحظه تولید
- حداقل قیمت تمام شده این محصول نسبت به سایر نمونه های موجود
- مشخص کردن حرارت وارد شده به بسته
- قابلیت تنظیم حرارت متناسب با نیاز



تولید انجمن علوم و فناوری
بسته بندی ایران
با همکاری
شرکت دانش بنیان بسامدگستر



تهران - میدان صنعت - خیابان هرمزان
خیابان پیروزان جنوبی - نبش کوچه پنجم
ساختمان اسراء - طبقه همکف
انجمن علوم و فناوری بسته بندی
www.ispst-pack.ir
Email: contact@isps-pack.ir
تلفن: ۰۰۸۸۵۷۵۶-۸۸۳۶۹۷۵
نمابر: ۰۶۸۸۵۷۵۶
نشانی مرسلات پستی:
تهران - صندوق پستی ۱۴۶۶۴۱۱۶۷





دوره‌های تخصصی بسته‌بندی با ارایه گواهینامه رسمی از انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران با نظارت وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

سازمان	سرفصل‌ها	عناوین				
	تعاریف بسته‌بندی/ کارکردها و هدف از بسته‌بندی/ صنایع بسته‌بندی ایران/ ویژگی‌های یک بسته‌بندی خوب/ انواع بسته‌بندی/ آماده‌سازی کالا برای بسته‌بندی/ بسته‌بندی‌های ویژه حمل‌ونقل/ روش‌های درج اطلاعات روی بسته‌بندی/ دسته‌بندی کالا و اهمیت بسته‌بندی هر یک از آن/ آشنایی با رنگ‌ها و فرم بسته‌بندی/ بسته‌بندی و محیط زیست/ روش‌های طراحی بسته‌بندی و عوامل مؤثر و... (۱۶ ساعت)	شناخت (مبانی) بسته‌بندی				
	مواد بسته‌بندی‌های چوبی/ کاغذی/ مقوایی/ شیشه‌ای/ فلزی/ پلاستیکی و کامپوزیت‌ها/ انواع بسته از مواد مختلف/ بسته‌بندی‌های جدید و هوشمند/ درب‌بندی/ آزمون‌ها/ ماشین‌آلات بسته‌بندی و... (۱۲ ساعت)	شناخت مواد بسته‌بندی				
	مقدمه و تاریخچه/ ویژگی یک بسته از نظر طراحی و مخاطب/ ارتباط برند و بسته‌بندی/ ارتباط بسته با خریدار/ تهیه دستور کار برای یک بسته‌بندی/ بریف خلاق در بسته‌بندی و نکات مهم در نوشتن بریف و تعادل مطالب موجود/ ساختار در بسته‌بندی اوربگامی و هندسه بسته‌بندی/ چاپ و انواع چاپ در بسته‌بندی/ عناصر بصری در بسته‌بندی و... (۱۲ ساعت)	طراحی بسته‌بندی				
	چوب و بسته‌بندی/ انواع بسته‌بندی‌های چوبی، اتصالات، طراحی بسته‌بندی‌های چوبی، معرفی مواد مصرفی، تعاریف پالت، انواع پالت، استانداردها، نحوه چیدمان، فناوری‌های جدید در ساخت و بازیافت و... (۱۲ ساعت)	چوب و پالت در بسته‌بندی				
	کاربرد پلاستیک‌های بسته‌بندی در صنایع غذایی و دارویی/ روش‌های فراوری 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... (۱۲ ساعت)	پلاستیک‌های بسته‌بندی				
	تحول فناوری ساخت کاغذ و چاپ/ الیاف سلولوزی و مواد شیمیایی/ تولید انواع خمیر کاغذ/ ساخت کاغذ/ ماشین‌های کاغذ و مقوا و سیستم‌های چاپ/ استانداردهای کاغذ، کارت، چاپ و... (۸ ساعت)	کاغذ، کارت و چاپ مدرن و استانداردهای آن‌ها				
	آزمون‌های حفاظت فیزیکی/ سقوط آزاد/ سقوط بر روی گوشه/ سقوط بر روی لبه/ ضربه افقی/ واژگونی/ غلتاندن/ انعطاف‌پذیر/ خمیدگی/ آزمون شرایط محیطی و... (۸ ساعت)	استاندارد آزمون‌های بسته‌بندی				
	اصول بسته‌بندی مواد غذایی/ انواع بسته‌بندی مواد غذایی/ جاذبه‌های یک بسته‌بندی/ بازاریابی و کنترل کیفیت/ چاپ و برجسب‌زنی/ ذخیره‌سازی، حمل‌ونقل و... (۱۲ ساعت)	بسته‌بندی مواد غذایی				
	معرفی مواد و ترکیبات آن‌ها/ فرایند تولید فرایند اتصال چسب و تأثیرگذاری آن / آزمون‌های عملکرد، آسیب‌های احتمالی و آسیب‌شناسی در تولید کارت (۸ ساعت)	ویژگی‌های چسب در کارتن‌سازی				
	آشنایی با انواع مواد خطرناک بر اساس کتاب UN، انواع مواد بسته‌بندی و انواع بسته‌های مرتبط با مواد خطرناک/ مشخصات و ویژگی‌های بسته‌بندی‌های مواد خطرناک/ برجسب‌های مواد خطرناک/ شرایط حمل و ذخیره‌سازی مواد خطرناک (۸ ساعت)	بسته‌بندی مواد خطرناک				
	مشخصات مواد و جوهرها، کاربرد مواد چاپی در صنعت کارت، معرفی مشخصات مواد کارت، فرایند مختلف چاپ روی کارت، ارزیابی از فرایند چاپ و آسیب‌شناسی (۸ ساعت)	چاپ و طراحی کارت				
	بیان تأثیر و اهمیت ارتباط تصویری نقش و جایگاه بسته‌بندی‌های ارتباطی که موضوع ارتباط تصویری دارند/ انواع روش‌های موجود ارتباط وضع تصویر با علائق مخاطبین / تأثیر تصویر بر حسب نوع بسته و کالایی که بسته‌بندی خواهد شد. (۸ ساعت)	ارتباط تصویری و نقش آن در بسته‌بندی				
	این نوع از دوره‌ها بر حسب نیاز مخاطبین صنعت بسته‌بندی و تولیدکننده کالا طراحی و برگزار می‌گردد. (۱۲ ساعت)	دوره‌های ویژه				
EMAIL: contact@ispst-pac.k.ir INST A: @ispst1395						

