

شرکت چاپ نقش پردازان آسیا

ارائه‌دهنده انواع هولوگرام و برچسب‌های ضد تقلب و کاراشی

- چاپ برچسب اموال یک تا چند رنگ همزمان
- با برش و شماره سریال متغیر
- چاپ برچسب‌های صنعتی، PVC، کاغذ، متالایز، شبرنگ و روز رنگ
- چاپ وینیل، مش، شبرنگ indoor - outdoor
- چاپ طلق و پلی کربنات
- ساخت انواع پلاک‌های برنجی، مسی، آلومینیومی و استیل و بچ سینه
- برش و حکاکی با لیزر

هولوگرام

اختصاصی و عمومی حتی ۱۰۰۰ عدد



تولید مارکهای پلی استری نرم و نشکن



ارسال فایل از طریق تلگرام ۰۹۰۱۶۹۸۳۵۷۹

۰۹۱۲۶۵۰۶۲۵۸

همراه: ۰۹۱۲۶۹۸۳۰۷۹

تلفن: ۲۵ و ۲۷ و ۶۶۹۴۸۲۲۳-۲۱

E-mail: ighani.label@yahoo.com

www.npaprint.com

رفتار مصرف کننده در هنگام خرید

(بخش سوم)



■ مهدی رمضان

در دو قسمت قبل تلاش کردیم تا شما خواننده این مطلب را با مقوله بازاریابی عصبی به عنوان یکی از روش‌های نوین و تاثیرگذار بازاریابی جدید دنیا و همچنین ابعاد فنی آن آشنا کنیم. اما این قسمت یعنی بخش سوم این مقاله، به تجزیه و تحلیل رفتارهای مصرف‌کنندگان می‌پردازد، چرا که هر بازاریابی باید با آشنایی از ذائقه و رفتارهای مصرف‌کننده‌ها، شیوه کاری‌اش را انتخاب کند.



مصرف‌کننده بر اساس تجربه خرید، تصویر ذهنی‌اش از محصول و میزان آشنایی با نام محصول تمایل خود را از خرید به صورت ناخودآگاه تعیین می‌کند. به عنوان نمونه واکنش افراد برای خرید یک برند موبایل ناآشنا، عدم اطمینان به آن است اما در صورتی که برند بارها در تبلیغات و رسانه‌ها به او یادآوری می‌شد تمایل بیشتری برای بررسی آن محصول که دیگر در ذهن او ناشناخته نیست وجود خواهد داشت.

سیستم تصمیم‌گیری نوع یک توسط کانمن به عنوان یکی از اجرای تفکر سریع معرفی شده است. تصمیم‌گیری بر اساس احساسات و تجارب سیستم نوع یک است، در حالی که دوم در حقایق و منطق استوار است. نوع اول به درک وابسته است اما نوع دوم بر انطباق با قوانین مربوط به منطق استوار است. سیستم یک اشاره بیشتر به نوع پردازش ناخودآگاه دارد در حالی که سیستم دوم معتقد است که پردازش آگاهانه انجام می‌پذیرد، تفاوت این دو سیستم بر اساس تفاوت بین پردازش و ظرفیت ذخیره‌سازی این دو است. این سیستم نوع یک مدل خرید با توجه به بسته‌بندی را بهتر مطرح می‌کند.

در این مورد، سیستم یک بر احساس‌ها و برداشته‌های ذهنی متمرکز است و سیستم دو به نظرات و اقدامات متمرکز خواهد بود.

■ عوامل تصمیم‌گیری مشتری در بسته‌بندی

در حالی که تحقیقات مرسوم بازار از تکنیک‌های قدرتمند مانند نظرسنجی، مصاحبه‌ها و بحث‌های گروهی استفاده می‌کنند، اوکانل گفت: «علوم اعصاب شروع به ارائه برخی از امکانات جدید کرده است که به بازاریابان در درک محرک‌های تصمیم‌گیری که بیشتر بر پایه شهود هستند تا استدلال یا تجزیه و تحلیل کمک می‌کنند. تکنیک‌های علوم اعصاب، مانند اسکن مغز و ردیابی چشم، پاسخ‌های مردم را به طور غیرمستقیم و نه به طور مستقیم می‌سنجند.»

اوکانل یک مرور کلی از علوم اعصاب، انطباق آن و ارزش آن برای تحقیقات بازار، تکنیک‌های

خاص، و نمونه‌هایی از برنامه‌های کاربردی ارائه داده است. او نتیجه گرفته است، در حالی که روش‌های علوم اعصاب یک افزودنی مفید به روش‌های تحقیقات متعارف بازار هستند، بینش بیشتری را می‌توان برای پاسخ مصرف‌کنندگان به مارک‌ها و بازاریابی، در زمانی که هر دو نوع روش ترکیب می‌شوند، به دست آورد.

به عنوان نمونه زمانی که برای مشتری تعداد زیادی انتخاب در دسترس باشد، موجب اضطراب می‌شود و تصمیم‌گیری او را فلج می‌نماید. به همین دلیل نایبستی تنوع زیاد در بسته‌بندی برای یک محصول به وجود آورد.

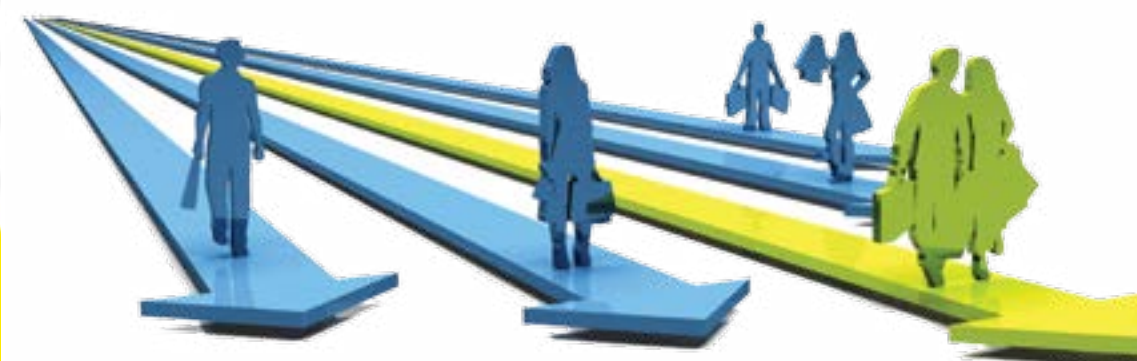
در آزمایشی یک خواروبارفروش روی یک میز یک ردیف جدیدی از مرباها را در ۲۴ نوع مختلف گذاشت و نمونه هم ارائه داد. ۶۰ درصد مشتریان ایستادند و مرباها را تست کردند اما فقط ۳ درصد از مشتریان خرید کردند. روز بعد مغازه‌دار ۶ نوع مربا را روی میز قرار داد و ۴۰ درصد مشتریان مکث کردند و ایستادند و ۳۰ درصد آنها خرید کردند. دومی تصمیم کنترل پذیرتری بود. در بسته‌بندی در حجم و تنوع ویژگی‌های بسته نیز بایستی این موضوع را در نظر گرفت.

■ کیفیت تصاویر

تصویر یک محصول به دلیل اینکه مستقیم توسط قسمت بصری مغز انسان تجزیه می‌شود اثرگذاری بیشتری نسبت به متنی دارد که در مورد آن محصول نوشته می‌شود. از طرفی هر چه کیفیت یک محصول بهتر باشد به صورت ناخودآگاه این تفکر را در ذهن کاربر ایجاد می‌کند که کیفیت این محصول چگونه است، نکته دیگر این است که به دلیل مجازی بودن فروشگاه، ایجاد حس اعتماد بین کاربر و سایت یک امر مهم است که با بالا بردن کیفیت تصویر، حس واقعی‌تر و ملموس‌تری در ذهن کاربر ایجاد می‌شود.

■ علم اعصاب درباره مصرف

یکی از کشفیات مهم علم اعصاب که می‌تواند در مورد مصرف‌کننده به کار رود، آن است که حدود ۹۵ درصد تصمیماتی که ما می‌گیریم، غیرآگاهانه هستند. بنابراین، کنار گذاشتن احساسات‌مان در زمان خرید



PAYAMPAKAT

■ ساک دستی های کاغذی و مقوایی
تولید کویس، پرچست-سازی، المکت‌های ویژه

■ تولید ساک دستی های پارچه ای
پارچه های سوزنی، پرچست، پریمس و نوختس

■ جعبه ها و بسته بندی های نفیس
جعبه های لوکس شکلات، بسته بندی هداایع صادراتی



ساخت ساک دستی های یک تکه، دو تکه و ساک دستی آماده

PAYAMPAKAT

چاپ و تولید نفیس ترین پاکت ها و جعبه ها

☎ ۰۲۱ ۶۶۴۷۸۴۷۹ ☎ ۰۹۱۹ ۷۳۶۵۱۲۱
☎ ۰۲۱ ۶۶۴۷۸۴۷۶ ☎ ۰۹۱۲ ۷۳۸۳۳۷۴
🌐 payampakat.com 📷 payampakat



از انتقادهای کلیشه‌ای عبور کنیم

توسعه صنعت چاپ در بسته‌بندی، شتابان اما ناکافی



■ اصغر قاسمی

بارها این جمله کلیشه‌ای را شنیده‌ایم که چرا محصولات ذیقیمت کشور خود را به صورت فله‌ای صادر می‌کنیم. این جمله را بارها از زبان مسئولان دولتی و بخش خصوصی در همایش‌ها و مناسبت‌های مختلف شنیده‌ایم اما با این وجود در این مجال قصد دارم تا یک بار دیگر این سوال کلیشه‌ای اما بنیادین و مهم را طرح کنم؛ سوالی که به نظر می‌رسد مسئولان دولتی به طرح آن علاقه بیشتری دارند تا به پاسخ درخور برای آن. به راستی چرا ما که در محصولاتی خاص مانند زعفران که دارای مزیت نسبی هستیم اینگونه تولیدات ارزنده خود را به چوب صادرات فله‌ای بسته‌ایم و آتش به ارزش نسبی‌مان زده‌ایم و تولید خاک و بوم خودمان را در جهان به نام اسپانیایی‌های بیگانه کرده‌ایم؟ پاسخ این پرسش را بدون شک همه می‌دانیم: ضعف ما در صنعت بسته‌بندی و چاپ محصولات چاپی که یکی از شاخه‌های مهم صنعت بسته‌بندی است موجب این خسران شده است. اما من در این مجال می‌خواهم از زاویه‌ای دیگر به ماجرا نگاه کنم.



■ تغییرات مهم در صنعت چاپ و بسته‌بندی

به اعتقاد من صنعت چاپ در محصولات بسته‌بندی در خلال سال‌های گذشته دستخوش تغییراتی شده است که نباید از نظر دور داشت. نباید مرتب یک سوال تکراری و مجموعه‌ای از انتقادات را به صورت زنجیره‌ای تکرار کرد و به نتیجه مشابهی رسید. واقعیت این است که علی‌رغم ضعف‌های بسیاری که صنعت چاپ ما در محصولات بسته‌بندی با آن رو به رو بوده است در سال گذشته این صنعت توانسته است گام‌های مهمی را در این شاخه بردارد.

شاید یکی از مهم‌ترین دلایل‌های این باشد که با گسترش اینترنت و مطالعه مجازی و مواردی از این قبیل صنعت چاپ از بازار چاپ و نشر کتاب و روزنامه دل کنده شد و همین دغدغه موجب شد تا چاپگران ما بیش از گذشته به شاخه‌های دیگر بیندیشند؛ شاخه‌ای که از قضا کشور ما پتانسیل خوبی هم در آن دارد: چاپ بر روی محصولات بسته‌بندی، یا همان چاپ بسته‌بندی.

در سال‌های گذشته انبوهی از محصولات از قبیل محصولات دارویی، محصولات سیم‌کارت و... در کنار بسته‌بندی، محصولات کشاورزی بازار بکری را برای صنعت چاپ ایجاد کرده‌اند. البته بخشی از این محصولات مانند دارویی از گذشته نیز وجود داشته‌اند اما گسترش محصولاتی مانند سیم‌کارت و... نیازهایی تازه‌ای بوده که طی یک تا دو دهه گذشته برای صنعت چاپ ایجاد شده است.

این شرایط موجب شده‌اند تا سهم تولیدات چاپگران کشور از نیازهای مصرفی داخل رو به افزایش نهد. این موضوعی است که اغلب در مباحث مطرح شده در مورد صنعت چاپ و بسته‌بندی مغفول نهاده



می‌شود. البته که سهم چاپگران ما سهم قانع‌کننده‌ای نیست و باید افزایش یابد، البته که چاپگران ما می‌توانند و باید که به سمت توسعه توان خود برای کسب سهم بیشتری از ظرفیت داخلی و برآوردن نیازهای مصرفی چاپ بسته‌بندی حرکت کنند، اما این موضوع را نباید مغفول گذاشت که صنعت چاپ در سال‌های گذشته رو به جلو پیش رفته است و گام‌های برداشته شده را نباید کم‌ارزش جلوه داد.

■ فرصت نوبیدی صنعت چاپ از بازار نشر

در سال‌های گذشته چاپگران نوبید از بازار نشر به سوی بازار بسته‌بندی سوق داده شدند و در این مسیر مجبور شدند تا به نوسازی ماشین‌آلات قدیمی خود بپردازند و اقدام به واردات ماشین‌آلات جدید کنند، اگرچه ماشین‌آلات وارد شده به کشور آن چیزی نیست که ما را در رقابت با تولیدکنندگان منطقه یاری دهد اما برای پاسخ به نیازهای بازار داخلی تاکنون پیش رونده بوده است.

برای اثبات این مدعا به سختی می‌توان به آمار دقیق و درستی دست یافت، آمار همانگونه که گریبان مسائل کلان اقتصادی کشور از نرخ تورم تا تولیدات صنعتی و کشاورزی را گرفته، در بخش چاپ و بسته‌بندی هم مشکل‌زاست.

■ آمارها چه می‌گویند؟

اگر سری به سایت رسمی وزارت صنعت که در واقع یکی از نهادهای مسئول در مورد صنعت بسته‌بندی و شاخه‌های آن است بزنید می‌بینید که متأسفانه هیچ آماری در مورد تولیدات داخلی به جز دو رشته وجود ندارد و تنها بخش فعال آن مربوط به آمارهای

ارائه خدمات پانچ و فتر دویل



تلفن تماس: حسنی ۳۹۱ ۳۷ ۳۸-۹۱۲
دفتر: ۷۴ ۳۰ ۳۲-۲۶
<https://telegram.me/sahafimodern>
E.Hasani92@Gmail.Com

(۱) تقویم رومیزی با ساخت پایه مقوایی

(۲) تقویم دیواری آویزدار و بدون آویز

(۳) پانچ و فتر ۲ در اینچ و ۳ در اینچ دفتر کتاب و کاتالوگ و ...

(۴) پانچ کلاسوری مطابق با قفلهای روز



تولید کننده انواع جعبه های مقوایی ، درب دار و مگنتی در ساینز و طرح دلخواه شما



پنجره دار مگنتی



درب دار مگنتی



جعبه پیراهنی

تلفن تماس: حسنی ۳۹۱ ۳۷ ۳۸-۹۱۲
دفتر: ۷۴ ۳۰ ۳۲-۲۶
<https://telegram.me/sahafimodern>
E.Hasani92@Gmail.Com



بسته‌بندی، حلقه گمشده صنعت چاپ

■ هانیا کیوان

با نگاهی به روند صنعت چاپ و بسته‌بندی درمی‌یابیم که پس از جنگ تحمیلی تحول چشمگیری در رشد این صنعت ایجاد شد و بسیاری از صاحبان سرمایه اقدام به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های همچون کتاب، مطبوعات، چاپ و بسته‌بندی داشتند. طولی نکشید که تیر نابودی به قلب این صنعت نشانه گرفته شد. با اعمال تحریم‌های اقتصادی علیه ایران، وضعیت رکودی حاکم بر کشور موجب شد تا بسیاری از دست‌اندرکاران به سمت ورشکستگی پیش روند. با تحمیل تحریم‌های ناعادلانه به ایران، ورود دستگاه‌های نوین و سرمایه‌گذاری جدید در کشور محدود شد و چاپخانه‌ها تلاش کردند تا با دستگاه‌های موجود نیازهای روزمره صنعت چاپ را برطرف کنند.

بررسی آمارهای موجود در صنعت بسته‌بندی و مقایسه آن با کشورهای دیگر نشان می‌دهد که سهم ایران در صنعت جهانی بسته‌بندی بسیار ناچیز است. پائین بودن جایگاه ایران در صنعت بسته‌بندی و نبود چشم‌انداز روشنی از رشد این صنعت می‌تواند تبعات منفی برای اقتصاد کشور به دنبال داشته باشد. صنعت بسته‌بندی به عنوان توانمندساز بخش‌های اقتصادی عمل می‌کند. ضعف در این صنعت می‌تواند آسیب‌های جدی به سایر بخش‌های اقتصادی وارد سازد. بسته‌بندی به عنوان یک صنعت نقش بسیار زیادی در اشتغال و افزایش درآمد ملی دارد. بسیاری از کشورهای جهان در تلاش هستند از این بازار رو به رشد جهانی سهم قابل توجهی را از آن خود کنند. در این میان تاکنون کشورهایی همچون آمریکا، چین و ژاپن توانسته‌اند جایگاه ممتازی در این بازار به دست آورند. صنعت چاپ یکی از موارد ضروری در کشور برای نشر اطلاعات به‌شمار می‌آید، این در حالی است که این صنعت با مشکلات عدیده‌ای مانند علمی نبودن صنعت چاپ، قوانین سنگین مالیاتی و به‌روز نبودن ماشین‌آلات چاپ مواجه است. در این راستا به گفت‌وگو با صاحبان فن در این صنعت پرداخته‌ایم که در ذیل می‌خوانید.

■ رقابت نفس‌گیر صنعت چاپ با فن‌آوری‌های نوین در این راستا علی‌یرزاد پناه فدایی، مدیرعامل چاپ ریجان در گفت‌وگو با خبرنگار نشریه چاپ و نشر، عنوان کرد: رکود اقتصادی طی این سال‌های اخیر صنعت چاپ را به ورطه نابودی کشانده است. در حالی که روزهای پس‌ابرجام را در حال سپری کردن هستیم اما کماکان شاهد رکود در تمامی بخش‌های اقتصادی هستیم که موجبات کساد در بازار چاپ و همچنین بسته‌بندی نیز شده است. وی با اشاره به رکود اقتصادی و تأثیر آن بر چاپ و صنعت بسته‌بندی گفت: وضعیت موجود اقتصادی بر بازار عرضه و تقاضا در چاپ و بسته‌بندی نیز بی‌تأثیر نبوده است چرا که با کاهش تقاضا برای چاپ کتاب، مجله، روزنامه و کاتالوگ عملاً چاپخانه‌ها از رونق سابقی که داشتند دیر برخوردار نیستند.

مدیرعامل چاپ ریجان در این خصوص خاطرنشان کرد: در این عرصه، چاپ، رقابتی نفس‌گیر با تلفن‌های همراه هوشمند، تبلت‌ها و رسانه‌های اینترنتی دارد. به بیان دیگر ظهور فن‌آوری‌های نوین رسانه‌ای منجر به کاهش حجم و ارزش تولیدات چاپی در بازار جهانی نشر و رسانه شده است. وی در ادامه افزود: صنعت بسته‌بندی به عنوان توانمندساز بخش‌های اقتصادی عمل می‌کند و ضعف در این صنعت می‌تواند آسیب‌های جدی به سایر بخش‌های اقتصادی وارد سازد. یزدان پناه خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه سازمان جهانی بسته‌بندی با هدف تقویت و توسعه فن‌آوری، علمی، فنی و مهندسی در این بخش و دسترسی آسان مصرف‌کننده به کالا تأسیس شده و نقش موثری در توسعه تجارت بسته‌بندی و ترغیب و ایجاد انگیزه در تولیدکننده برای تحقیقات بیشتر دارد.

■ بسته‌بندی؛ پلی برای ارتباط مشتری و کالا راشین نورمحمدی، مدیر تولید پیش از چاپ یک شرکت تبلیغاتی در خصوص وضعیت فعلی چاپ توضیح داد: برخی نیروهای انسانی که در چاپخانه فعالیت می‌کنند، لزوماً از تخصص لازم برخوردار نیستند و این عدم آگاهی کافی و لازم در دوران تحریم‌ها نمود پیدا کرد و بسیاری از فعالان این صنعت را به سمت ورشکستگی سوق داد. چرا که بعد از اعمال تحریم‌ها بسیاری از چاپخانه‌داران که اقدام به خرید دستگاه از کشورهای اروپایی کرده بودند طریقه استفاده از آن را نداشتند و در صورتی هم که آموزش دیده بودند بعد از خرابی آن، دیگر راهی برای استفاده دوباره از دستگاه‌ها را نداشتند. وی در ادامه عنوان کرد: هر صنعت با حرفه‌ای که قصد پیشرفت داشته باشد باید دست‌اندرکاران آن صنعت یا حرفه، تحت پوشش آموزش‌های لازم قرار بگیرند. با این توضیح می‌توان چنین نتیجه گرفت که یکی از معضلات چاپ در کشور، کمبود آموزش در همه بخش‌های آن (آکادمیک، فنی و حرفه‌ای) است. نورمحمدی در این راستا خاطرنشان کرد: البته در گوشه و کنار، برخی از این آموزش‌ها انجام می‌شوند، اما به‌صورت خودجوش هستند؛ بنابراین در حوزه چاپ، آموزش



چاپ و صفحافی



سفارشات مستقیم چاپخانه فقط زینگ و دور چاپ GTO و دو ورقی اکبری ۸۵۸۹۰ ۹۱۲۲۰ قیمت گیری مستقیم: ۰۳۶-۹۱۲۴۸۴

۱ دستگاه چاپ ۵ رنگ ۲ ورقی با برج لاک
۲ دستگاه چاپ ۴ رنگ ۲ ورقی
۱ دستگاه چاپ GTO ۴ رنگ
۱ دستگاه چاپ ۲ رنگ ۲ ورقی
۱ دستگاه چاپ GTO ۲ رنگ
انواع دستگاه‌های روکش
یووی : اتومات و سیلندری
سلفون : حرارتی و چسب
۲ دستگاه دایکات، ۴ دستگاه ملخ
۶ دستگاه برش، طلاکوب

لاین کامل صفافی (جلد سازی، دوخت، منگنه، چسب گرم)

و سر رسید



لینیت ۱ روزه

وزیت	بزرگ	کوچک
اهیت برای	۸۰۹۰۵۸	۸۰۵۰۴۰۸
اهیت مات	۸۰۹۰۵۸	۸۰۵۰۴۰۸
اهیت مات	۸۰۹۰۵۸	۸۰۵۰۴۰۸
اهیل روشک یووی	۸۰۵۰۴۰۸	۸۰۵۰۴۰۸

کارت وزیت

وزیت	بزرگ	کوچک
یووی یگرو	۱۱۰۰۰	۱۴۰۰۰
یووی دورو	۱۴۰۰۰	۱۶۰۰۰
سلفون مات یگرو	۱۶۰۰۰	۲۱۰۰۰
سلفون مات دورو	۲۱۰۰۰	۲۶۰۰۰

فرمهای یگرو چاپ ۴ رنگ	تیراز	دوروی	GTO
۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۱۰۰۰۰	۶۰۰۰۰
۲۰۰۰۰	۲۰۰۰۰	۲۰۰۰۰	۶۵۰۰۰
۳۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۷۰۰۰۰
۴۰۰۰۰	۴۰۰۰۰	۴۰۰۰۰	۷۵۰۰۰
۵۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۵۰۰۰۰	۸۰۰۰۰
۶۰۰۰۰	۶۰۰۰۰	۶۰۰۰۰	۸۵۰۰۰

برای اطلاع از لیست قیمت فرمهای عمومی در تلگرام همراه ما باشید
didigohsimo



شعبه مرکز (سپهرودی) ۸۸ ۵۱ ۴۳ ۱۴-۸۸ ۵۱ ۴۳ ۱۵
شعبه غرب (آیت ...) کاشانی) ۴۴ ۰۵ ۵۷ ۰۰-۴۴ ۰۲ ۲۱ ۹۲
شعبه بازار (ظہیرالاسلام) ۳۳ ۱۱ ۳۴ ۵۰-۳۳ ۱۱ ۳۳ ۴۷
شعبه شرق (سه راه تهرانپارس) ۷۷ ۷۲ ۴۹ ۳۴-۷۷ ۷۲ ۴۹ ۸۴

ساعت کار شعبه شرق ۹ الی ۲۳- پنجشنبه ۹ الی ۲۱
سایر شعب ۹ الی ۱۸:۳۰ - پنجشنبه ۹ الی ۱۵:۳۰

مهمترین سایت طراصر در ۴ شعبه طراصر فروشگاهها را اینترنتی چاپخانه و صفافی

مختص طراحی فرمهای اختصاصی، فانتزی و فرمهای گروهی با ۱۷ سال سابقه

تولید سر رسید، تقویم دیواری و روزمیزی اختصاصی
لایحه تولید کننده وزیت ۱ روزه و لایحه تراکت ۶ ساعته، ۱۳ ساعته

سیستماتیک وجود نداشته و ندارد. به نظر می‌رسد چون بخش عمده‌ای از این آموزش‌ها، صنعتی هستند، مغفول مانده‌اند. از جمله این آموزش‌ها می‌توان به نحوه کار کردن، شیوه رعایت استانداردها، آشنایی با آخرین مدهای فریند چاپ، تازه‌ترین تکنیک‌های بسته‌بندی و ارائه ایده‌های نو در حوزه چاپ که دوستدار محیط زیست باشند، اشاره کرد. این کارشناس صنعت چاپ در ادامه به تاثیر تحریم‌ها بر صنعت چاپ اشاره کرد و گفت: با بسته‌شدن بیشتر حلقه تحریم‌ها در سال جاری، بحران در زمینه دسترسی به مواد اولیه مورد نیاز در صنعت چاپ شکل جدی‌تری به خود گرفته است. اما با توجه به موقعیت کشور و برنامه‌های راهبردی اقتصادی و سیاسی، سرمایه‌گذاری در تولید برای مواد مصرفی در صنعت چاپ (مانند کاغذ و مقوا و انواع فیلم‌های بسته‌بندی) اهمیت راهبردی دارد. در زمینه تولید فیلم‌های بسته‌بندی نیز ایران می‌تواند با استفاده از مواد اولیه داخلی، به‌رگز برترین تولیدکننده و صادرکننده فیلم‌های بسته‌بندی در منطقه تبدیل شود، ولی شرکت‌های تری‌اکا همین فرصت را نیز از دست داده‌اند.

نورمحمدی در ادامه به اهمیت و تنوع بسته‌بندی کالا‌های مصرفی اشاره کرد و افزود: امروزه در دنیا ارتباط بین کالا و مشتری را چاپ و بسته‌بندی تعیین می‌کند و شما وقتی به یک سوپرمارکت تشریف می‌برید در وهله نخست، ظاهر کالا که شامل چاپ و بسته‌بندی است شما را جذب می‌کند و کیفیت درون بسته‌بندی در درجه دوم به مشتری ثابت می‌شود. لذا بر این اساس است که متفانه‌در زمینه صادرات تاکنون موفق نبوده‌ایم و نتوانسته‌ایم بازارهای ربات را فتح کنیم.

■ رابطه چاپ و بسته‌بندی

در ادامه این گزارش به گفت‌وگو با یکی از طراحان و کارشناسان چاپ پرداختیم که صنعت چاپ را در ایران جوانی نوپا می‌داند که راه درازی را باید برای تکمیل بیمبای، آزاده جانپور، رهبر جوانی که تاکنون طراحی بسیاری از کالاهای تبلیغاتی را بر عهده داشته است به خبر نگار می‌گوید: با نگاهی به روندی که صنعت چاپ از ابتدا تاکنون پیاده است می‌توان گفت در حال حاضر روندی روبه رشد دارد و ی‌خاطر نشان کرد: هر چند فراز و فرودهای بسیاری در مسیر خود داشته است و در این راستا بسیاری از صاحبان سرمایه و چاپخانه داران را با بدیهی‌های سنگینی مواجه ساخته اما در حاضر رو به رشد می‌باشد.

جوانپور با اشاره به تحریم‌های اتخاذ شده در ایران گفت: طی سال‌های گذشته به دلیل شرایط تحریمی که با آن مواجه بودیم دچار شرایط رکود اقتصادی شدیم و اثر آن را در کالاها و مواد اولیه مورد نیاز برای این صنعت شاهد بودیم. چرا که ابتدای راه صاحبان سرمایه اقدام به سرمایه‌گذاری در این صنعت کردند و توانستند از رشد قابل توجهی به بهره‌برداری شوند. در آن زمان که بیشترین دستگاه‌ها؛ کشور آلمان خریداری می‌شد با اعمال

تحریم‌ها مجبور به خرید از کشورهای دیگری همچون چین شدیم و با از طریق واسطه‌گری نیازهای خود را مرفوع کنیم که چنین کاری هم موانع خود را داشت. وی ادامه داد: در آن برهه زمانی وارداتی که صورت می‌گرفت هزینه گزافی را برای تولیدکننده به بار داشت و صرفه اقتصادی نیز به همراه نداشت لذا سرمایه‌داران سعی کردند از بازار خارج شوند. چاپخانه داران قدیمی که سالها در این بازار کار کرده بودند با انبوهی از بدهی باقی ماندند. صنعت چاپ با وجود این که یکی از صنایع محسوب می‌شود که به راحتی می‌تواند اشتغال‌زایی کند، به حال خود رها شده است. می‌تواند مطالعه بازار و شناخت فرصت‌های سرمایه‌گذاری مغفول مانده که بسیار کم هستند می‌تواند موفقیت سرمایه‌گذاری در این صنعت، به ویژه در حوزه چاپ بسته‌بندی را که روز به روز تقاضای مشتریان افزایش می‌یابد، تأیید و تضمین کند.

جوابیو تصریح کرد: با توجه به اینکه در شرایط پس‌اثر پیام قرار داریم شرکت‌های خارجی علاقه به سرمایه‌گذاری و مشارکت در زمینه تولید بسته‌بندی و برندینگ دارند و در بخش‌های مختلف فناوری‌های تبدیلی بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر، تولید فیلم‌های پلیمری، تولید مواد مصرفی مقوایی اسپتیک، تولید جعبه‌های مقوایی لوکس، تولید ظروف پلاستیکی لوکس، تولید انواع لیبل و برچسب، تولید مقوا و... که از جمله زمینه‌های مورد علاقه سرمایه‌گذاران خارجی در ایران است اقدامات بیشتری صورت گیرد.

این کارشناس هنری در ادامه به مدرن بودن بسته‌بندی و کالاهای طراحی شده در ایران اشاره کرد و افزود: تا حدی می‌توان گفت بسته‌بندی در ایران به استانداردهای جهانی نزدیک شده است البته باید عنوان کنم که که در زمینه بسته‌بندی ایران کودک نوپایی است که تازه گام نهادن را یاد گرفته و نیاز به آموزش بسیاری دارد.

وی عنوان کرد: همان که پیشتر گفتیم یک محصول با کیفیت می‌تواند با داشتن یک بسته‌بندی با رعایت اصول برندینگ و بازاریابی مناسب تاثیر بسیار بالایی در دید آحاد جامعه داشته باشد. اما آنچه در این میان جای تأسفاد دارد این است که بسیاری از صاحبان سرمایه از طراحان خود کار جدید نمی‌خواهند و خواستار کارهای کپی هستند که تقاضای بیشتری در این میان مردم دارد.

■ رکود در صنعت چاپ

در ادامه جلال ذکاوی، مدیر کل پیشین دفتر امور چاپ و وزارت فرهنگ و ارشاد و مدیر گروه تزیین در خصوص وضعیت چاپ و صنعت بسته‌بندی اینگونه توضیح داد: اکنون وضعیت کسب و کار در صنعت چاپ از شرایط چندانی مطلوبی برخوردار نیست و با مشکلاتی بسیاری رو به رو است. در حقیقت چاپ یک صنعت میان بخشی به شمار می‌رود که با صنایع دیگر نیز ارتباط دارد. یک قسمت از این صنعت به حوزه فرهنگ، چاپ، و مطبوعات مربوط می‌شود و بخشی دیگر آن حوزه بسته‌بندی است. هر قدر این مجموعه فعالیت جدی، گسترده و رو به رشدی داشته باشد، صنعت چاپ نیز تاثیر بیشتری از آن برد می‌یابد اما هر میزان از این بخش‌ها روکود وجود داشته باشد، به یقین این صنعت دچار توقف و رکود

خواهد شد که اکنون صنعت چاپ در این شرایط به سر می‌برد.