معرفی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی بسته‌بندی دنیا

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. در اینجا به بررسی یکی از این دانشگاه‌ها پرداخته می‌شود.

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

دانشگاه فنی ویسکانسین



خوبی انجام می‌دهد. برای دانشجویان و کارگران بزرگسال که می‌خواهند در زمینه بسته‌بندی شروع به کار کنند، اما آماده نیستند که به یک برنامه کامل چهار ساله بپردازند، WITC یک برنامه کارشناسی ارشد کاربردی در تکنسین سامانه‌های بسته‌بندی خودکار ارائه می‌دهد. با آموزش عملی از کارشناسان با تجربه، این برنامه تمام مهارت‌های فنی لازم برای ورود به حوزه در سطح تکنسین را فراهم می‌کند. این یک تعهد کم هزینه است که می‌تواند درب ورود به کار حرفه‌ای و مهارت‌های بیشتری را باز کند.

دانشگاه فنی ویسکانسین Indianhead نقش مهمی در آموزش فنی و حرفه‌ای ایالت ویسکانسین ایفا می‌کند. یک پردیس دانشگاهی مستقر در شمال ویسکانسین، دانشگاه فنی ویسکانسین هیلدئید یک مدرسه حرفه‌ای است که تأثیر زیادی بر شهروندان دارد: به عنوان یک دانشکده فنی، WITC برای پیشرفت مردم ویسکانسین برای کسب یک ابزار مقرون به صرفه و قابل دسترس برای کسب اعتبار و مهارت‌هایی که آنها نیاز دارند در وارد شدن به شغل‌شان مسئول می‌باشد و WITC این کار را به

مفاهیم و تعاریف کلی بسته‌بندی

Glossary of packaging terms

کرد. تهیه فوم به روش‌های گوناگونی صورت می‌گیرد که در همه موارد از عوامل پف‌کننده یا فوم‌کننده استفاده می‌شود. در قالب‌گیری پلی‌استایرن اکسپند شده (منبسط شده) از عوامل پف‌کننده شامل: گازهایی که قابلیت مایع شدن دارند (Liquefiable Gas) استفاده می‌کنند.

عوامل به تأخیر انداختن آتش‌سوزی (Agents Rerardant Flame):

اکثر مواد بسته‌بندی می‌توانند بسوزند ولی این مسأله در بسته‌بندی خطر جدی محسوب نمی‌شود (در مقایسه با کاغذ و مقوا). قابلیت آتش‌گیری مواد بسته‌بندی فله نظیر: فوم‌های سخت می‌تواند یک مشکل محسوب شود. به منظور کاهش قابلیت آتش‌گیری از موادی نظیر: کلراید آنتیموان و هیدرو کربن‌های آروماتیک پلی‌کلرینه قطعی استفاده می‌نمایند.

چسب‌های گرما سخت (Thermoset):
دارای چهار نوع متداول اوره فرمالدئید (UF) ملامین فرمالدئید (MF) فنل فرمالدئید (PF) و رزرسین فرمالدئید (RF) می‌باشند.

ورمیکولیت (Vermiculite):
از این مواد به عنوان ضربه‌گیر در بسته‌بندی شیمیایی قوی استفاده می‌شود. اهمیت این ضربه‌گیرها به خاطر خنثی بودن آنها در برابر اسیدها و بازها می‌باشد.

صفحات حباب‌دار (Sheet Bubble):
این صفحات از لایه‌های متعددی تشکیل می‌شوند (۲ لایه یا بیشتر). تاول‌های موجود حاوی هوا

در این بخش از فصلنامه در نظر گرفته شد تا با تعریف واژه‌های تخصصی و کاربردی در حوزه صنعت بسته‌بندی، دانش پژوهان را با این واژه‌ها آشنا ساخته تا در یکنواخت کردن تعاریف و ترجمه‌ها مؤثر باشد.

مواد چسبنده (Tack Low):

چسب‌های ضعیفی که در چیدمان به بسته‌ها زده می‌شود تا واحد بار تشکیل شده ثبات بیشتری داشته باشد.

کد بارها (Bar Code):

برای شناسایی دقیق محصول یا بسته در فروشگاه‌های خرده‌فروشی توسط دستگاهی الکترونیکی به کار برده می‌شوند.

گواه‌بر عدم باز شدن بسته (Evident Tamper):
در مواقعی که روی درب بسته مدرکی وجود داشته باشد می‌گویند که دلیل بر باز شدن بسته می‌باشد.

تصاویر هالوگرافیک (Holographic):
استفاده از تصاویر سه بعدی روی فیلم عکاسی بدون استفاده از دوربین، این تصاویر از تداخل حاصل از شعاع نوری همگرا و واگرا تشکیل شده است و برای روشن کردن آنها نور همگرایی از پشت تابیده می‌شود.