وی در ادامه به چالش‌های این صنعت اشاره کرد و گفت: مهم‌ترین مشکل صنعت چاپ رکود حاکم و بر بازار محسوب می‌شود که امکان سرمایه‌گذاری را از آنها گرفته است زیرا چاپخانه‌ها نمی‌توانند دستگاه‌های چاپ جدید تهیه کنند. اگر کشور از حالت رکود اقتصادی خارج شود و در مسیر رونق و توسعه گام بگذارد به یقین صنعت چاپ خواهد توانست در خود را با استانداردهای روز دنیا هماهنگ کند و در این راستا هم بانک‌ها می‌بایند که این تسهیلات را در اختیار آنان قرار دهند و نیز شرکت‌های خارجی علاقه‌مند هستند که فن‌آوری‌های خود را وارد ایران کنند. گلوگاه این صنعت مانند دیگر صنایع ریشه در رکود دارد به دلیل اینکه صنعت چاپ، حوزه‌ای میان‌رشته‌ای به

شمار می‌رود هر گونه رونق در دیگر صنایع، وامدار صنعت چاپ است.

ذکایی در ادامه به وضعیت بسته‌بندی اشاره کرد و افزود: اگر چنانچه صنعت چاپ در زمینه بسته‌بندی‌های انعطاف پذیر بتواند ارتقا پیدا کند، کشور بی‌نیاز از واردات در این حوزه می‌شود. در حوزه‌های دیگری که نیاز به بسته‌بندی‌های سخت با موادی مانند مقوا و کارتن است، ارتباط تنگاتنگی با این صنعت وجود دارد. به همین تمام، حوزه‌ها به صورت حلقه‌ای به یکدیگر متصل هستند. بنابراین اگر صنعت چاپ توسعه یابد دیگر صنایع نیز پیشرفت خواهند کرد.

■ مدیریت دولتی مانع اصلاح ساختار
بسته‌بندی

در ادامه هانیه مرتضوی، کارشناس محیط زیست در خصوص بسته در مصارف غذایی و کشاورزی اینگونه توضیح داد: به دلیل نبود مستندیتی گیاهان دارویی که در روند تولید و کشت و تجارت آن‌ها تأثیر بسیاری دارد، سهم ایران از تجارت گیاهان دارویی در جهان بسیار اندک است.

وی با اشاره به دلیل نبود اطلاعات کافی و توجه نکردن بخش تولید و عرضه در زمینه تجارت گیاهان دارویی عنوان کرد: هیچ اقدام خاصی در تبلیغی در این راستا صورت نمی‌گیرد، چون این گیاهان به دلیل نداشتن استانداردهای لازم جهت تجارت سود زیادی به دنبال ندارد. بنابراین تبلیغی هم در مورد استفاده آن‌ها صورت نمی‌گیرد.

مرتضوی خاطرنشان کرد: امروزه به دلیل عدم مدیریت صحیح در بسته‌بندی گیاهان دارویی، محصولات ایران با محصولات تولید سایر کشورها از نظر کیفیت و بسته‌بندی تفاوت فاحشی دارد و باید برای کاهش این تفاوت‌ها تلاش جدی صورت پذیرد.

وی گفت: متأسفانه در حال حاضر و با ساختارهای دولتی، صنفی کنونی امکان مدیریت بخش بسته‌بندی در کشور وجود ندارد، با آنکه ضرورت آن کم و بیش در میان مدیران و عامه مردم جا افتاده، اما استراتژی مشخص و هدفمند برای آن تعیین نشده است.

جعبه سازی فروهر



f a r v a h a r b o x



farvaharbox.com



farvaharbox0@gmail.com



09351409597-09359287084

وعده دیدار ما پنجم لغایت هشتم دی ماه

در

نمایشگاه بین المللی چاپ ، بسته بندی

و ماشین آلات وابسته

سالن ۷ - غرفه ۱۹



تولیدکننده انواع جعبه های کلاسیک یا مقوای سخت (هاردباکس)



در طرح، ابعاد و پوشش دلخواه



با استفاده از ماشین آلات پیشرفته و به صورت مکانیزه



پیکسل

@PIXEL

تولیدکننده فنرهای صحافی مارپیچ و دابل فلزی به صورت رول و شیت



بصورت رول و شیت (تعداد لوپ دلخواه)



- بیست و سومین نمایشگاه بین المللی چاپ ۵ الی ۸ دیماه ۱۳۹۵ سالن ۷
- سیزدهمین نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی ۱۵ الی ۱۸ دیماه ۱۳۹۵ سالن ۴۱



031 32371527
0913 3004891
0912 9055239
@pixeldoublewire
www.pixel-wire.com
parsaadver@yahoo.com



هستند سوق پیدا کرده است. از این روی به نظر من این دست آوردهایی که در صنعت چاپ اتفاق می افتد، از جمله در بحث محیط زیست، زیبایی و شکل بودن کالا را می توان به صنایع دیگری که در این ارتباط هستند معرفی کرد. حیدری با اشاره به انگیزه مشتری معتقد است: مثلاً اگر یک شرکت تولیدکننده محصولات صنایع غذایی برای بسته بندی محصولات خود از این قابلیت ها استفاده کند که محصول خود را به مصرف کننده عرضه کند؛ در اینجا تبلیغات برای محصول در قالب تبلیغ بسته بندی و همچنین کیفیت محصول می باشد که در اختیار تولیدکننده قرار می گیرد.

حیدری با اشاره به این که برای جلب نظر مخاطب یک سری سمینارهای آموزشی در شرکت رایان برگزار شده است و دو مورد آن را طی سال جاری داشته ایم که از مخاطبان دعوت به عمل آوردیم ادامه می دهد: در این سمینارها و جلسات آموزشی از اساتید دانشگاه و پژوهشگرانی که در این صنعت پژوهش می کنند دعوت به عمل آمد تا در قالب سخنرانی و کلاس های آموزشی، راهکارهایی را در این راستا ارائه کنند و همچنین جلساتی با شرکت های مختلف داشتیم که به عنوان مثال اگر بخواهند ضعف امنیتی کالاهایشان به طور مثال از بعد بسته بندی مناسب و بهینه ای را داشته باشند، از این نشانه ها و طرح ها می توانند استفاده کنند و این راهکارها

به طور کلی هدف از تبلیغات، فروش فوری است. از این روی باید به معرفی محصول، ایجاد آگاهی اولیه، ایجاد تمایل و علاقه، ایجاد تمایل به ترجیح، تحریک به خرید و بالاخره خرید را اشاره کرد. همچنین به ایجاد آگاهی کامل و توسعه و پرورش اطلاعات و اصلاح اطلاعات نادرست مصرف کننده نسبت به محصول و ایجاد مقبولیت و پذیرش در مصرف کننده نسب به محصول و تأمین رضایت مصرف را باید مدنظر قرار دارد و این کمک می کند ذهنیتی که توسط صاحبان کسب و کارها ساخته شود تا عموم مردم در سطح جامعه نسبت به آن محصول اعتماد پیدا کرده و به سمت آن سوق پیدا کنند؛ که آن را می توان در کیفیت بالای محصول دانست. در این میان نقش هدایای تبلیغاتی را می توان در راستای فرآیند مبادله و یکی از روش های بازاریابی در جهت جذب و جلب مخاطب و مصرف کننده نسبت به کالای مورد نظر مهم دانست.

هدایای تبلیغاتی در اشکال و قالب های گوناگون است. این هدایا اجناسی هستند که در برنامه های بازاریابی و تبلیغاتی استفاده می شوند. از محصولاتی که به عنوان هدایای تبلیغاتی می توانند نقش موثری در بازاریابی شرکت ها و تولیدکنندگان داشته باشند، می توان به کالاهای پرکاربردی چون، انواع جاکلیدی، دفاتر یادداشت، انواع سررسید و تقویم، فلش مموری، خودکار و... اشاره کرد. این محصولات برای تبلیغ یک کالا، شرکت یا عنوان تجاری داده می شود و بخشی از رقابت عظیم بازاریابی است.

رضا حیدری، مدیر شرکت پردازش تصویر رایان معتقد است: در این سال ها در زمینه تبلیغات ارتباط نسبتاً خوبی برقرار شده است. وی با تأکید بر تمرکز در بعد آموزشی تبلیغات در قالب سمینارها و گرد هم آیی های آموزشی ادامه می دهد: این مهم در راستای معرفی انواع بسته بندی های خاص صورت می پذیرد؛ به طور مثال امروزه در اروپا بسته بندی از اشکال پلاستیکی به سمت بسته بندی مقوایی و یا بسته بندی هایی که قابل بازگشت به طبیعت

و یا بسته بندی هایی که قابل بازگشت به طبیعت

گزارش یک گفت و گو
با رضا حیدری

چاپ بسته بندی، تنوع، کیفیت و فروش فوری

■ مهدی تقوایی

در بررسی کم و کیف فعالیت های تبلیغاتی باید گفت که تبلیغات یک فعالیت استراتژیک است که می تواند یک کسب و کار را به اهداف بازاریابی خود برساند. بازاریابی خود میحت پیچیده ای است که نیاز به اطلاعات و دانش تبلیغات دارد؛ بازاریابی خود از چهار مقوله اصلی کالا یا خدمات، روش های توزیع، قیمت گذاری و تبلیغات و اطلاع رسانی تشکیل شده است؛ و هدف از آن تولید کالا یا عرضه خدماتی است که قیمت و کیفیت و مشخصات آن مناسب و مورد قبول مشتریان و مصرف کنندگان باشد و همچنین نیازهای آشکار و پنهان مصرف کننده را برآورده ساخته و برای تولیدکننده رضایت مشتری، شهرت، سود و فروش بیشتر را به همراه آورد. بدین ترتیب هدف و برنامه ریزی از استراتژی های فعالیت تبلیغاتی به شمار می رود که از یک سو می توان از اهداف بازاریابی و تبلیغات به افزایش فروش در راستای رضایت کامل و تأمین نیازهای مصرف کننده بازار داخلی و افزایش سود برشمرد.

بر این اساس تولیدکنندگان یا صاحبان کسب و کارها به تبع آن به دنبال ورود به بازارهای خارجی و افزایش سهم در بازار داخلی و خارجی می باشند. از سویی دیگر با تنوع و افزایش کیفیت محصولات در راستای استراتژی بازاریابی مواجه ایم. همچنین در بازاریابی، تنوع محصولات و افزایش کیفیت با رعایت مشخصات فنی و تأیید شده استاندارد را داریم که به دنبال آن رضایت کامل مصرف کننده و تأمین نیازهای او که هدف تبلیغات است را می توان نام برد.





اهمیت تولید بسته‌بندی در بازار



■ نویسنده: کریستین لورت
■ ترجمه: محمود سمیعی

■ **عملکرد بسته‌بندی**
هدف از تولید یک بسته‌بندی مناسب حمایت از محصول تولیدشده برای ایمن ماندن در مقابل خسارات است. تولید یک بسته‌بندی مناسب نه تنها از محصول شما از زمان خروج از کارخانه محل تولید تا بازار محافظت می‌کند بلکه از آسیب رسیدن به آن تا زمانی که در قفسه‌های فروشگاه‌ها قرار گیرند، جلوگیری می‌نماید. همانطور که می‌دانیم بیشتر تولیدی‌ها بسته‌بندی مخصوص خود را دارند. برای مثال سوپ‌های مایع بایستی ابتدا در قوطی‌های فلزی قرار گیرند سپس بسته‌بندی شوند در حالی که سیب‌های درختی ممکن است برای حمل و فروش از بخش تولید به فروشگاه‌های مواد غذایی محلی بسته‌بندی خاصی داشته باشند.

■ **جاذبه**
نوع بسته‌بندی کالا و نحوه قرار گرفتن آن در ویترین فروشگاه که بر نوع نگاه مشتری تأثیر می‌گذارد، می‌تواند عامل مهمی در جذب مشتری باشد. به همین خاطر بسیاری از شرکت‌ها تحقیقات گسترده‌ای بر روی رنگ‌آمیزی، طراحی و نوع بسته‌بندی که مهم‌ترین عامل برای جلب نظر مشتری باشد را انجام داده‌اند.

■ **پیشرفت**
بسته‌بندی تأثیر قابل توجهی در تولید یک تصویر ذهنی، در ذهن مشتری در مورد محصول تولیدشده دارد. بیرون بسته‌بندی محصول تولیدشده ممکن است توضیحاتی باشد که مشتری را راهنمایی کند که چگونه از محصول استفاده شود.

■ **تصمیم در مورد تسهیل خرید**
بر روی بسته‌بندی محصول شما ممکن است

اطلاعات و توضیحات جزئی از مواد غذایی تولیدشده درون بسته‌بندی باشد. این اطلاعات می‌تواند به مشتری کمک کند که محصول شما را راحت‌تر بخرد به خاطر اینکه این اطلاعات ضروری به مشتری این اجازه را می‌دهد که با خیال راحت برای خرید تصمیم‌گیری کند.

اطلاعات درج‌شده بر روی بسته‌بندی ممکن است آنقدر کامل باشد که نیازی نباشد خریدار از کارکنان فروشگاه سوالاتی را در مورد آن بپرسد.

■ **متفاوت بودن (تفکیک)**
بسته‌بندی خوب می‌تواند یک برند را از برند دیگر متمایز کند. از آنجایی که بسته‌بندی یک محصول ممکن است نام شرکت شما را هم در بر داشته باشد، لوگوها و رنگ طراحی‌شده از طرف شما کمک می‌کند به مشتری که کالای شما را از بین کالاهای دیگر در قفسه فروشگاه‌ها به خوبی تشخیص دهد. برای مثال، وقتی یک خریدار از میان راهرو فروش قهوه که در بخش فروش میوه در فروشگاه است گذر می‌کند، رنگ نارنجی روشن، صورتی و سفید شرکت قهوه دانکین دونانس به خاطر تفاوت در رنگش کاملاً برای مشتری قابل تشخیص است و می‌تواند به راحتی آن را در قفسه‌های فروشگاه بیابد و آن را اِبتیاء نماید.

خریدار می‌تواند از طریق برند شرکت شما که آنها را به طرف خود هدایت می‌کنند کالاهای شما را به راحتی خریداری کند. اگر مدل بسته‌بندی شما تغییر کرده باشد، ممکن است مشتری را برای مدتی به اشتباه بیاندازد و از خرید کالای شما امتناع ورزد تا اینکه بعد از دیدن اطلاعات بیشتر بر روی بسته‌بندی جدید، کالای شما را با مدل جدید بسته‌بندی تشخیص داده و خریداری نماید.



شرکت زنجیره‌ای Z.T.B.Co

شماره ثبت ۳-۵۱-۵

تسریع کاران توان برتر

تولید و عرضه‌کننده تجهیزات و ماشین‌آلات صحافی و بسته‌بندی

در هرگز فراموش نکنید خدمات چاپ تهران

اولین مرکز پژوهش، تحقیق و توسعه صنعت صحافی در ایران

سرعت - قیمت - کیفیت

مجهزترین مرکز تخصصی صحافی مدرن و کالیتنه محصولات در ایران

از تک جلد سازی تا تولید انبوه

طراحی و ساخت انواع دستگاه‌های بسته‌بندی

طراحی و تولید انواع رول‌ها و کلاسورهای محصولات

ساخت انواع پایه تقویم‌های مدرن رومیزی

ساخت انواع لوح‌های تقدیر نفیس

ساخت انواع پایه تقویم‌های مدرن رومیزی

ساخت انواع لوح‌های تقدیر نفیس

طراحی و ساخت انواع دستگاه‌های بسته‌بندی

طراحی و تولید انواع رول‌ها و کلاسورهای محصولات

ساخت انواع پایه تقویم‌های مدرن رومیزی

ساخت انواع لوح‌های تقدیر نفیس

طراحی و ساخت انواع دستگاه‌های بسته‌بندی

طراحی و تولید انواع رول‌ها و کلاسورهای محصولات

ساخت انواع پایه تقویم‌های مدرن رومیزی

ساخت انواع لوح‌های تقدیر نفیس

طراحی و ساخت انواع دستگاه‌های بسته‌بندی

طراحی و تولید انواع رول‌ها و کلاسورهای محصولات

ساخت انواع پایه تقویم‌های مدرن رومیزی

ساخت انواع لوح‌های تقدیر نفیس

جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید با تلفنهای

۳۶۶۱۰۵۱۲

۳۶۶۱۰۰۴۹

برش انواع گالینگور، ترمو، سوزنی، چرم مصنوعی، پارچه، کاغذ

دستگاه برش رول به شیت

مدل 1816 مکانیکال

رشته ۱۸۰ سانتی‌متر

یکه سال کارانتی

ده سال خدمات پس از فروش

ساختمان ما، محل آسایش کار شماست

دفتر تهران: خیابان سعدی شمالی - بعد از خیابان منوچهری - خیابان زوارینیان

پلاک ۱۵ - طبقه دوم - کد پستی: ۱۱۳۵۹۳۸۱۱۲

تلفن: ۳۶۶۱۰۰۴۹ - ۳۶۶۱۰۵۱۲

تلفکس: ۳۶۶۱۰۲۶۸

همراه: ۰۹۱۹ ۶۸۶۳۳۶۳

تولید انواع جعبه‌های فانتزی برای محصولات ارزشمند شما

B

کارتن بامداد

مجله ای از هنر در کنار تخصص و تجهیزات مدرن با دستگاه های

تمام اتوماتیک تولید جعبه هارد، پایه تقویم، جلد سازی و انواع جعبه های لمینیتی و کارتن

PHOTOGRAPHY

DESIGN

PRINT

CARTON

HARD BOX BINDING

کارتن لمینیت

جعبه هارد

پایه تقویم

کارتن E-B-C فلوت سه لایه و پنج لایه

تهران: خیابان مصطفی خمینی

جنب تکیه رضا فلی خان پلاک ۵۶

تلفن: ۳۳۹۷۲۲۳۰

فکس: ۳۳۹۷۲۲۳۱

www.bamdadcarton.ir

بامداد کارتن

bamdadcarton@yahoo.com

نگاهی به تاریخچه و اصول اولیه بسته‌بندی

■ حاتم دیلمی

بسیاری از کالاها را با بسته‌بندی‌شان می‌شناسیم، بسته‌بندی قبل از هر چیز به چشم خریدار می‌خورد. در بازار جدید و پیشرفت صنایع اهمیت بسته‌بندی بالا و بالاتر رفته و امروز می‌توان آن را یک هنر نامید! یک بسته‌بندی خوب نماد و ویژگی‌های کالایش را عیان می‌کند. شکل و رنگ یک بسته‌بندی همراه لوگو و اسم و مشخصات کالا و شرکت سازنده عرضه می‌شود و خاص آن است. شاید تا به حال به این وجه بسته‌بندی توجه می‌دول نداشته‌اید اما هنر و روانشناسی، تبلیغات و بازاریابی و بسیاری از رشته‌های دیگر تداخل مستقیمی با این صنعت دارند. یک بسته‌بندی می‌تواند یک خاطره ماندگار شود، بسته‌بندی و رنگ و شکل کالاهایی را به خاطر بیاورید که سال‌هاست با همان شکل در قفسه‌ها می‌بینید و تبدیل به برند کالا و مایه اصلی فروش آن شده‌اند در حدی که با دیدن آن‌ها خاطرات زیادی برایتان زنده شده و احساس می‌کنید دوستی قدیمی را ملاقات کرده‌اید. تعجب نکنید اگر روزی کسی برای بیان رنگ دلخواه سفارشی گفت قرمز وینستونی یا آبی نیوآ! همینطور اگر با دیدن یکشی آن را با بسته‌بندی کالایی خاص اشتباه گرفت چرا که بسته‌بندی همیشه جلوی چشم ما است و ناخواسته در ذهن ما ماندگار می‌شود.

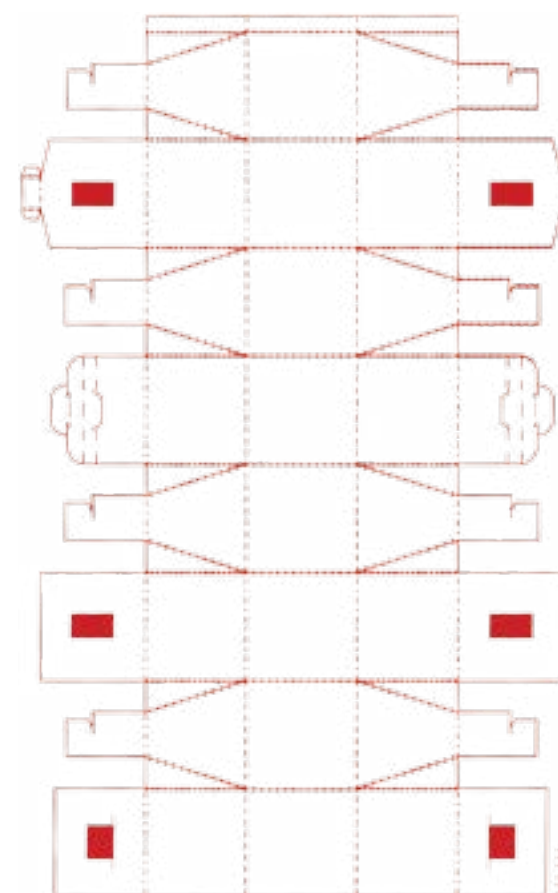


علاوه بر کارکردهای پیشین که از آنها سخن رفت نقش حفاظت و نگهداری کالا هم به عهده بسته‌بندی است. یک بسته‌بندی خوب باید تمام خصایص پیش گفته را رعایت کند و متناسب با نیاز کالا بتواند مشتری را قانع به خرید و فروشنده را خشنود نگاه دارد و به عبارتی دیگر با فوریت‌های فروشندگی مدرن همسان باشد و در موقعیت‌هایی که می‌تواند در نتیجه انتخاب ما در کالاهای مصرفی تاثیرگذار باشد ظفرمندان سر برآورد.

■ تاریخچه بسته‌بندی

بسته‌بندی که نزدیک به شکل امروزی بوده و بتوان خصایصی مطابق نیاز کالا برایش لحاظ کرد حدود دو قرن می‌شود که پا به عرصه بازار نهاده است. در اواخر قرن هجدهم انقلاب صنعتی پیش آمده تغییرات شگرفی در صنعت تولید کالای کارخانه‌ها را رقم زد و آنها را به سمت مکانیزه شدن سوق داد؛ اکثر مراحلی که به صورت دستی و طبعاً در بسته‌بندی‌های کوچک انجام می‌شد در مقیاس بزرگتر رخ نمود. بهداشت پیشرفت کرد و امید به زندگی بالا رفت، مصرف جهانی تصاعدی بالا می‌رفت و نیاز بازار به تولید گسترده و طبعاً صادرات و واردات بود، کنسروهای مواد غذایی بسته‌بندی با کارتن‌های ضخیم و با سر و شکلی جدید (برای موادی چون بیسکویت‌ها و انواع شیرینی‌ها) با ماندگاری بیشتر و با نگاه تجاری برای ارسال به نقاط دور تولید می‌شد و از این رو نیاز به بسته‌بندی بهتر هر روز بیش از پیش احساس می‌شد و رفته رفته شکل‌های نوین و متفاوتی به کار گرفته شد و بازار با انواع و اقسام شکل‌های بسته‌بندی روبرو شد. با پیشرفت تکنولوژی پای رایانه‌ها برای طراحی به این حوزه باز شد و پیشرفت در صنایع شرکت‌ها و کارخانه‌جات را به منعطف بودن و موارد متعدد استفاده پلاستیک متوجه ساخت و زان پس بود که بهره وری از آن شدت گرفت و تکنیک‌های ساخت چنان توسعه یافت که اجازه پیاده‌سازی هرگونه طرحی را می‌داد.

شکوفایی تکنیک‌های چاپ در اوایل قرن نوزدهم باعث تنوع در تکنولوژی بسته‌بندی شد و شکل سنتی آن را تغییر داد. زان پس



شکل ۱- بسته چند فرمی گرد شده و کروی که برای موارد نوظهور مناسب است و شکل چند وجهی آن دست طراح و گرافیست را برای خلاقیت باز می‌گذارد (شکل تمام شده در صفحه بعد).

خدمات چاپ



تولیدکننده انواع لیبل ژله ای، اموال تک رنگ تا چهار رنگ، هولوگرام خردشونده اثرگذار و لیزری. شیشه ای بـج سینه، پـلاک آلومینـیومی و استیل

ارسال نمونه رایگان به سراسر کشور. چاپ رسام این افتخار را دارد که همه محصولات فوق را به صورت کاملاً تخصصی و دست اول در کشور عرضه می‌کند

۰۲۱ ۳۳۹۸۲۶۸۹

۰۹۱۲۹۴۵۰۸۲۰



label.printrasam



print.rasam@gmail.com

ماشین سازی کیامرثی



بخشی از تولیدات :




خدمتی دیگر به صنعت چاپ کشور

■ طراحی و ساخت دستگاه طلاکوب روی لتر پرس

خط کامل UV و جمع کن




۳۳۸۵۵۴۹۵ - ۳۳۸۵۵۴۹۶ - ۳۳۸۵۰۷۵۷

WWW.KIAMARSICO.COM ۰۹۱۲۱۲۶۱۱۵۲

EMAIL: KIAMARSICO@YAHOO.COM



شکل ۲

قیمت کالا عموماً در نوع بسته‌بندی آن موثر است و گاه اهمیتی هم پایه بحث حفاظت کالا را دارا است

و بیشتر داشته باشد یا حتی بسته‌بندی طوری طراحی شود که درون آن قابل مشاهده باشد و یا سفارش دهنده بخواهد جنسش پنهان و در لفافه بسته‌بندی نامشخص باشد (چیزی مثل بسته‌هایی موسوم به شانس). به هر حال قیمت کالا عموماً در نوع بسته‌بندی آن موثر است و گاه اهمیتی هم پایه بحث حفاظت کالا را دارا است.

بحث حمل و نقل هم مهم است. بسته‌های کوچک عموماً با تعدادی مشخص در بسته‌بندی‌های بزرگ‌تر برای عمده فروشی و سهولت حمل و نقل عرضه می‌گردند و بدین ترتیب لایه‌های متنوع بسته‌بندی وابسته به مراحل چرخه و توزیع فراهم می‌شود. همانطور که اشاره شد بسته‌بندی‌ها عموماً در دو دسته اولیه و ثانویه انجام می‌گیرند. بسته‌بندی

بود که بدون توجه به جنس بسته‌بندی (شیشه، فلز، کارتن، سفال، کاغذ و...)، تصویر نوع جنس باید روی ظرف نشان داده می‌شد و مشخصه‌ای از کالا همراه با فرمی حاوی شناسنامه آن روی بسته‌بندی درج می‌شد.

با شیوع چاپ رنگی، هنر در بسته‌بندی بیشتر به چشم آمد و تصاویر چاپ شده به صورت هویتی برای کالا ثبت شد و در طول زمان این شیوه چنان جا افتاد که امروزه این هویت بخشی اهمیتی معادل خود کالا دارد و نقش حیاتی در تصمیم‌گیری خریدار ایفا می‌کند. بسیاری از این هویت‌ها از دیرباز ثابت مانده و تغییر محسوس نداشتند و می‌توان گفت اساس هویت شرکت‌های تأسیس شده نام‌آشنایی که امروز می‌بینیم شکل داده است. بخش عمده رقابت در فضای بازار، توجه به فروش، ارتباط با مشتری و دادن پیام درست به او از وظایف محوله بسته‌بندی است.

■ اصول بسته‌بندی

نکته اول در تفکر به بسته‌بندی مشخص کردن هدفی است که برخواسته از نیازهای ما از آن است. کالای ما بسته به نوع و مشخصاتش احتیاج به شکل خاصی دارد که باید توسط بسته‌بندی مرتفع شود. این یعنی یک بسته‌بندی علاوه بر مواردی که معرف کالا هستند و روال شده‌اند باید مامن خوبی برای اجناس تولیدی ما باشد و این مقتضیاتی را برای طراحی‌مان به وجود می‌آورد. با این حال انتخاب‌های زیادی برای یک طراح وجود دارد تا بتواند شکلی متنوع و نوین برای محصول سفارش داده شده عرضه کند. ممکن است یک کالا ارزش قیمتی بالایی داشته باشد و یا به هر زعمی نیاز باشد که روی بسته‌بندی جلوه‌ای خاص





Shigh-Pack® شای پک بازرگانی کیهان

وارد کننده ملزومات چاپ، کارتن سازی، جعبه سازی و قالبسازی



دستگاه برش لیزر



چاپ فلکسو ۲، ۳ و ۴ رنگ



لمینت کارتن (دستی، اتومات، نیمه اتومات)



دایکات فکی و طلاکوب در ابعاد مختلف



دایکات نیمه اتوماتیک و اتوماتیک



خط کش و برش ورق کارتن



سلفون کش حرارتی (واتر بیس)



جعبه چسبانی



دوخت کارتن (اتومات، نیمه اتومات، پدالی)



نقش بسته بندی در توسعه بازار

■ نویسنده: کرستی لورت
■ ترجمه: پویان درخشان

■ عملکرد بسته بندی
نقش اصلی یک بسته بندی خوب این است که از محصول تولیدشده در فرآیند حمل و نقل از زمان تولید در کارخانه تا رسیدن به فروشگاه حمایت کند. در ضمن بسته بندی خوب یک کالا از یک محصول محافظت می کند تا زمانی که مشتری در قفسه فروشگاهها به سراغ آنها برود و آنها را بخرد. در مورد بازار و مساله توسعه بازار و حمل و نقل کالا، بسته بندی خوب و کیفی به عنوان یک محافظ مناسب برای حفاظت از کالای بسته بندی شده است، چه این محصول در بازار جدید فروخته شود و یا مشتری جدید آن را بخرد یا نه.

■ برندینگ
همچنین تولید بسته بندی خوب نقش حیاتی در فرآیند تولید یک برند دارد. کلمات قصار تولیدکنندگان می تواند به عنوان یک سمبل برای یک برند تبلیغ شود. به کار بردن کلمات و یا تبلیغهای خاص یک برند را در مقابل رقبا متمایز می کند و نشان می دهد که ساختن یک برند نقش ضروری و موثری برای بازاریابی برای بسیاری از محصولات و شرکتها را دارد.

بعضی از کالاها انواع مختلف برندها را شامل می شوند که این بستگی به آن دارد که کالای مورد نظر در کدام بازار و یا با کدام مزایا به فروش می رسد. بسته بندی خوب می تواند به فروش سریع کالا کمک کند، به خاطر اینکه فضایی را برای اشتراک گذاشتن اطلاعات در مورد کالای مورد نظر ارائه می دهد مثل اطلاعات در مورد مواد غذایی و یا دستورالعملهایی که می گوید چطور از آن کالا استفاده شود. برای مثال، بعضی از بسته بندیها شامل پیامهای بازاریابی است که بر روی محصول بسته بندی شده آمده است که باعث می شود که مشتریها محصول را از قفسه برداشته و به آن نگاه کنند. اساسا بسته بندی می تواند با رنگ آمیزی زیبا بر روی یک محصول آن را نسبت به سایر کالاها متمایز کرده و مزایای خوبی برای

خریدار داشته باشد. وقتی محصولی در بازار جدید مطرح می شود بسیار مهم است که پژوهشهای بازار هم به سوی آن هدایت شوند. و در مرکز توجه گروههای متخصص بازار باشند. کارشناسانی که مشخص می کنند که چه چیزی برای بازار جدید جذابتر است.

برای مثال، رنگها، عکسها و لیبلها بر روی محصول می تواند بسته به شرایط اجتماعی از یک کشور تا کشور دیگر فرق داشته باشد و یا حتی از یک گروه از مشتریها با مشتریهای دیگر متفاوت باشد. شناخت این تفاوتها برای تولیدکننده بسیار مهم است.

■ ویژگیها

بسته بندی همچنین می تواند اطلاعاتی در مورد ویژگیهای مواد تولیدشده درون بسته بندی از طریق ارائه اطلاعات روی محصول با شما به اشتراک بگذارد. سایز و اندازهها و محصولاتی که با رنگ مشخص شده اند، می توانند به مشتری در مورد تصمیم به خرید هر کالایی که نیاز دارد کمک کند که در خرید مناسب اقدام لازم را بنماید. برای مثال، یک مشتری یک سطل زباله زیر سینک ظرفشویی لازم دارد، او اندازههای این محصول تولیدی را باید بداند که مطمئن شود که آن محصول متناسب با ظرفشویی او هست یا نه. برچسبها و توضیحاتی که روی محصول است کمک می کند به او که یک تصمیم مناسب بگیرد و آن چیزی را که لازم دارد بخرد.