عوامل پف‌کننده (Agents Blowing):
بسیاری از پلاستیک‌ها به شکل فوم مورد استفاده قرار می‌گیرند. از جمله خصوصیات فوم، می‌توان به ضربه‌گیری و عایق بودن نسبت به حرارت اشاره

می‌باشند و از صدمه دیدن کالاها جلوگیری خواهند نمود.

ورق‌های انبساط یافته (فوم‌دار):

این ورق‌ها به دلیل اسفنجی و تخلخل زیاد به خوبی ضربات و ارتعاشات را جذب می‌کنند.

ضربه‌گیرهای آزاد جاری

(Cushioning Free -Flowing):

این ضربه‌گیرها از بعضی مواد پلاستیکی اکسپند شده تهیه می‌گردند. ضربه‌گیرهای آزاد جاری به صورت پوشال، لوله، حلقه، رشته و... در اطراف زیر و روی کالا ریخته می‌شوند.

چسب‌های هات ملت (Hot Melt Adhesives):

این چسب‌ها در دمای معمولی جامدند ولی در اثر حرارت مایع می‌شوند.

نوار چسب‌های حساس به فشار یا خود چسب

(Pressure- Sensitive Tapes):

شامل انواع نوار چسب‌های کاغذی، پلاستیکی، پارچه‌ای، فلزی و غیره که آغشته به چسب‌های مصنوعی هستند. این چسب‌ها به گرما و رطوبت نیاز ندارند.

نوار چسب‌های آب چسب

(Remoistenable Tapes):

معمولاً از کاغذ کرافت و مواد چسبنده‌ای که با آب فعال می‌شوند، تهیه شده‌اند.

جذب‌کننده (Ageless):

این جذب‌کننده‌ها شامل: از بین برنده‌های گاز اکسیژن است که میزان اکسیژن داخل بسته‌بندی را به کمتر از ۱۰۰ PPM کاهش می‌دهد.

بسته‌بندی‌های مقاوم در برابر کودک

(Child Resistant):

بسته‌هایی که احتمال گشودن و استفاده از محتویات آن‌ها توسط کودکان بسیار ناچیز باشد. این بسته‌بندی‌ها در مورد اقلام دارویی بیشتر به کار می‌روند.

(Soluble Solids Content) SSC:

معیاری از سفتی گوجه فرنگی است و برحسب درجه بریکس بیان می‌شود. درجه Brix عبارت است از: درصد شکر و به صورت میزان شکر (در واحد گرم) در یکصد گرم محلول در دمای ۲۰ درجه سانتی‌گراد بیان می‌شود و از آن در موارد تعیین غلظت شربت‌ها و میوه‌جات کنسرو شده استفاده می‌شود.

(Acidi Titrable) TA:

معیار ترش بودن و به صورت میزان اسید استیک (در واحد گرم) در یکصد گرم آب میوه بیان می‌شود.

Angle Hue:

معیاری برای اندازه‌گیری رنگ آب گوجه فرنگی که به وسیله کروماتر به محفظه نگهدارنده مایعات اندازه‌گیری می‌شود و گنجایش ۳۵ میلی لیتر آب میوه دارد و برحسب زاویه سایه رنگ Angle Hue بیان می‌شود.

PEL چیست؟

PEL مخفف عبارت Permissible Exposure Levels است. این عبارت به معنی "سطح مجاز در معرض قرار گرفتن" است. سطح مجاز در معرض قرار گرفتن در واقع به معنی میزان مجاز در معرض مواد خطرناک قرار گرفتن است. نمی‌توان در برابر مواد خطرناک بدون توجه به میزان مجاز قرار گرفت.

LTV مخفف عبارت Limit Values Treshold

است و به معنی "ارزش محدودیت آستانه" می‌باشد. اما خود این عبارت یعنی چه؟ استفاده بیش از حد از یک ماده می‌تواند حالت سمی به خود بگیرد. بنابراین برای استفاده از مواد مختلف، آستانه‌های مختلف وجود دارد و نباید بیشتر از آن آستانه و حد جلوتر رفت. این عبارت یعنی "ارزش محدودیت آستانه" در ارتباط با مواد شیمیایی مطرح است.

لایه میانی ایرلاینر (Airline Case Liner):

ایرلاینر یک لایه عایق پر از هوا است که قابلیت پر شدن و تخلیه دارد و دمای جعبه موج‌دار را سردتر نگه می‌دارد و به عنوان جانشینی برای بسته‌بندی‌های فومی معمول می‌تواند استفاده شود. این محصول برای حمل‌ونقل و محافظت مواد حساس به دما و فاسد شدنی طراحی شده است. در این لایه، از یک فیلم نفوذناپذیر حرارتی منعکس‌کننده استفاده شده است که از نفوذ حرارت جلوگیری می‌کند و به کمک سیل حرارتی به شکل هندسی دلخواه تبدیل می‌شود.

بسته‌بندی بعد از فروش

(After-Sales Packaging):

یکی از مواردی که تولیدکنندگان پوشاک سعی در بهبود آن دارند وضعیتی است که مشتریان انتظار دارند تا پوشاک خریداری شده را به خانه ببرند. اکثر خرده‌فروشان بسته‌هایی را برای حمل پوشاک توسط مشتریان تدارک می‌بینند که این بسته‌ها از کاغذ و مقوا یا ترکیبی از هر دو می‌توانند باشند، اما اغلب دارای اندازه مناسبی برای دربرگرفتن پوشاک نمی‌باشند. لذا لباس‌ها به طور صحیح درون بسته‌ها قرار نمی‌گیرند. بدین ترتیب فروشنده‌ها ناگزیر پوشاک را تا کرده و در این بسته‌ها (بسته‌های بعد از فروش) قرار می‌دهند.