یک بسته بندی خوب به مشتری این کمک را می کند که شرکتها و تولیدیهای مورد اعتماد را بشناسد. برای مثال، اگر رستوران محلی تصمیم می گیرد که سس مخصوص سالاد خود را در فروشگاه عرضه کند بسته بندی آن محصول (سس مخصوص سالاد) ممکن است لوگو، نام و طرح و رنگ آمیزی آن شرکت را نیز در بر داشته باشد. استفاده از بسته بندیهایی که چنین مطالبی را در بر دارد به مشتری کمک می کند که فوراً محصول مورد نظر را هنگام خرید تشخیص دهد. وقتی محصولی را در بازار جدید معرفی می کنید، بسته بندی مناسب می تواند توجه شما را به پیش بینی آینده از این محصول جلب کند. برای مثال، رنگهای پرطراوت ممکن است بی درنگ مشتری جدید را مجبور کند که به محصول شما نظر خاص داشته باشد، به خاطر اینکه رنگهای روشن بیشتر جلب توجه می کنند و یا اینکه ممکن است مشتری قبلاً این طراحی بسته بندی را دیده و حالا نظرش را جلب کرده باشد و تصمیم به خرید آن کالا نماید.



آدرس: تهران، سعدی شمالی، جنب بیمارستان امیر اعلم، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷

تلفن: ۹۵ ۶۶ ۷۱ - ۶۶ ۷۲ ۸۸ - ۶۶ ۷۵ ۷۸ ۲۰ - ۶۶ ۷۵ ۰۷ ۳۷ - ۶۶ ۷۵

ابوالحسینی ۰۹۱۲۳۵۸۰۰۸۶

www.shigh-pack.com

shighpack@yahoo.com

معرفی استانداردهای جهانی بسته‌بندی

استاندارد، معانی متفاوتی دارد. مثلاً بعضی آن را «نمونه‌ای برای سرمشق» می‌دانند که قبول عام یافته باشد، بعضی هم وضع قوانین و مقررات برای تعیین کیفیت و مشخصات مطلوب کالا یا خدمات تعریف کرده‌اند و البته تعاریف دیگر. در صنعت بسته‌بندی نیز استانداردهای گوناگونی تعریف شده است که هر کدام دارای ویژگی‌هایی خاص است. ویژگی‌هایی که بنابر مصرف، مولفه‌های متغیری را می‌پذیرد اما در عین حال آنها را در یک حالت معین برای کاربرد معین تعریف می‌کند. در این راستا، چاپ و نشر به معرفی الگوها و استانداردهای تعریف‌شده و جهانی بسته‌بندی می‌پردازد. از این شماره و در هر شماره، با دست‌کم یک استاندارد جهانی درباره بسته‌بندی با شما خواهیم بود.

عنوان:

استاندارد جعبه
Def Stan 81-51 ISSUE 7 (Crate)

شرح سند:

این استاندارد به معرفی مواد اولیه مورد نیاز و نیز چگونگی طراحی، مونتاژ و ساخت چند نمونه از جعبه‌های چوبی از نوع Crate (۱) می‌پردازد. چوب مورد نیاز در ساخت این جعبه‌ها باید ترجیحاً از گونه‌های سوزنی برگ سالم بوده و عیب و نقصی نظیر ترک، شکاف و تمام عیوبی که منجر به افت مقاومت مکانیکی چوب گردد در مواد اولیه نباید وجود داشته باشد. چوب باید بدون پوست و گره باشد و شیب الیاف از ۱ در ۶ بیشتر نگردد. همچنین مقدار رطوبت چوب ۱۶٪ باشد. باید اشاره گردد برش‌هایی که بر روی چوب انجام می‌گیرد از استاندارد BS۴۴۷۱ تبعیت نماید.

در این استاندارد به معرفی سه کلاس مختلف (Z، Y و X) در ساخت Crate پرداخته می‌شود. ضخامت قیدهای پیرامونی قرار گرفته برای کلاس X، Y و Z به ترتیب ۱۶، ۱۹ و ۲۵ و پهنای آنها، ۷۵ و ۷۵ و ۱۰۰ میلی‌متر پیشنهاد می‌گردد.

همچنین ضخامت چوب‌هایی که در ساخت اسکلت Crate استفاده می‌شوند برای سه کلاس X، Y و Z،

۱۶، ۱۹، ۲۵ و پهنای آنها به ترتیب ۱۰۰، ۱۲۵ و ۱۵۰ میلی‌متر معرفی می‌گردد.

ابعاد (پهنای × ضخامت) قیدهای قرار گرفته در پایه Crate که به منظور قرارگیری چنگال لیفتراک طراحی می‌گردد برای سه کلاس X، Y و Z، ۷۵×۱۰۰ میلی‌متر است.

لازم به توضیح است در جعبه‌هایی که بیش از ۱۰۰۰ میلی‌متر ارتفاع دارند برای حمل‌ونقل راحت‌تر، بهتر است که پایه‌ای چوبی در زیر جعبه Crate قرار گیرد تا چنگال لیفتراک در داخل پایه قرار گیرد و حمل‌ونقل را سهولت بخشد. فاصله قیدهای پایه در این حالت نباید بیش از ۳۰۰ میلی‌متر باشد. در این وضعیت قیدهای قطری نباید در قسمت زیرین Crate استفاده گردد.

اگر ارتفاع Crate، کمتر از ۲۰۰ میلی‌متر طراحی گردد برای تشکیل اسکلت Crate، باید از چوب‌های به ضخامت ۲۵ میلی‌متر استفاده شود و اگر ارتفاع داخلی Crate، بیش از ۲۰۰ میلی‌متر باشد باید بین هر چوب تشکیل‌دهنده اسکلت Crate که Slat نام دارد، ۲۵ میلی‌متر فاصله باشد.



میخ‌های مورد استفاده باید گالونیزه باشند و پوششی از سیمان یا رزین روی آنها را بپوشاند. می‌توان برای آشنایی بیشتر با انواع میخ‌های مورد استفاده در ساخت Crate به استاندارد BS۱۲۰۲ Part ۱ مراجعه نمود. قطر میخ‌هایی که طول آنها بیش از ۴۵ میلی‌متر است، ۲/۳۶ میلی‌متر پیشنهاد می‌گردد و قطر سایر میخ‌های دیگر باید حداقل ۳ میلی‌متر باشد.

همه پیچ‌های مورد استفاده باید از نوع فولادی باشند و بیمار فسفات بر روی آنها قرار گرفته و استاندارد BS۱۲۱۰ در هنگام استفاده از پیچ‌ها، مورد بررسی قرار گیرند. میخ‌ها باید به اندازه کافی بلند باشند تا تقریباً ۳ سانتی‌متر در بخش دریافت‌کننده وارد گردند. همچنین برای هر تکه قید باید ۲ عدد میخ استفاده گردد که این میخ‌ها حدوداً ۱۰ میلی‌متر از هم فاصله داشته باشند.

قیدهای چوبی باید به وسیله پیچ یا میخ به چوب‌های اسکلت ساختمان Crate متصل شوند. هنگامی که از پیچ استفاده می‌شود باید پیش‌سوراخی بر روی چوب ایجاد گردد تا پیچ به راحتی در چوب نفوذ نماید. همچنین سرپیچ نباید از چوب بیرون بماند و باید در داخل چوب

کلاس Crate	1	2
X	۵۰ میلی‌متر - شماره ۸	۶۴ میلی‌متر - شماره ۱۰
Y	۵۰ میلی‌متر - شماره ۸	۷۶ میلی‌متر - شماره ۱۰
Z	۵۷ میلی‌متر - شماره ۸	۱۰۲ میلی‌متر - شماره ۱۲

فرو رود. طول بسته‌های فنی و شماره آنها مطابق جدول زیر می‌باشد.

ستون ۱ بر طول و شماره پیچ‌هایی که فقط برای عبور از چوب‌های تشکیل‌دهنده اسکلت Crate هستند دلالت دارد.

ستون ۲ بر طول و شماره پیچ‌هایی که برای عبور از چوب‌های تشکیل‌دهنده اسکلت و قیدهای اطراف جعبه چوبی هستند دلالت دارد.

اگر مواد حفاظتی برای جعبه Crate مورد نیاز باشد باید از استاندارد D۳۱ (۸۱-DefStan ۴۱-Lparto) پیروی نماید. برچسب قرار گرفته بر روی Crate باید سبک و کلاس Crate و نیز دارا بودن یا عدم دارا بودن پایه‌های لازم برای حمل‌ونقل به وسیله لیفتراک را مشخص نماید. همچنین ابعاد داخلی Crate به ترتیب طول، پهنای و ارتفاع در روی برچسب قرار گرفته بر روی آن باید مشخص گردد.

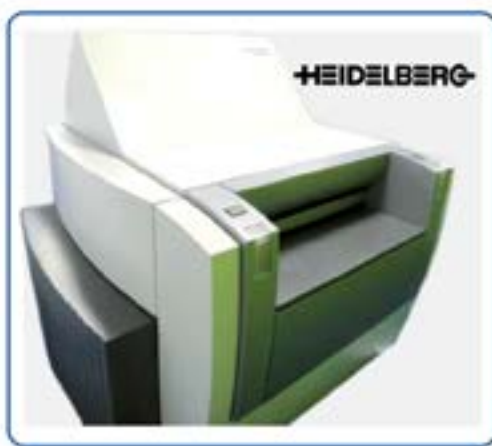
برای برچسب‌زنی جعبه ساخته‌شده می‌توان از استاندارد Def Stan ۸۰-۶۸ و Def Stan ۸۰-۷۷ استفاده کرد.

شرکت مبین

ارائه پلیت سترهای:

CREO-AGFA-SCREEN-HEIDELBERG

تأمین لیزر، قطعات انواع پلیت ستر وایمج ستر



تلفن: ۷۷۶۳۴۰۹۸-۷۷۶۳۵۴۲۹ همراه: ۰۹۱۲۲۰۴۶۸۴۳ کریمی

فکس: ۷۷۵۱۴۱۵۴

"راهنمای استفاده از پلستر"
منتشر شد

این کتاب برای دارندگان ترندستتر که سیستم خود را از این موسسه تهیه نموده‌اند، به رایگان ارسال شده است. همچنین دارندگان ترندستترهای کرئو و گرئو - هایدلبرگ، با اعلام نشتانی خود، می‌توانند این کتاب را رایگان دریافت نمایند.

ضرورت و نیاز چاپخانه‌ها

قابل توجه همکارانی که ماشین چاپ بزرگتر از ۴/۵ ورقی دارند
تا ۸ ورق
موجود در تهران و آماده نصب



creo™

Trendsetter VLF 5067

رامین گرافیک
Ramin
Digital Lithography
عضو رسمی انجمن واردکنندگان
ماشین آلات صنعت چاپ و بسته بندی
IPMA

نماینده انحصاری شرکت

ZM-SERVICE



پلستر حرارتی
Kodak / creo
HEIDELBERG



مرکز تخصصی تامین قطعات یدکی پلسترهای کرئو، هایدلبرگ و کدک
تعمیرات و تعویض لیزر هد ۲۰ وات، ۴۰ وات، ۵۰ وات
با کادر مهندسی دوره دیده و مجرب

خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، خیابان ژاندارمری، پلاک ۸۲ تلفن: ۳۱۱۱ ۴۰۶۶ (خط ۵)
همراه: ۰۹۱۲ ۲۰ ۲۲۴ ۷۸ - ۰۹۱۲ ۱۲۵ ۷۴ ۴۴ - تلفن آلمان: ۱۵۷۸۸۶۹۲۱۵۷ - ۱۵۷۸۴۰۵۸۵۶۰ (+۴۹)
Email: raminklitho@yahoo.com - ramtinaz@yahoo.com

کارتن سازی حسینه

تولید انواع کارتن بابیش از ۳۰ سال سابقه

تحويل
یک
روزه

ساخت انواع کارتن سررسید

وزیری، رقعی، مدیران، خشتی، جیبی، تقویم رومیزی و...

تلفن کارگاه: ۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۲۰

۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۲۱

تلفن دفتر: ۰۲۱-۵۵۰۸۱۷۵۱

۰۲۱-۵۵۰۸۱۷۵۲

مدیریت: ۰۹۱۲۱۸۶۸۸۴۶

تلگرام: ۰۹۱۰۵۹۴۲۸۳۶

ارسال
رایگان
عدد ۲۰۰۰



شهرک صنفی خدماتی کاوه

دارای سند تفکیکی شش دانگ تک برگ (عرصه و عیان)

خرید و فروش سوله، رهن و اجاره

تامین امنیت (پلیس نگهبانی)

نزدیک به تهران

۰۹۱۲۳۷۱۳۲۲۱ (حمید حسینی)

۰۹۱۲۶۴۵۳۶۱۷ (محمد اسماعیلی)

۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۰۰۱ (امور فروش)

کیلومتر ۱۰ بزرگراه خاوران، بعد از خاورشهر، جاده عباس آباد علاقه مند

۰۲۱-۹۵۱۲۵۰۰۳

WWW.KAVEHIEC.COM

سایت فن آوران

خیابان خاوران

کیلومتر ۸ جاده خاوران، جاده عباس آباد علاقه مند، شهرک صنعتی خدماتی کاوه، پلاک ۱۰۵



کلیشه ژلاتینی

طراحی - ساخت



لیتوگرافی ثانیه

بزرگترین سایت طراحی، خروجی مستقیم زینک CTP خروجی فیلم، کلیشه ژلاتینی نمونه رنگی پلات

زینک سوز تا سایز ۶/۵ ورق در مرکز و جنوب ایران

اصفهان چهارراه وفائی خیابان صمدیه جنب بانک ایران زمین ساختمان ۱۴۴ تلفن ۳۲۳۳۰۱۲۲ - ۳۲۳۵۲۲۰۰ - ۳۲۳۴۲۷۳۵

www.litosanieh.com

مخصوص چاپ فلکسو، و ...

هدف ما بالاتر بردن سطح کیفیت چاپ شماست

E-mail: sanieh_co@yahoo.com

کاربرد فن آوری نانو در بسته بندی مواد غذایی

■ دکتر سعیده فیاضی

فن آوری نانو کاربردهای وسیعی در همه مراحل تولید، فرآوری، نگهداری، بسته بندی و انتقال تولیدات کشاورزی دارد. ورود فن آوری نانو به صنعت کشاورزی و صنایع غذایی متضمن افزایش میزان تولیدات و کیفیت آن ها، در کنار حفظ محیط زیست و منابع کره زمین است. امروزه بسیاری از مواد غذایی و محصولات کشاورزی کشور، به دلیل شرایط نامناسب نگهداری و بسته بندی، بازارپسندی خود را از دست می دهند که این امر می تواند زیان های اقتصادی فراوانی به دنبال داشته باشد. فن آوری نانو می تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند در این زمینه، به بهبود اقتصاد کشور کمک شایانی کند. در این مقاله چندین کاربرد از نانوموادها در بسته بندی مواد غذایی مرور شده است، از جمله نانوکامپوزیت های پلیمری رسی به عنوان مواد غیرقابل نفوذ، نانو ذرات نقره و مس به عنوان عوامل ضد میکروبی قوی و روش های مبتنی بر نانوسنسورها برای تشخیص کیفیت و شناسایی مواردی مانند گازها و عوامل بیماری زا در مواد غذایی بسته بندی شده. مرور تحقیقات انجام شده پیشین نشان می دهد که فن آوری نانو یک ابزار موثر و کارآمد در صنعت بسته بندی مواد غذایی است و می تواند نقش بزرگی در حفظ کیفیت مواد غذایی داشته باشد.

■ فن آوری نانو

فن آوری نانو، توصیف خصوصیات، ساخت و یا دستکاری ساختار مادی است که حداقل یکی از ابعاد آنها 1-100nm است. وقتی که اندازه ذرات تا این حدود کاهش می یابد، مواد حاصله، خصوصیات فیزیکی و شیمیایی را از خود نشان می دهند که به صورت معنی داری، با خصوصیات همان مواد در مقیاس بزرگ متفاوتند. در طول دهه گذشته، تحقیقات انجام شده در زمینه فن آوری نانو به صورت قابل توجهی افزایش یافت و در حال حاضر، شرکت های بزرگی وجود دارند که در زمینه ساخت انواع جدیدی از مواد در ابعاد نانو برای کاربردهای مختلف فعالیت می کنند. یکی از صنایعی که تاکنون در استفاده از این فن آوری کندتر عمل کرده است، صنایع غذایی می باشد و فن آوری نانو، یک موضوع کمتر شناخته شده در این زمینه است. این موضوع چندان تعجب آور نیست، زیرا که تمایل عموم مردم در استفاده از محصولات غذایی طبیعی، از به کارگیری فن آوری های غذایی جلوگیری به عمل آورده است و فن آوری نانو نیز از این قضیه مستثنی نیست. با این حال، دانشمندان و صاحبان صنایع، استفاده های بالقوه ای از فن آوری نانو را تقریباً در همه بخش های صنایع غذایی شناسایی کرده اند. دو نمونه از مهمترین این بخش ها عبارتند از فرآوری مواد غذایی (بهبود بافت یا کیفیت غذا، تولید مواد ژله ای) و بسته بندی مواد غذایی (محافظت از غذاها و مواد غذایی در مقابل عوامل بیماری زا و گازهای مضر، نانوسنسورها در تشخیص آلودگی ها و ارزیابی مواد غذایی بسته بندی شده، محافظت مواد غذایی در مقابل اشعه ماوراء بنفش) که در بین این دو مورد نیز فن آوری نانو در بسته بندی مواد غذایی کاربرد بیشتری داشته است که به احتمال زیاد به این دلیل بوده است که نانوذرات به صورت مستقیم به مواد غذایی اضافه نمی شوند و ساختار طبیعی ماده غذایی حفظ می شود.

مروری بر کاربردهای فن آوری نانو در بسته بندی غذایی

■ نانوکامپوزیت های پلیمری غیرقابل نفوذ هنگامی که غذا بلافاصله بعد از تولید مصرف نشود، باید بسته بندی شود. این بسته بندی ها باید از مواد غذایی در مقابل نفوذ خاک و گرد و غبار، اکسیژن، نور، عوامل بیماری زا، رطوبت و دیگر انواع

بازرگانی جلیلی

واردات و توزیع انواع کاغذ و مقوا



تحويل به صورت ارسال از بندر

تحریر به صورت رول و شیت

رول کپی گرید و سائز A3 A4 A5

انواع مقوا پشت طوسی، ایندل بورد و گلاسه

قیمت نهایی را از ما بگیرید

۳۳۹۴۹۴۵۸-۳۳۹۳۴۶۰۷-۳۳۹۲۲۷۵۴

۳۳۹۴۹۴۲۵

۰۹۱۲۲۱۴۱۴۴۹

www.jalilipaper.com

عوامل مخرب و مضر جلوگیری کنند تا غذا سالم بماند. (بسته بندی ها باید غیرقابل نفوذ باشند). علاوه بر آن بسته بندی باید ارزان و سبک بوده و نسبت به صدمات فیزیکی حین حمل و نقل و فرآوری مواد غذایی (مثلاً هنگام پر کردن آن) مقاوم باشد. یک موضوع مهم در بسته بندی مواد غذایی مهاجرت یونی و نفوذپذیری آنهاست (Robertson, 2005). هیچ ماده ای به صورت کامل نسبت به گازهای اتمسفری، بخار آب و یا مواد طبیعی ای که در هنگام بسته بندی با آن مخلوط می شوند و یا حتی خود ماده بسته بندی نفوذ ناپذیر نیست.

پلاستیک هایی که برای ظروف نوشیدنی های گازدار استفاده می شوند، باید نفوذ ناپذیری خیلی بالا نسبت به اکسیژن و دی اکسید کربن داشته باشند تا از اکسید شدن و دی کربنه شدن نوشیدنی جلوگیری شود (Robertson, 2005). مواد مرسوم برای بسته بندی مواد غذایی عبارتند از: فلز، سرامیک (شیشه) و کاغذ (مقوا). در حالی که این مواد هنوز هم مورد استفاده قرار می گیرند، اما قیمت پایین، آسانی شکل پذیری و تنوع قابل توجه در خواص فیزیکی مواد پلیمری آلی، پلاستیک ها را جایگزین مناسبی برای بسته بندی مواد غذایی معرفی می کند که این پلیمرها انواع زیادی دارند. اگرچه که پلیمرها تحولات زیادی در صنایع غذایی ایجاد کرده اند، اما اشکال بزرگ آنها، نفوذپذیری به گازها و دیگر مولکول های کوچک است. (Duncan, 2011). استفاده از پلیمرهای ترکیبی یک روش مفید برای جلوگیری از نفوذپذیری گازها در بسته بندی های مواد غذایی است یک روش برای رسیدن به این هدف، ساخت پلیمرهایی است که از مواد زیستی ساخته شده اند و تحت عنوان نانوکامپوزیت های پلیمری (PNCs) شناخته می شوند. برای ساخت این پلیمرها، یک ماده پرکننده در مقیاس نانو در سرتاسر ماتریس پلیمر پراکنده می شود. این مواد پرکننده می توانند شامل نانو صفحات خاک رس، سیلیکات، نانو سیلیکا (SiO₂)، نانوکریستال های نشاسته، نانو فیبرهای سلولزی و ترکیبات غیرآلی دیگر باشند. PNCs ها نسبت به پلیمرهای دیگر مستحکم تر، در مقابل اشتعال مقاوم تر، دارای خصوصیات حرارتی بهتر، نقطه ذوب و دمای انتقال گاز پایین تر و در برابر شرایط رطوبتی مقاوم ترند (علایی، ۱۳۹۲).

تاکنون نوید بخش ترین پرکننده ها در مقیاس نانو برای sPNC ها، نانوپلاکت هایی هستند که متشکل



از خاک رس یا دیگر مواد سیلیکاتی هستند. محبوبیت نانو رس‌ها در کاربردهای مرتبط با صنایع غذایی، به قیمت پایین، پایداری بالا و همچنین تاثیرگذاری پایین آنها در هنگام تماس با مواد غذایی یعنی عدم واکنش با مواد غذایی بر می‌گردد (Duncan, ۲۰۱۱).

نانوکامپوزیت‌های پلیمر خاک رس، گروهی از مواد ترکیبی ساخته شده از سیلیکات‌های لایه‌ای خاک رس، برای مثال مونت‌موریلونیت هستند که در ماتریس پلیمر با ضخامت لایه در ابعاد نانومتر پخش شده‌اند. ویژگی‌هایی مثل مقاومت مکانیکی بالا، مدول‌های بالا، وزن کم و نیز بهبود ویژگی‌های مانع‌کنندگی نسبت به مایع، گاز و بخار با این کامپوزیت جدید قابل دستیابی است. بهبود ویژگی‌ها در این پلیمرها به دلیل واکنش بین پلیمر و خاک‌رس در مقیاس نانو است (Dadfar et al, ۲۰۱۱).

مواد معدنی خاک‌رس در بسته‌بندی غذا مورد توجه خاص هستند، زیرا می‌توانند برای دست یابی به نانوکامپوزیت‌های پلیمر خاک‌رس به عنوان جایگزین برای تکنولوژی‌های متداول برای بهبود ویژگی‌های پلیمری استفاده شوند (Bru-na et al, ۲۰۱۲). تاکنون مطالعات زیادی در استفاده از نانوکامپوزیت‌های پلیمری خاک‌رس در بسته‌بندی مواد غذایی انجام شده است از جمله:

امیر وکیلی نظامی و همکاران، (۱۳۹۲)، از نانوکامپوزیت‌های پلیمری خاک‌رس (PCNC) برای بسته‌بندی ماکارونی جوانه گندم استفاده کردند و تاثیر آن را بر زمان ماندگاری ماکارونی در ماه‌های ۶، ۱۲، ۱۸ و ۲۴ بررسی کردند. خاصیت نفوذ ناپذیری بسته‌بندی PCNC موجب کاهش ۸۵ درصد نفوذپذیری اکسیژن شد. خواص شیمیایی محصول در ماه‌های ۶، ۱۲ و ۱۸ تفاوت چندانی با ماه ششم نداشت. اما با آنالیز آب پخت در ماه ۲۴، نانو ذرات خاک رس در حد تفاوت چندانی با ماه ششم نداشت. اما با آنالیز آب پخت در ماه ۱۲، نانو ذرات خاک رس در حد ۱/۴ ppb مشاهده شد که می‌تواند عوارض سمی در بدن داشته باشد. کاربرد نانوذرات در بسته‌بندی به روش PCNC سبب افزایش زمان ماندگاری تا حدود ۳ برابر نسبت به بسته‌بندی معمولی شد بدون اینکه در محصول تغییرات شیمیایی رخ دهد.

■ نانوذرات و نانوکامپوزیت‌های نقره و مس ضد میکروب

استفاده از نقره به عنوان یک ماده ضد میکروبی در کاربردهای غذایی و آشامیدنی‌ها، تاریخچه درازی دارد. نقره مزایای زیادی نسبت به سایر عوامل ضد میکروبی دارد. در مقایسه با ضد میکروب‌های مولکولی که عموماً ارگانسیم‌های خاصی را مورد هدف قرار می‌دهند، نقره در مقابل گونه‌های متعددی از باکتری‌ها، قارچ‌ها، جلبک‌ها

و احتمالاً بعضی از ویروس‌ها، خاصیت سمی دارد. نقره به عنوان یک عنصر، پایداری زیادی در مدت زمان طولانی دارد (Monteiro et al, ۲۰۰۹).

شاید بزرگترین مزیت ضد میکروبی نقره این است که نقره می‌تواند به آسانی داخل موادی مانند منسوجات و پلاستیک آمیخته شود و آنها را برای مواردی که خاصیت ضد میکروبی پایدار و با طیف وسیع نیاز است و همچنین در مواردی که روش‌های ضد میکروبی قدیمی غیرعملی و غیرکاربردی هستند مناسب سازد. مس نیز از جمله فلزاتی است که دارای خواص ضد میکروبی است (Duncan, ۲۰۱۱).

نانوذرات‌های نقره می‌توانند به همراه نانوکامپوزیت‌های پلیمری استفاده شوند که به آنها، نانوکامپوزیت‌های نقره نیز گفته می‌شود. (Snchez-Valdes et al, ۲۰۰۹). یک فیلم پلاستیکی پنج لایه را با یک لایه نانوکامپوزیت نانوذرات نقره/پلی اتیلن پوشش دادند و توانستند فعالیت ضد میکروبی آنرا در مقابل نوعی قارچ که یک آلاینده غذایی رایج بود مشاهده کنند.

ذرات نانوکامپوزیتی نقره روی سیستم‌های واقعی غذایی تست شدند تا تاثیر ویژگی‌های ضد میکروبی نانوذرات نقره را بر روی ماندگاری مواد غذایی تعیین کنند. برای مثال (Mohammed Fayaz et al, ۲۰۰۹) و همکارانش، هویج و گلابی‌های استریل شده را داخل محلول‌های اسید الژینیک که دارای

نانوذرات نقره بودند و به عنوان فیلم‌های آنتی باکتریال خوراکی شناخته می‌شوند فرو بردند. آن‌ها دریافتند که در یک مدت زمان ۱۰ روزه، این هویج‌ها و گلابی‌ها آب کمتری را از دست دادند و توسط مشتریان پذیرش بیشتری داشتند. در مطالعه‌ای دیگر، مارچوبه‌های تازه که با فیلم‌های نانوذرات نقره/ پلی وینیل پیرولیدین پوشیده شدند، هنگامی که در دمای یک درجه سانتی گراد نگهداری شدند، مدت زمان نگهداری آنها به ۱۸ روز افزایش یافت. علاوه بر آن، از دست دادن آب در آنها کمتر شد و رنگ آنها نیز سبزتر باقی ماند. همچنین رشد میکرو ارگانسیم‌ها در طول این مدت در آنها کمتر بود (An et al, ۲۰۰۸).

در مطالعه‌ای دیگر، دو نمونه پوشش بسته‌بندی حاوی نانو ذرات نقره پوشش‌دهی شده روی دی اکسید تیتانیوم برای بسته‌بندی ماهی قزل‌آلا رنگین کمان استفاده شد. ماهی قزل‌آلا رنگین کمان از انجام مراحل آماده‌سازی، در پوشش‌های نانو (SPN) بسته‌بندی و به مدت ۲۱ روز در درمانی یخچال ۴ درجه سانتی گراد نگهداری شدند و شمارش باکتریایی کل، باکتری‌های سرمادوست در مقایسه با نمونه شاهد انجام گرفت. نتایج حاکی از آن بود که پوشش‌های بسته‌بندی نانو با کاهش میزان رشد باکتری‌ها در مقایسه با نمونه شاهد، زمان ماندگاری ماهی قزل‌آلا رنگین کمان را افزایش دادند (پرتوی و همکاران، ۱۳۹۲).

علاوه بر آن، از دو نمونه پوشش‌های بسته‌بندی حاوی ذرات نانونقره پوشش‌دهی شده روی دی اکسید تیتانیوم برای آزمون استفاده شد. بعد از انجام مراحل آماده‌سازی پوشش‌ها و تهیه سوسپانسیون باکتری‌های پرسینیا راگری و آشرشیا کلی، فعالیت ضد میکروبی پوشش‌ها در مقایسه با نمونه شاهد مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج بدست آمده نشان داد که پوشش‌های نانو با کاهش میزان رشد باکتری‌ها، نقش بسزایی در افزایش زمان ماندگاری دارد (پرتوی و همکاران، ۱۳۹۲).

در مطالعه‌ای دیگر، توت فرنگی پس از برداشت با پوشش نانو کیتوزان حاوی مس پوشش داده شد و همراه با نمونه‌های شاهد در دمای ۴+۱ درجه سانتی‌گراد و رطوبت نسبی ۷۰ درصد نگه داری شد. هر ۴ روز یکبار و با سه تکرار، شاخص‌های



more cure

انواع UV سیلک و سیلندری ساخت ترکیه



Screen Printing

انواع ماشین‌آلات چاپ سیلک

Key well

ساخت تایوان

www.screenprint.ir

رنگ Karang

۰۹۱۲ ۸۳۹ ۰۳۰۱

۰۹۱۲ ۹۳۰ ۶۹۷۸



MAZAND SYSTEM

مجری: کاظم باباپور

مازند سیستم

طراح و سازنده ماشین آلات چاپ UV و امباس

سازنده دستگاه خشک کن UV، سیلندر UV، امباس و چاپ

کارشناس نصب خشک کن UV بر روی انواع ماشین آلات چاپ افست



خشک کن سیلک



UV سیلندری رول به رول (پلاستیک)



امباس



خشک کن پشت افست



چاپ کلیشه (جدید)



خط کامل UV سیلندری

www.mazandsystem.com

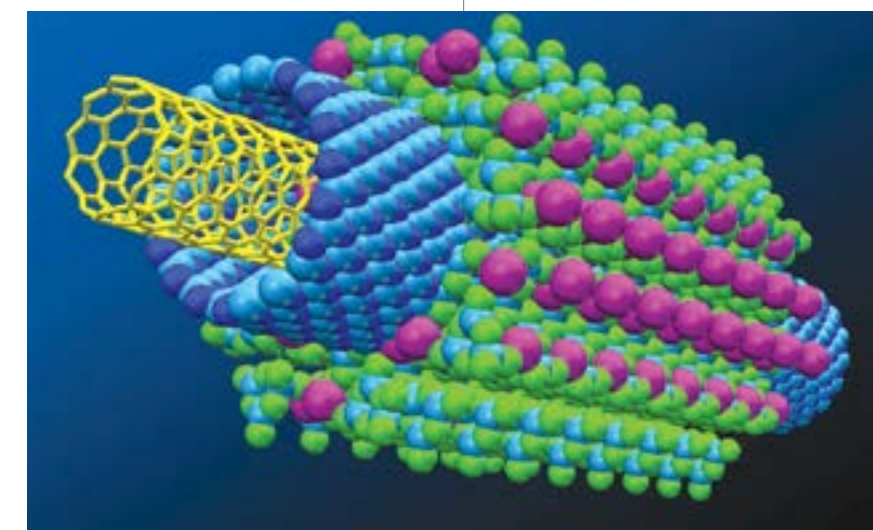
۵۵۸۵۷۲۶۹ ۰۹۱۲۱۷۱۶۸۳۲ ۰۹۳۵۱۳۴۱۶۴۱ ۰۹۱۲۱۳۴۱۶۴۱

تهران، بزرگراه آزادگان، شهرک مرتضی گرد، خ صنعتی نبوت (نرگس)، ولایت ۱۲



کیفی از قبیل اسیدپتیه، مواد جامد محلول، استحکام بافت، افت وزن، میزان اسید آسکوربیک و درصد خرابی با محدوده اطمینان ۹۵ درصد مورد ارزیابی قرار گرفتند. نتایج نشان داد طی ۸ روز انبارمانی، نفوذپذیری بافت حدود ۲۰ درصد و افت وزن حدود ۲ درصد کاهش یافته بود و تغییرات اسیدپتیه و مواد جامد محلول ناچیز بوده است. طی ۸ روز انبارمانی، میزان اسید آسکوربیک در نمونه تیمار شده در مقایسه با نمونه شاهد دو برابر کاهش نشان داد که علت آنرا می توان نفوذ ذرات مس به داخل بافت و درگیر شدن آن با اسید آسکوربیک دانست. می توان نتیجه گرفت پوشش دهی میوه توت فرنگی با نانوکیتوزان حاوی مس، موجب حفظ برخی شاخص های کیفی توت فرنگی و افزایش ماندگاری آن از ۸ به ۲۰ روز (۲/۵ روز برابر) می شود (عشقی و همکاران، ۱۳۹۲).