تعریف بسته‌بندی:

در اینجا تعاریف مختلف بسته‌بندی از مراجع گوناگون نقل می‌گردد. - مرحوم دهخدا در فرهنگ خود بسته‌بندی را بستن اشیاء متفرق در یک لفاف یا در یک صندوق بیان می‌کند (لغت نامه دهخدا) - انستیتو بسته‌بندی آمریکا در کتاب لغت نامه خود بسته‌بندی را چنین تعریف می‌کند: در برگرفتن محصولات اقلام و یا بسته‌ها در یک کیسه، جعبه، لیوان، سینی، قوطی، لوله و یا فرم دیگری از ظروف که بتواند یکی از اعمال عمده زیر را انجام دهد: ۱- در برگرفتن کالا برای حمل‌ونقل و استفاده از محصول یعنی علت اصلی استفاده از یک بسته این است که بتوان محصول را از محلی به محل دیگر منتقل کرد. ۲- محافظت یعنی کالا را از شرایط محیط خارجی آن حفظ نماید از جمله عواملی نظیر: فشار، ضربه، رطوبت، نور و... که تأثیر هر یک از این عوامل بستگی به ماهیت محصول و حساسیت آن دارد. ۳- انتقال اطلاعات، بسته باید اطلاعات دقیقی از محتوی و محصول داخل خود را بیان کند. بنابراین اغلب اطلاعات واحد مصرف ایمنی، مصرف تقسیم کردن محصول، پیچیدن چند محصول با هم، استفاده دوباره از بسته و... را مشخص می‌نمایند.

مواد بسته‌بندی (Packaging Material):

مواد به کار رفته تشخیص یک سری مواد جامد ناشی از بسته‌بندی مستعمل (اولیه ثانویه و ثالثیه) یا مواد اولیه بسته‌هایی که نقش اصلی خود را در تضمین تحویل مطلب یک فرآورده ایفا کرده‌اند و باید دور انداخته شوند.

محصولات صنعتی:

مواد اولیه مصرف نشده بسته‌بندی و یا ظروفی که از طرف سازنده به خاطر شکسته شدن آسیب

مواد اولیه پس از عمل:

مواد اولیه غیرقابل استفاده بسته‌بندی، بسته‌های پذیرفته نشده یا قسمت‌هایی از آن‌ها که در طول مراحل تولید به وجود آمده‌اند و در کارخانه بازگردانی نشده‌اند بلکه مستقیماً به همان منظور در جایی دیگر انباشته شده‌اند.

مواد زاید پس از مصرف:

مواد مستعمل بسته‌بندی که از مصرف‌کننده به جای می‌ماند. این فضولات غالباً فاسد، کثیف، بسیار ناهمگن و پراکنده می‌باشند.

بازیافت یا بازگردانی مواد اولیه بسته‌بندی (Recycling Packaging Materials):

اعمالی که هدف از آن‌ها ورود مجدد مواد اولیه بسته‌بندی به مرحله تولید برای ساخت محصولات یا ظروف بسته‌بندی جدید می‌باشد. در این مورد مرحله تولید دوباره به طور کامل از سر گرفته می‌شود. به هنگام بازیافت بسته‌بندی‌های شیشه‌ای، شیشه‌های شکسته (Cullet) که معمولاً بر اساس رنگشان جدا شده‌اند دوباره به کوره ذوب ریخته می‌شوند. فلزات را می‌توان بدون هیچ مشکلی جدی بازیافت نمود. به طور کلی، بازگردانی باعث صرفه‌جویی در مواد اولیه و انرژی می‌شود. بازیافت پلاستیک‌ها (ترموپلاستیک‌ها) از نظر تئوری امکان‌پذیر است؛ اما در عمل با مشکلاتی مواجه می‌شوند؛ مشکلاتی از قبیل: ایجاد دگرگونی‌های ساختاری [ساختار پلاستیک‌های جمع‌آوری شده به خاطر دگرشوی گرمایی (Thermodegradation) و وضعیت آب و هوایی با پلاستیک‌های اصلی تفاوت دارند] گوناگونی وسیع مواد اولیه (مشکل جداسازی) وجود ناخالصی‌ها (به طور کلی مواد زاید فاسد شده را به سختی می‌توان خالص کرد). ضایعات پلاستیکی ناشی از مرحله شکل‌دهی گرمایی

یا طرز عمل نامناسب پذیرفته نمی‌شوند و مستقیماً برگردانده می‌شوند. - مواد زاید پس از مصرف: بسته‌بندی که از مصرف‌کننده به جای می‌ماند. این فضولات غالباً فاسد کثیف و بسیار ناهمگن هستند.

ظرف بسته‌بندی (Packaging Ware):

جزء اصلی بسته کانتینر، جعبه، بطری، کوزه و غیره مترادف بسته‌بندی.

لوازم فرعی بسته‌بندی

(Packaging Accessory):

اجزای تکمیل‌کننده بسته‌بندی (مثل چوب پنبه، برچسب طناب و...) می‌باشد.

بستن (Packing Accessory):

عمل بسته‌بندی که به واسطه آن فرآورده برای محافظت در لفافه و یا در دیگر ظروف قرار گرفته و پیچیده می‌شود.