(Incoronato et al, ۲۰۱۱) تاثیر یک سیستم بسته بندی ضد میکروبی حاوی نانو ذرات مونتموریلونیت نقره را بر روی کیفیت نوعی پنیر بررسی کردند. نتایج نشان داد که این سیستم بسته بندی فعال، به صورت قابل توجهی ماندگاری این پنیر را افزایش می دهد که به دلیل توانایی کاتیون های نقره در کنترل تکثیر میکروبی است بدون اینکه بر روی میکروب های اصلی و کارکردی لبنی ویژگی های حسی محصول اثر بگذارد. (Jokar et al, ۲۰۱۰) نانوکامپوزیت های با دانسیته پایین نقره را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد که فیلم فعال پیشنهاد



کاهش یافت و در بیشترین غلظت، ۵ روز افزایش در مدت ماندگاری مشاهده شد. از نظر کیفیت حسی نیز، نمونه های حاوی ۲۰ میلی گرم نقره مونتموریلونیت، نسبت به نمونه های شاهد از پذیرش بهتری برخوردار بود.

■ **نانوسنسورها و بسته بندی های هوشمند**
محصولات تازه یا گوشت هایی که خراب شده اند، از خود رنگ، بو یا دیگر مشخصه های حسی را نشان می دهند که به آسانی توسط مصرف کنندگان تشخیص داده می شوند. هنگامی که مواد غذایی بسته بندی می شوند، این مشخصه های حسی آنها توسط مصرف کنندگان کمتر قابل تشخیص است و مصرف کنندگان می بایست که به تاریخ انقضاء که توسط تولید کنندگان، بر مبنای یکسری فرضیات مربوط به روش نگهداری و حمل و نقل غذا تعیین می شود اعتماد کنند. در حالی که تاریخ

شده، می تواند به صورت موفقیت آمیزی برای جلوگیری یا کاهش باکتری های گرم منفی اشرشیاکلی و گرم مثبت استافیلوکوکولوس اورئوس استفاده شود. همچنین کارایی ضد میکروبی نانوکامپوزیت نقره به غلظت نانو ذرات نقره بستگی دارد، هر چند که غلظت بالای نانوذرات نقره ممکن است باعث تضعیف ویژگی های مکانیکی شود. (Costa et al, ۲۰۱۲) اثر پوشش فعال حاوی نانو ذرات مونتموریلونیت نقره را و نیز ویژگی های ممانعت کنندگی فیلم را روی عمر انبارمانی برش های هویج تازه مورد بررسی قرار دادند. استفاده ترکیبی از پوشش فعال و بسته بندی مناسب باعث نگهداری خوب هویج ها شد و افزایش عمر انبارمانی تا حدود ۰۱ روز نسبت به نمونه های بدون پوشش (حدود ۴ روز) مشاهده شد. (Costa et al, ۲۰۱۱) اثر ضد میکروبی

کارگاه و فروشگاه غفاری

ارائه‌دهنده:

سلفون واتریس متالایز و شفاف طرحدار

سلفون حرارتی مات و براق

سلفون واتریس مات و براق ۱۲، ۱۵ و ۲۰ میکرون

سلفون متالایز نقره‌ای و رنگی

چسب سلفون کشی

طلق PVC (رول و شیت ۰.۱۰، ۰.۱۵، ۰.۲۰ و ۰.۲۵ میکرون)

برش سلفون و طلق و انواع لفاف بسته بندی (رول و شیت)

برش بصورت رول و شیت از ۱ الی ۱۳۰ سانتی‌متر



دفتر: خیابان ۱۵ خرداد، کوچه عودلجان پلاک ۲۲

تلفن: ۰۹۱۲۱۹۸۲۷۷۸ - ۳۳۹۴۹۲۵۰ - ۳۳۹۰۷۲۶۹

کارگاه: کهریزک، جاده قدیم واوان، از میدان قیصر آباد به سمت حسن آباد،

روبروی باربری امین بهار پلاک ۱۰۰

تلفن: ۰۹۱۲۱۳۳۳۲۱۹ - ۵۶۵۴۲۴۸۸ فکس: ۵۶۵۴۱۹۳۴ موبایل: ۰۹۱۲۱۳۳۳۲۱۹

سامانه دریافت سفارش: ۳۰۰۰۶۸۹۵۴۶۸۲۱۹

با زمان انکوباسیون ۴۵ دقیقه جداسازی کند (El-Boubbou et al., ۲۰۰۷).

نانوذرات اکسید تیتانیوم توسط اشعه ماوراء بنفش فعال شده‌اند و از آشکارساز رنگی استفاده شده است. یک حسگر درون بسته و دیگری بیرون بسته قرار گرفته است. الف- بسته به تازگی بسته شده است و هر دو آشکارساز رنگی هستند. ب- فعالسازی آشکارسازها توسط اشعه ماوراء بنفش ج- پس از مدت زمان کوتاهی، آشکارساز خارج بسته به رنگ آبی برمی گردد، در حالی که آشکارساز موجود در فضای بدون اکسیژن داخل بسته سفید می‌ماند. د- بسته باز می‌شود و هجوم اکسیژن به داخل بسته، باعث آبی شدن آشکارساز داخلی می‌شود که می‌تواند برای تشخیص نشت در بسته‌بندی‌ها مورد استفاده قرار گیرد.



(Duncan, ۲۰۱۱). برای مثال (Mills et al., ۲۰۰۵). یک جوهر آشکارساز فعال شونده در نور را برای تشخیص اکسیژن موجود در بسته‌بندی بر اساس نانو ذرات اکسید تیتانیوم یا اکسید روی توسعه دادند. این آشکارساز در حضور مقادیر بسیار کم اکسیژن تغییر رنگ می‌دهد (شکل ۱). توانایی تعیین این که آیا فرآورده‌های غذایی توسط باکتری‌ها، قارچ‌ها و ویروس‌های مختلف آلوده شده‌اند، می‌تواند باعث شود که بیماریهایی منتقله از راه مواد غذایی به عنوان یک هدف تحقیقاتی مهم شناخته شوند. در این مورد، روش‌های تشخیصی که سریع و ارزان هستند و نیاز به تخصص و آموزش کم دارند مورد نظر هستند (Duncan, ۲۰۱۱).

یکی از مهم‌ترین مزایای تکنیک‌های بر مبنای فن‌آوری نانو این است که زمان شناسایی و جداسازی کاهش می‌یابد. برای مثال یک گروه تحقیقاتی از مولکولهای شکر چسبیده به ذرات در مقیاس نانو از اکسید آهن مغناطیسی استفاده کردند و توانستند ۸۸ درصد از باکتری‌های آشرشیا کلسی را در یک نمونه تنها

اگرچه که پیشرفت اولیه در فن‌آوری بیوسنسور در زمینه پزشکی انجام شد، قابلیت آشکارسازی، آنالیز و اندازه‌گیری مولکول‌های منابع بیولوژیکی مختلف و تنوع اصول اندازه‌گیری منجر به ایجاد طرح‌های بیوسنسور برای پوشش طیف وسیعی از نیازهای تکنیکی شد. اصول عملیاتی مختلف منجر به ایجاد بیوسنسورها برای آنالیز مواد خارجی در محصولات غذایی مثل حشره کش‌ها، بقایای کود و دیوکسین‌ها، بقایای آب و خاک (به طور تصادفی به زنجیره غذایی وارد شده)، ارگانیک‌های تغییر رزنتیکی شده، میکروارگانیک‌های پاتوژن و سم آنها و ترکیبات غذایی مثل مواد ضدتغذیه ای، آلرژن‌ها، داروها، افزودنی‌ها و هیدروکربن‌ها شده است (Serna and Perenguez, ۲۰۱۱).

در ساخت بیوسنسورها از نانو مواد مختلفی استفاده می‌شود که یکی از آنها نانوذرات طلا است. در میان انواع نانومواد، طلا نقش منحصر به فردی دارد. روش‌های مختلفی وجود دارد که به کمک آنها می‌توان اندازه، شکل و شیمی سطحی نانوذرات طلا را کنترل کرد (Daniel and Astruc, ۲۰۰۴).

سنسورهای مبتنی بر فن‌آوری نانو این پتانسیل را دارند که سرعت و دقت صنایع و یا سازمان‌های نظارتی را در شناسایی آلاینده‌های مولکولی در ماتریس‌های غذایی پیچیده، افزایش دهند. بسیاری از این تست‌ها بر مبنای مشاهده تغییرات رنگی که در حضور این اجزا در محلول نانوذرات فلز اتفاق می‌افتد، می‌باشند (Duncan, ۲۰۱۱). یکی دیگر از کاربردهای نانوسنسورها در تشخیص گازهای درون بسته‌بندی است. رطوبت و اکسیژن اضافی باعث فساد غذا می‌شوند و هنوز هم بسیاری از روش‌های اندازه‌گیری محتوای بخار یا گاز داخل یک بسته‌بندی، به تخریب بسته نیاز دارند (Smolander et al., ۱۹۹۷). بنابراین به هنگام فرآوری مواد غذایی بسته‌بندی شده، از هر ۴۰۰-۳۰۰ بسته، یک مورد تست می‌شوند و محتوای رطوبت و گاز داخل بسته اندازه‌گیری می‌شود (Mills, ۲۰۰۵) که این کار زمان بر و هزینه بر است، درحالی که مطمئن نیستیم که بسته‌بندی‌هایی که از آنها نمونه‌برداری نشده است دارای استاندارد و کیفیت لازم باشند. داشتن توانایی این‌که به صورت پیوسته و به آسانی بر محتوای گاز داخل بسته‌بندی نظارت کنیم و این‌که وسیله‌ای در اختیار داشته باشیم که بتواند ایمنی و امنیت مواد غذایی بسته‌بندی شده را در یک مدت زمان طولانی بعد از خروج مواد غذایی از کارخانه و مراکز تولید ارزیابی کند، نشان می‌دهد که روش‌های غیرمخرب تشخیص محتوای رطوبت و گاز در داخل بسته‌بندی‌های مواد غذایی می‌توانند بسیار ارزشمند باشند





پمپ روغن اتوماتیک



دارای ISO 9001,2 و استاندارد CE اروپا

قابل استفاده برای کاغذ، مقوا، کارتن، پرچ، طلق و....

نگاهی به وضعیت صنعت بسته بندی در ایران

بسته بندی ایران نه متولی دولتی دارد، نه شکل صنفی

بخش بسته بندی در کشور ایران از جمله بخش هایی از صنعت و خدمات است که هیچ اداره و بخش خاصی در دولت به طور مستقیم به امور آن نمی پردازد. از این جهت همواره نوعی جفا در حق این بخش روا می شود. در دعوای بودجه و یا هنگام تبیین استراتژی های خاص توسعه کشور، سهم مشخصی برای بخش بسته بندی کنار گذاشته نمی شود. اگر بودجه یا کمکی نیز برای توسعه بخش بسته بندی اختصاص یابد کسی نمی داند این بودجه را چگونه باید توزیع یا خرج کرد. زیرا بخش بسته بندی در کشور ما پراکنده و متنوع است. متن زیر به نحوی به مشکلات و مسایل این صنعت بزرگ ولی فراموش شده در ایران می پردازد. باشد که موارد اعلام شده زیر در این صنعت در کشورمان هرچه زودتر تحقق یابد.

■ تشکلهای صنفی

فقدان تشکلهای صنفی مربوط به بسته بندی باعث غیرقابل دفاع شدن درخواست های بخش بسته بندی است. در واقع به دلیل نبود یک صدای رسا مانند یک انجمن یا اتحادیه صدای بخش بسته بندی آن طور که باید به گوش مسئولان نمی رسد. در روزگاری که گوش مسئولان برای شنیدن صدای غریبه ها سنگین است و فقط نچوای آشنا را می شنود، برای رساندن صدایی که پیش از این شنیده نشده باید با صدای بلند صحبت کرد و این صدای بلند صدای یک تشکل صنفی آگاه و منسجم است.

با توجه به پراکندگی موضوعی بخش بسته بندی امکان ظهور یک تشکل کلی برای بسته بندی که هر یک از اعضای آن نماینده یک واحد صنعتی یا خدماتی باشند و در ضمن با یکدیگر نیز منافع مشترک داشته باشند به صفر نزدیک است. زیرا منافع صنفی بعضی از صنایع زیر مجموعه بخش بسته بندی اصلا در تضاد با یکدیگر است و یا حرف مشترکی با یکدیگر ندارند. برای مثال دغدغه ها و ایده آل های صنف کارتن نه تنها هیچ شباهتی به تمایلات بخش پلاستیک ندارد، بلکه در بعضی مسائل نیز در تضاد و رقابت با یکدیگر هستند. بهترین کار ایجاد تشکلهای صنفی در صنوف و صنایع جزء است. مانند صنعت کارتن، صنعت تولید لفاف بسته بندی، صنایع چاپ لفاف بسته بندی، ماشین سازان بسته بندی، جعبه سازان، سازندگان ظروف پلاستیکی، فلزی یا شیشه ای و... با تشکیل چنین تشکلهایی زمینه برای ایجاد یک کنفدراسیون یا تشکلی که اعضای آن نمایندگان تشکلهای صنفی مربوط به بسته بندی باشند عملی تر خواهد بود. آن گاه چنین تشکلی به مسائلی کلی چون جذب اعتبارات کشوری، تقسیم منابع و امکانات، توسعه ارزش های افزوده و مسائلی شبیه آن خواهد پرداخت.

■ تنوع و پراکندگی

از آن جا که بسته بندی یک پدیده نسبی است و موجودیت آن وابسته به وجود کالا می باشد، انتظار می رود تجمع واحدهای تولیدی در یک مکان منجر به ایجاد واحدهای مربوط به بسته بندی در آن مکان شود. بدین صورت به طور طبیعی استان هایی که بیشترین سهم تولید را دارند خود به خود سهم بیشتری از صنایع بسته بندی را به خود اختصاص داده اند. در این میان تولیدات غذایی به دلیل حجم بالای تولید و شرایط خاص حمل و نگهداری بخش زیادی از صنعت بسته بندی کشور را به خود مشغول کرده اند. صنایع کارتن سازی از جمله پراکنده ترین بخش بسته بندی است. از آن جا تولید کارتن کاری نسبتا ساده است و از طرفی حمل و نقل آن در مسیرهای دور چندان به صرفه نیست به طور عمومی واحدهای کارتن سازی تمرکز نداشته و در مناطقی احداث می شوند که به صنایع همان منطقه سرویس بدهند. گفته می شود

دایکات طلاکوب اتومات



سلفون کشی هزارتن تمام اتوماتیک



دوخت دوتیکه تمام اتومات



دستگاه لمپلت اتومات



دایکات اتومات



دوخت کارتن پدالی نیمه اتومات



لمپلت دستی



پلمره هیدرولیک اتومات



استاکر



پک پالت



تهران: تقاطع آزادگان و همت، شهرک گلستان، بلوار افاقا شماره ۱۸ تلفن: ۴۴۷۲۰۶۹۱ ۴۴۷۲۲۶۷۵ فاکس: ۴۴۷۲۲۶۸۰

تهران: خیابان پانزده خرداد غربی، کوچه شهید بادامچی شماره ۹ تلفن: ۵۵۵۷۶۳۸۲-۳ ۵۵۵۷۶۴۴۰-۱ فاکس: ۵۵۵۷۰۶۶۲

E-mail: Valaprint@yahoo.com

E-mail: www.info@Hi-Pack.ir

www.Hi-Pack.ir



این منطقه با نیمه شمالی کشور تفاوت‌هایی دارد که همین امر باید مدیریت شود.

برخی ملزومات بسته‌بندی همچون فیلم BOPP به طور کلی در نیمه جنوبی کشور تولید نمی‌شوند این در حالی است که بخش عمده‌ای از مواد مصرفی آنها از جنوب کشور حمل می‌شود و در مقابل بخش اصلی بازار مصرف آنها نیز تنها در نیمه شمالی کشور است.