بسته مصرف‌کننده

(Consumer Package):

بسته‌ای است که حاوی میزان نسبتاً محدودی کالا (برحسب واحدهای کیلوگرم و لیتر) بوده و به مصرف‌کننده نهایی داده می‌شود. طراحی این بسته برحسب نیازهای سیستم توزیع و الگوی عادی مصرف که به وسیله آن کیفیت فرآورده را می‌توان تضمین نمود، تعیین می‌شود (مترادف‌ها: بسته خرده‌فروشی - بسته اصلی).

ضربه‌گیری (Cushioning):

استفاده از وسیله یا ماده‌ای به منظور تخفیف آثار تکان‌های شدید حاصل از حمل و نقل و جابه‌جایی می‌باشد.

به طور کلی به میزان ۲۰٪ بازگردانی می‌شوند. ممکن است مواد زیاد پلاستیکی پس از مصرف را نتوان برای استفاده در بسته‌بندی مواد غذایی بازگردانی کرد. مقوا را می‌توان تا حدی بازیافت نمود. معمولاً کاغذ بسته‌بندی بازیافت نمی‌شود.

نشانه‌گذاری بسته‌ها

(Marking Packaging):

کاربرد اعداد، حروف، برچسب‌ها، ضمام، نمادها یا رنگ‌ها برای شناسایی و دستورات عمل‌های جابه‌جایی در زمان حمل‌ونقل و ذخیره‌سازی بکارگیری می‌شود.

بسته‌بندی‌های قابل استفاده در اجاق‌های

مایکروویو (Microwavable Packaging):

این بسته‌بندی با استفاده از مواد مقاوم در برابر دمای بالا و نفوذپذیر به امواج الکترومغناطیسی (با طول موج تقریبی ۲۸ سانتی‌متر) که در اجاق مایکروویو تولید می‌شود، به دست می‌آید.

بسته‌بندی‌های قابل استفاده در اجاق مایکروویو برای دربر گرفتن غذا در هنگام طبخ و یا در هنگام گرم کردن آن طرح‌ریزی شده‌اند. می‌توان از ورقه‌های آلومینیومی هنگامی که نازک و یکنواخت هستند به ویژه در بسته‌بندی‌های دو مأموریتی (قابل استفاده برای اجاق مایکروویو و سنتی) بهره گرفت.

بسته چند تایی (Multi Package):

چند بسته‌بندی اولیه (اصلی) که درون یک واحد مخصوص برای خرده‌فروشی جاسازی شده‌اند.

بسته‌بندی چند بار مصرف

(Multi-Trip Package):

بسته‌ای است که برای چندین بار چرخش در چرخه بسته‌بندی / مصرف‌کننده طراحی شده است.

بسته (Package):

نتیجه انجام یک سری کامل عملیات بسته‌بندی می‌باشد یا واحدی که حاوی تعدادی از فرآورده‌ها است. به عبارت دیگر: بسته فرآورده‌های بسته‌بندی شده را در بر می‌گیرد.

بسته‌ها با دیگر لفاف پیچی (Wrapping) از این نظر تفاوت دارند که بسته‌ها دارای پلمپ یا مهر و موم‌هایی هستند که برای دسترسی به محتوای بسته باید آن‌ها را شکست (برای اطمینان تولیدکننده و مصرف‌کننده).

بسته‌بندی (Packaging):

مجموعه اعمالی که در تهیه، آماده‌سازی و لفاف پیچی اجناس برای جابه‌جایی، توزیع، حمل‌ونقل، انبار کردن، تحویل و فروش به آخرین مصرف‌کننده دخالت دارند. این اصطلاح آماده‌سازی بسته‌بندی تکمیلی علامت‌گذاری و تهیه واحد بار را در بر می‌گیرد.

بسته‌های یکبار مصرف

(Throw-Away Packages):

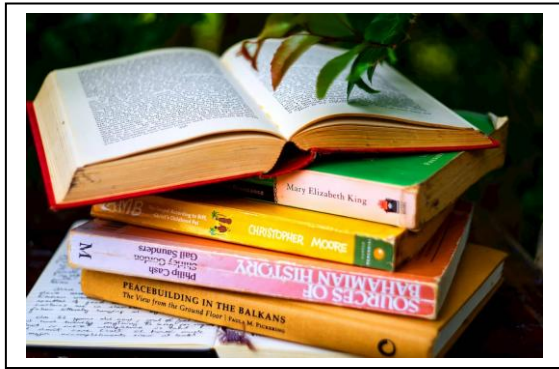
بسته‌هایی که فقط برای یکبار مصرف طراحی شده‌اند. مترادف: تک سفره (Trip-Single) یک سفره (Trip-One) و دور انداختنی.

بسته حمل‌ونقلی

(Transport Package):

بسته‌ای که به طور ویژه‌ای برای حمل‌ونقل و یا روش حمل‌ونقل طراحی شده است.

معرفی کتاب‌ها تخصص بسته‌بندی



عنوان: بسته‌بندی بهتر، دنیای بهتر



زبان: پرتغالی و انگلیسی

سال انتشار: ۲۰۱۴ میلادی

ناشر: Instituto de Embalagens

این مجموعه با کتابی در سال ۲۰۱۴ شروع شد که عنوان آن همان شعار Instituto de Embalagens یعنی بسته‌بندی بهتر، دنیای بهتر بود. در حال حاضر دو کتاب دیگر هم از این مجموعه به دو زبان پرتغالی و انگلیسی به نام‌های: بسته‌بندی انعطاف‌پذیر^۱ و بسته‌بندی پاپل بورد^۲ موجود است. کتاب جدید تحت عنوان بسته‌بندی آلومینیومی^۳ ارائه خواهد شد. اولین نسخه، سه زبانه همراه با زبان اسپانیایی خواهد بود. کتاب جدید تحت عنوان بسته‌بندی آلومینیومی ارائه خواهد شد. اولین نسخه، سه زبانه همراه با زبان اسپانیایی خواهد بود.

مدیر این انستیتو می‌گوید: "مانند سایر کتاب‌های این مجموعه، در کتاب چهارم هم ما اطلاعات کل سامانه بسته‌بندی را از مفاهیم تا ارائه نهایی از جمله بازار، طراحی، مواد، فرایندها، تجهیزات و پایداری، جمع‌آوری می‌کنیم. این محتوا توسط یک گروه از چندین رشته با هدف ایجاد یک کتاب مفید و قابل دسترس شکل گرفته است تا ارائه‌دهندگان بسته‌بندی آلومینیومی و شرکت‌های بسته‌بندی بتوانند قابلیت‌های حرفه‌ای جدید را بیاموزند و برای توسعه و نوآوری بر اساس دانشی جامع و بی‌طرفانه به راه‌حل برسند. رونمایی از این کتاب در نمایشگاه Interpack در دوسلدورف آلمان از چهارم تا دهم ماه مه، غرفه Instituto de Embalagens واقع در ورودی شمالی انجام خواهد شد. در حال حاضر برای توزیع جهانی این کتاب از طریق وب سایت و شبکه گسترده‌ای از حمایت‌کنندگانی نظیر: ایالات متحده آمریکا Interpack، (IOPP)، اروپا (Alufoil) استرالیا (AIP) آفریقا (IPO) اطلاع‌رسانی شده است. این کتاب توسط شرکت‌های زیر حمایت شده است: Arconic®، Ball®، Bemis®، Bispharma®، CBA®، FuturePack® و Novelis®، همه با هدف مشابه برای ارائه بینش عمیق‌تر بر روی موضوع بسته‌بندی و در نتیجه ترویج:

بسته‌بندی بهتر برای یک دنیای بهتر! برای همه و همیشه!

در حال حاضر آن‌ها کتاب جدید مجموعه را آماده می‌کنند. کتاب بسته‌بندی بهتر دنیای بهتر، با عکس‌های جدید و اطلاعات به روز شده در دو کتاب، یکی به زبان پرتغالی و دیگری به زبان انگلیسی به طور کامل طراحی شده است.

- 1- Flexible Packaging
- 2- Papelboard Packaging
- 3- Aluminum Packaging

برندینگ تا بازاریابی

بدون پیش پرداخت

با قرارداد رله‌ها

تا آخر اسفند ماه



موسسه اندیشه سازان ترقی کارگزار و مشاور برنامه های حمایتی سازمان صنایع کوچک و شهرکهای صنعتی ایران، کارگزار خدماتی پارک علم و فناوری قزوین، کارگزار تجارت فناوری فن بازار ملی (بازاریابی محصولات فناوری، تبادل و رفع نیازفناوری، جذب سرمایه طرح های فناورانه). کارگزار بازاریابی ماشین آلات خط تولید (تسهیلات 50 میلیاردی خرید ماشین آلات ساخت ایران - برنامه حمایتی جهت فروش ماشین آلات ساخت داخل با تسهیلات) و... است. موسسه اندیشه سازان ترقی انواع خدمات توانمندسازی با موضوعات توسعه بازار، راه اندازی سیستم های مدیریتی و ایزو، سایت و SEO، تولید محتوا و انواع تیزر، راه اندازی و تشکیل شرکت دانش بنیان و خلاق و انواع خدمات مشاوره مالی، مالیاتی، تامین اجتماعی، سرمایه های انسانی، صادرات و واردات و... را در اختیار واحد های سراسر کشور ارائه می کند

در یک طرح کم نظیر و ارزشمند در نظر داریم بدون دریافت پیش پرداخت، خدمات برند سازی و توسعه بازار نتیجه محور را با شرایطی عالی در اختیار واحد های تولیدی و صنعتی و استارت آپ های کشور قرار دهیم



تلفن ثابت : ۰۲۸۳۲۸۴۸۹۳۹

۰۹۱۲۰۲۲۹۳۰۱

موسسه اندیشه سازان ترقی | مقداد صفوی

Daneshbunyan.com

با ارائه گواهی نامه معتبر دوزبانه



MBA in Logistics & Transportation



دوره مدیریت ارشد کسب و کار لجستیک و حمل و نقل

(۲۵۰ ساعت - یکساله)



برگزاری دوره به هردو صورت
آنلاین و حضوری

- لجستیک معکوس و پایدار
- لجستیک درون کارخانه
- لجستیک پست
- مدیریت ارتباط با تامین کنندگان (تدارکات)
- شرکت های تخصصی لجستیکی
- لجستیک های خاص
- راه حل ها و پلتفرم های لجستیکی
- ردیابی و رهگیری کالا
- رویکردهای نوین لجستیکی

برنامه های تکمیلی:

- بازدید از انبارهای سنتی، نیمه مکانیزه و مکانیزه
- بازدید از بندر شهید رجایی و چابهار
- بازدید از هاب لجستیک پست
- بازدید از گمرک بازرگان
- بازدید از یک مرکز لجستیکی داخلی و خارجی

عناوین اصلی دوره:

- مباحث پایه ای
- اصول و مبانی لجستیک
- لجستیک تجاری
- مدیریت زنجیره تامین
- مدیریت توزیع
- مدیریت و برنامه ریزی حمل و نقل
- لجستیک بین الملل و ترانزیت
- خدمات گمرکی
- اسناد، مقررات و کنوانسیون های حمل و نقل
- حمل و نقل های خاص
- حمل و نقل دریایی و لجستیک بندری
- حمل و نقل زمینی (جاده ای و ریلی)
- حمل و نقل هوایی و لجستیک فرودگاهی
- حمل و نقل چندوجهی
- حمل و نقل کانتینری
- مدیریت انبارداری
- مدیریت موجودی
- بسته بندی
- هاب ها و مراکز لجستیکی

جهت شرکت در دوره حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی و قبولی در مصاحبه الزامیست.



طراحی و آموزش بسته‌بندی سنگ‌های ساختمانی و مصنوعات تهیه شده از سنگ به همراه اجرای پروژه‌های بسته‌بندی سنگ‌های تزئینی ساختمان



توسط طراحان و محققین همکار با
انجمن علوم و فناوری بسته بندی ایران



شرح خدمات:

- طراحی
- بررسی و ارائه نیازهای روز برای متقاضیان
- تأمین مواد و اجرای نمونه‌های تایید شده توسط کارفرما
- معرفی و ارائه استانداردهای روز بسته بندی سنگ
- تعیین نیاز بازارهای هدف
- طراحی کارگاه‌های بسته بندی سنگ
- برگزاری دوره‌های آموزشی در محل تولید و ساخت مصنوعات سنگ‌های ساختمانی
- ارائه گواهینامه‌های معتبر بسته بندی / حقوقی به شرکت‌های تولید کننده سنگ



تهران، میدان صنعت، خیابان هرمان، خیابان پیروزان
جنوبی، نبش کوچه پنجم، ساختمان اسراء طبقه همکف
تلفن: ۰۲۱-۸۸۳۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰
فکس: ۰۲۱- ۸۸۵۷۵۶۰۶
اینستاگرام: ISPST95
آدرس الکترونیکی: contact@ispst-pack.ir



IRRUX

An Event on Iranian
Export to Russian Federation



نمایشگاه بین المللی صادرات به روسیه

وزارت تعاون
استاندارداری و زنجیره تامین

جمهوری اسلامی ایران
اداره کل صنعت، معدن و تجارت
استان زنجان



GO RUSSIA

زنجان - ۱۸ الی ۲۱ مهر ماه ۱۴۰۲

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان زنجان (کاسپین)

10-13 Oct 2023 Zanjan International Exhibitions Center

صنایع غذایی، محصولات کشاورزی، قطعه سازی، صنایع خودرویی، انرژی، بهداشت...



برگزار کننده: شرکت نمایشگاه های بین المللی استان زنجان (کاسپین)

۰۲۱-۲۲۵۶۷۱۴۲

www.zanjanfair.com

۰۲۴-۳۳۴۱۴۰۰۰-۹

www.irrux.ir



فرم اشتراک فصلنامه دنیای بسته‌بندی و تجارت

«انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران»

نام: نام خانوادگی: رشته فعالیت:

نام شرکت: مسئولیت: مدیر کارشناس سایر

شماره شروع اشتراک: کد اشتراک (اگر قبلاً مشترک بوده‌اید):

نشانی: استان: شهرستان: خیابان:

کوچه: پلاک: کد پستی (حتماً قید شود):

تلفن: نامبر: مبلغ: ریال طی فیش

شماره مورخ: بانک تجارت شعبه:

پرداخت شد.



برای اشتراک فصلنامه « فصلنامه دنیای بسته‌بندی و تجارت »

اشتراک ۴ شماره، ارسال با پست سفارشی به مبلغ ۴/۸۰۰/۰۰۰ ریال

فرم اشتراک را کامل و خوانا پر کنید.

مبلغ اشتراک مورد نظر را به حساب جاری IR13018000000000376113671 بانک تجارت شعبه

۳۷۶۰ به نام انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران واریز و فیش نقدی آن را از طریق نامبر به شماره

۸۸۵۷۵۶۰۶ ارسال فرمایید.

لطفاً از ارسال وجه نقد، خودداری فرمایید.

نشانی: تهران، میدان صنعت (شهرک غرب)، خیابان هرمان، خیابان پیروزان جنوبی، نبش کوچه پنجم، ساختمان

اسراء، طبقه همکف انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران تلفن: ۸۸۳۶۹۷۵۰ - ۸۸۵۷۵۶۰۰ نمایر: ۸۸۵۷۵۶۰۶



فرم نظرخواهی 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	
					سر مقاله
					مرور اجمالی بر بسته‌بندی فعالیت بسته‌بندی M&A (سه ماهه اول ۲۰۲۲)
					مطالعه‌ای در مورد جایگاه طراحی بسته‌بندی و روش‌های آن مبتنی بر دقت طراحی
					گردهمایی صنعت بسته‌بندی در شهر استانبول در تاریخ ۱۹ الی ۲۲ مهر ماه ۱۴۰۲
					آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که چگونه فناوری ممکن است بر تجارت در سال ۲۰۲۳ تأثیر بگذارد؟
					فهرست سالانه استانداردهایی که انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران با سازمان ملی استاندارد ایران همکاری داشته است - (قسمت سوم)
					معرفی دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی بسته‌بندی دنیا
					مفاهیم و تعاریف کلی بسته‌بندی
					معرفی کتاب‌های تخصصی بسته‌بندی
					شاخص‌های مهم دیگر
				گرافیک و صفحه‌آرایی	
				تصاویر و عناوین ویراستاری	
					امور توزیعی
				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 نمابر به دفتر نشریه ارسال نمایید.

آدرس:

تهران- میدان صنعت (شهرک غرب)- خیابان هرمان- خیابان پیروان جنوبی- نیش کوچه پنجم- ساختمان اسراء- طبقه همکف-
 انجمن علوم و فناوری بسته‌بندی ایران
 تلفن: ۸۸۵۷۵۶۰۰ - ۸۸۳۶۹۷۵۰ نمابر: ۸۸۵۷۵۶۰۶
 www.ispst-pack.ir Email: contact@ispst-pack.ir

In the name of God
Packaging and Trade World Quarterly 

Forth Year - No. 15- Summer 2023
 The price: 1,000,000 Rials

Concessionaire: Comprehensive, Imam Hossein University.
Chief Editor & Director: Dr. 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 & Information Technology:

Behzad Moradi Saran

Editorial members:

Dr. Mostafa Emampour

Dr. Mohammad Hassan Maadi.

Eng. Nima SeyedolHokamaie

Dr. Samira Berenji Ardestani

Dr. Sepideh Bahrami

Behzad Moradi Saran

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.

Contents:

- ➔ Editorial 5
- ➔ M&A Packaging Activity Overview 7
- ➔ A Study On The Position Of Packaging Design And Its Methods Based On Design Accuracy 14
- ➔ Packaging Industry Gathering In Istanbul On 19-22 October 1402 23
- ➔ Have You Ever Wondered How Technology Might Affect Business In 2023? 29
- ➔ The Annual List Of Technologies That The Iranian Packaging And Science Association Has Collaborated With The National Standard Organization Of Iran - (Third Part) 33
- ➔ Introduction Of Universities And Packaging Research Centers In The World 37
- ➔ General Concepts And Definitions Of Packaging 38
- ➔ Introducing Specialized Packaging Books 43

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  ispst1395



شنیسل پیتزایی

محصول جدید گوشتیران

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

نوروزی

انتشارات نوروزی

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

انتشارات

شماره ۹
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

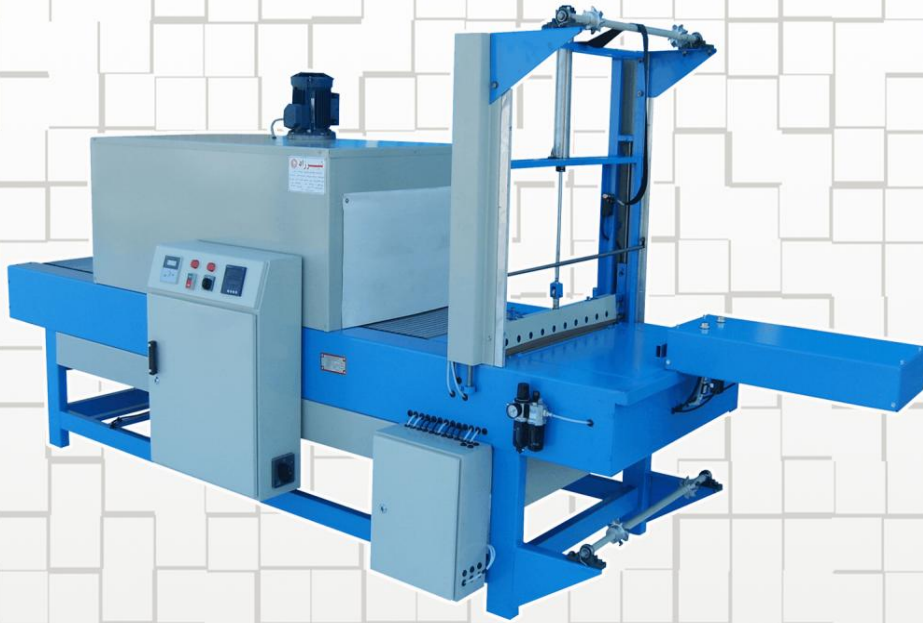
۰۱۷۳ - ۲۲۴۲ ۲۵۸ - ۲۲۴۱ ۳۸۵

۰۹۱۱ ۳۷۱ ۹۱۱۵ - ۰۹۱ ۲۷۰ ۷۷۱۶

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



شیرزاد



شرینک پک نیمه اتوماتیک



دستگاه استرچ پالت

پرکن مواد گرانولی



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


www.shirzad.biz

تلفکس : ۰۲۶-۴۴۲۲۴۷۵۷ و ۰۲۶-۴۴۲۲۴۶۶

موبایل : ۰۹۱۲-۴۰۶۱۰۴ و ۰۹۱۲-۱۲۰۷۹۱۱

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

Info@shirzad.biz

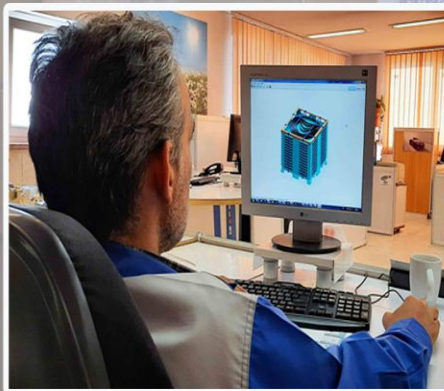
 [Shirzad_packing_co](https://www.instagram.com/Shirzad_packing_co)



شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو
(سهامی خاص)

شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو
Supplying Automotive Parts Co.

واحد مهندسی بسته بندی



کیلومتر ۱۲ جاده مخصوص کرج (شهید لشگری) - شرکت طراحی مهندسی و تامین قطعات ایران خودرو (سایپکو)