پرنام و نشان‌ترین منطقه کشور از نظر صنایع بسته‌بندی یک چهارم شمالی کشور است که شمال خراسان، استان‌های شمالی، تهران و شمال آذربایجان را شامل می‌شود. در مقابل کم نام و نشان‌ترین منطقه، جنوب شرقی کشور است که گویی به طور کلی فراموش شده و به حال خود رها شده است. منطقه شمال غرب کشور به دلیل همسایگی با کشور ترکیه از شتاب خوبی در پیشرفت بسته‌بندی برخوردار است. در مقابل منطقه شمال شرق کشور با توجه به داشتن امکانات تحقیقاتی وسیع‌تر، جذب سرمایه بیشتر و آب و هوای معتدل‌تر از روند کندی در توسعه بسته‌بندی برخوردار است. وضعیت کمی و کیفی بسته‌بندی در شمال شرقی کشور با قطبیت زعفران و امکانات کشاورزی در این منطقه همخوانی ندارد و به نظر می‌آید این منطقه از مزیت‌های نسبی خود که در بالا گفته شد به قدر کافی استفاده نکرده است. وجود برخی واحدهای صنعتی بزرگ مربوط به بسته‌بندی با مالکیت‌های غیرخصوصی یا مدیران غیرمالک در این منطقه تا حدی در توقف و یا کندی پیشرفت صنعت بسته‌بندی آن تاثیر داشته و دارد.

نکته مهم دیگر درباره کیفیت پراکندگی بخش بسته‌بندی در کشور مربوط به پایگاه‌های بسته‌بندی است. در خصوص کمیت و کیفیت

بیش از چهار هزار واحد تبدیل ورق به کارتن در سراسر ایران پراکنده هستند که البته هنوز هیچ مرکزی حتی ماهنامه صنعت بسته‌بندی تاکنون قادر به جمع‌آوری آمار و مشخصات همه آنها نشده است. بسیاری از این واحدها بومی و محلی هستند و بعضی از آنها را حتی می‌توان در روستاها پیدا کرد.

تولید کیسه پلاستیکی یعنی آن چه که نزد عوام به سلفون، نایلون و نایلکس معروف است از دیگر مشاغل بخش بسته‌بندی است که بعد از کارتن دارای تنوع و پراکندگی زیادی است. مصرف روزافزون کیسه‌های پلاستیکی و رقابت آن با مصنوعات مشابه کاغذی و مقوایی این پراکندگی را در آینده بسیار بیشتر خواهد کرد. هرچه ماشین‌آلات و روش‌های مورد استفاده برای تولید ملزومات بسته‌بندی پیچیده‌تر یا گران‌تر باشند به طور طبیعی گسترده‌تری سرمایه‌گذاری و تعدد واحدهای تولیدی آنها کمتر است. از این رو واحدهای که به تولید ظروف پلاستیکی می‌پردازند نسبت به واحدهایی که ظروف مقوایی تولید می‌کنند محدودتر هستند. میزان تولید، میزان مصرف، سرمایه اولیه و دانش فنی مورد نیاز باعث شده که کارتن‌سازی و تولید کیسه پلاستیکی بیشترین تعداد واحد مربوط به بسته‌بندی را به خود اختصاص دهد و در نقطه مقابل آن تولید لفاف‌های خاص چون BOPP یا CPP و ظروفی از جنس فلز و شیشه کمترین تعداد واحدهای تولیدی را در کشور داشته باشند. در این میان نمودار مصرف و کیفیت ظروف فلزی و شیشه‌ای به دلیل مقتضیات حمل و نقل از یکنواختی در سطح کشور برخوردار نیست.

این موضوع گاهی حتی به طور معکوس عمل کرده و نقش تعیین‌کننده در تولید دارد. یعنی تولیدکننده‌ای که از سازنده قوطی فلزی بسیار دور باشد هرگز به فکر تولید کالایی که باید در قوطی فلزی بسته‌بندی شود نمی‌افتد. این معضل اگر جلوی تولید را نگیرد به طور قطع تولیدکننده را مجبور به فله فروشی می‌کند. ابتدایی‌ترین دستورالعمل در خصوص برنامه‌ریزی برای بسته‌بندی کشور بررسی وضعیت تقسیم امکانات بسته‌بندی در سطح کشور است. در حال حاضر به دلیل مرکزنشینی بسیاری از سرمایه‌داران ایرانی بسیاری از صنایع از جمله صنایع بسته‌بندی در منطقه استان تهران قرار دارند. مسیر تهران تا قزوین در ادامه آن رشت و تبریز، محل فعالیت تعداد زیادی از واحدهای تولیدی مهم صنعت بسته‌بندی کشور است.

مناطق جنوب کشور با وجود برخورداری از تولید قابل توجه در بخش کشاورزی سهمی در خور از توزیع امکانات و سرمایه‌گذاری بسته‌بندی ندارند. البته نوع سرمایه‌گذاری بخش بسته‌بندی برای

پایگاه‌های بسته‌بندی به دلیل آمیخته بودن آنها با واحدهای تولیدی نمی‌توان اظهار نظر خاصی کرد. منظور از پایگاه‌های بسته‌بندی واحدهای خدماتی یا صنعتی است که تنها به عملیات بسته‌بندی می‌پردازند. چنین واحدهایی اگر تنها به قصد ارائه خدمات به تولیدکنندگان تأسیس شده باشند در مناطقی نزدیک به واحدهای تولیدی یا کشاورزی احداث می‌شوند و اگر محصولات را گرفته و پس از بسته‌بندی به نام خودشان به بازار عرضه کنند ممکن است کارگاه خود را در منطقه مصرف احداث کنند. البته این امر قطعی نیست. کیفیت و کمیت پراکندگی پایگاه‌های خدمات بسته‌بندی از جمله موارد بسیار مهم در توسعه بخش‌های تولیدی از جمله بخش کشاورزی است. در این مورد باید روی دولت حساب کرد. به عبارتی برنامه‌ریزی و راهبری این حوزه از صنعت بسته‌بندی تنها از نهادهای عمومی بر می‌آید. این نهاد می‌تواند دولت یا یک تشکل صنفی قوی باشد. در کشور هنوز سازماندهی برای توزیع خدمات بسته‌بندی صورت نگرفته و البته این کار نیازمند همگرایی بین طرف‌های ذی نفع است.

■ چاپ بسته‌بندی در ایران

چاپ بسته‌بندی از جمله رشته‌هایی در صنف چاپ است که طی سال‌های اخیر توسعه کمی و کیفی خوبی داشته است. با این حال با وجود به خدمت گرفته شدن ماشین‌آلات پیشرفته هنوز درصد قابل توجهی از آثار چاپی بسته‌بندی قابل رقابت با نمونه‌های غربی خود نیستند. مطالعات ماهنامه صنعت بسته‌بندی نشان داده توسعه چاپ بسته‌بندی در سطح، بیشتر از عمق بوده است. به این معنی که بسیاری از سرمایه‌گذاران و به طور کلی نسل جدید صنعت چاپ کشور (چه از نظر سنی و چه سابقه در صنف) بیشتر به تهیه فن‌آوری جدید و توانایی‌های اسمی آن پرداخته‌اند. در حالی که ارکانی چون دانش، تجربه، اخلاق و وجدان صنفی، بازاریابی و بسیاری عوامل مهم و تاثیرگذار که با اسکناس قابل معامله نیستند و با خط کش قابل اندازه‌گیری نمی‌باشند مورد توجه قرار نگرفته‌اند. این معضل اگر حل نشود عامل بخت سنگین صنعت چاپ ایران در آینده خواهد شد.

تعداد ماشین‌آلات چاپ فلکسو و روتوگراورهای مطابق با تکنولوژی روز در ایران آن قدر هست که بازار توقع داشته باشد حتی در بخش صادرات نیز رقابت با غرب با موانع مهمی برخورد نکند. همچنین نرخ و شتاب ورود تجهیزات چاپ لیبیل و شترینک اسلیو در حدی است که می‌توان در طول یک سال شاهد تفاوت‌های قابل ملاحظه‌ای در بازار لیبیل بود. با این حال نسبت پیشرفت‌های کیفی چاپ به میزان



پیروزان صنعت ایرانیان

برترین تولید کننده سازه های تبلیغاتی



استند بیلبرد با قابلیت تغییر سایز از ۹۰ تا ۳۰۰ سانتی‌متر



استند پرچمی با قابلیت تنظیم ارتفاع تا ۴ متر



لایت پاکس



هیز کانتر سه‌پایه



استند محصول



استند 4D



رول آپ پایه پهن و پایه ساده تا عرض ۷ متر



انتهای خیابان مظهری - خیابان نظام - تقاطع خیابان شیخ صفی - سرای محله خواجه نظام
واقع در پارک سپیدار - طبقه همکف - واحدا

@standdisplay

stand-display

@piroozanbot

www.piruozan.ir

۰۲۱-۷۷۵۸۹۰۵۰

۰۲۱-۷۷۵۸۹۰۵۴

تلفن:



ماشین آلات و فن آوری های وارد شده به کشور نسبتی منطقی نیست. چاپ شریک اسلیو بارزترین مثال این عدم توازن است. بسیاری از دارندگان تجهیزات چاپ شریک اسلیو به دلیل نداشتن اطلاعات کافی از مواد و سطوح چاپی مورد استفاده در این روش با مشکلات زیادی مواجه شده اند. بعضی خسارات زیادی به خود و بعضی به مشتریان خود زده اند. تمام اینها تنها به دلیل عدم درک صحیح از موضوعی به نام فن آوری است. یعنی این که بعضی فکر کرده اند با خرید یک سیستم پیشرفته کار تمام شده و سیستم خود همه کارها را انجام می دهد. درست مانند دورانی که اسکنرها تازه وارد حرفه لیتوگرافی ایران شده بودند و عده ای تصور می کردند ابزاری به نام اسکنر یا کامپیوتر به خودی خود می تواند برتری مطلق ایجاد کند. حدود یک دهه طول کشید تا این تفکر غلط به طور کامل از بین رفت و اکنون توانایی اپراتورها و کیفیت برخورد با مشتری در مراکز پیش از چاپ نقش تعیین کننده تری در بازار دارد. اولین عامل عدم درک کافی از فن آوری های جدید احساس بی نیازی به مطالعه کتابها و مقالات تخصصی است که نزد مدیران بخش چاپ و بسته بندی کشور وجود دارد. عامل دوم در این مشکل نوع اطلاعاتی است که فروشندگان تجهیزات و فن آوری ها در اختیار خریداران می گذارند. ایشان عموماً درباره خروجی سیستم صحبت می کنند و از بیان الزامات رسیدن به این خروجی اطلاعاتی نمی دهند و یا اصولاً از آن اطلاعی ندارند. به خصوص در مواردی که طرح این مطالب هیچ سودی برای ایشان نداشته باشد.

در این میان آن چه که همچنان باعث عقب ماندگی و نرسیدن به توقعات کیفی مشتریان از چاپ است دوری از فرهنگ مشتری مداری، خودبزرگ بینی و کوچک انگاری عملی امر تحقیقات است. بازار برخوردهای بزن و دررو در بازار چاپ ایران به اندازه رشد تکنولوژیک آن رشد کرده است. بعضی از دست اندرکاران چاپ به توانایی های عجیبی در توجیه بی دقتی ها و کم کاری های خود دست یافته اند و مسائل حقوقی آن قدر پیچیده شده اند که توقف برای پیگیری دعوا ممکن است باعث بحران های سخت برای یکی از طرفین یا هر دو در بازار کار شود. بدین سان بسیاری از سفارشات آن طور که باید مورد مطالعه قرار نمی گیرند. سازمان های ناظر یا موثر در چاپ در طول زمان گذشته هرگز آن طور که باید نتوانسته اند نظام موثر و پایداری که امنیت بازار چاپ را برای سفارش دهندده و مجری تأمین کند پایه ریزی کنند. محدود دست اندرکاران چاپ که با وسواس و علاقه کار خود را انجام می دهند نیز اوضاع فعلی ناشناخته می مانند و متضرر می شوند زیرا مشتری دانش کافی برای تفکیک بد و خوب را ندارد. سفارشات چاپی حوزه بسته بندی از حساسیت بسیار زیادی برخوردارند. چاپ از نظر سرمایه گذاری و هزینه تمام شده و یا پروسه تحقیقات و تولید برای بسیاری از تولیدکنندگان، موضوعی فرعی است و به آن به عنوان تکمیل کننده نگاه می کنند. با این حال بسیاری از اوقات سرنوشت تمام فعالیت های بخش تولید و فروش یک واحد تولیدی به میزان دقت و دلسوزی چاپخانه وابسته است. در این میان صنعت چاپ کشور دارای درجه بندی

اعلام شده ای نیست تا سفارش دهنده بتواند به راحتی مجری پروژه چاپ خود را ارزیابی کند. در چنین وضعی همه چیز به هوش و تجربه و وجدان دوطرف باز می گردد که کم و زیاد هر کدام آن در هر یک از طرفین نتایج متفاوتی خواهد داشت. از طرفی مطالعات کارشناسی ماهنامه صنعت بسته بندی حکایت از این نکته دارد که درصد بسیار زیادی از کانون های تبلیغات و انتشارات که مدیریت یا اجرای پروژه های چاپی تولیدکنندگان را بر عهده می گیرند از فنون کار بی اطلاع هستند. متأسفانه دیده شده بعضی از طراحان یا مجریان پروژه های چاپی بسته بندی به طور کلی از الزامات طراحی یک جعبه در رابطه با امکانات برش و خط تا بی اطلاع هستند. در مواردی دیده شده که مجری پروژه حتی از تفاوت خروجی فایل آر جی بی با سی ام وای کی بی اطلاع است. آمار این معضل را به راحتی می توان از هر واحد فعال پیش از چاپ (لیتوگرافی) گرفت. زیرا واحدهای پیش از چاپ به خصوص نوع دیجیتال آن مدت ها است که با معضلی به نام اصلاح فایل های مشتریان روبرو هستند. اصلاحاتی که اگر انجام نشود میلیون ها تومان خسارت ببار می آورد و لیتوگرافی را در عین بی گناهی درگیر خود می کند. با این حال تفکرات مدیران شرکتهای سفارش دهنده مبین آن است که علاج این مشکل آن طور که چاپخانه داران می گویند در حذف واسطه ها یا ناظران چاپ نیست زیرا بسیاری از صاحبان اصلی سفارشات به هر دلیلی کانون تبلیغاتی یا ناظر چاپ منتخب خود را وکیل خود دانسته و برای انجام کارهای چاپی متفاوت خود علاقهای به تماس مستقیم با چاپخانه ها یا سایر مراکز مربوطه دیگر ندارند. از طرفی اصولاً واسطه گری در پروژه های چاپ امری پذیرفته شده و رو به توسعه در جهان است که ایران هم از همین سیر پیروی می کند. در این میان بحران های موجود در بازار صنف چاپ باعث شده در حال حاضر بعضی چاپخانه داران برای گرفتن سهم خود از بازار و اثبات توانایی خود در مدیریت پروژه های چاپی سفارش دهندگان به جای توسعه عمقی کارگاه خود، اقدام به سرمایه گذاری در خطوط پیش و پس خود کنند و به عبارتی توسعه در سطح را مدنظر قرار دهند. معدودی نیز اصولاً واسطه های پروژه های چاپی هستند که با راه اندازی کارگاه کوچکی برای انجام بخشی از پروژه در کارگاه خود بقیه کار را نیز در کارگاه های دیگران به انجام می رسانند. این نوع آخر عموماً در حوزه چاپ افست روی داده است.

در مجموع صنعت چاپ بسته بندی در ایران با داشتن امکانات مناسب که مطابق با تکنولوژی روز است هنوز اعتماد کافی جامعه تولیدی کشور را در رابطه با دقت، توانایی و به خصوص مشتری

دستگاه خط تا، پرفراژ
پرفراژ موضعی و تاکن

multigraf
Foldmaster
Touchline CP-375
Made in Switzerland

توتالیا
Totalia Co.P.J.S.
شرکت توتالیا

www.totalia.co.com | Tel: 021 88731042 | Fax: 021 88742310
میدان آرژانتین، خیابان احمد قاسم، نبش خیابان شانزدهم، ساختمان سهوند



دستگاه خط تا و پرفراژ مدل CP-375

- ایجاد خط تا با سرعت بالا و عملکرد ضربه ای در حین عبور و بدون توقف کاغذ
- ایجاد پرفراژ عرضی و پرفراژ طولی بصورت موضعی
- تاکردن اوراق در محل خط تا
- از کاغذ ۸۰ تا ۴۰۰ گرم
- ساخت کشور سوئیس

Sample applications Touchline CP375 and TCF375



Sublimation Ink



Plotter



Sublimation Paper



MIRTEC

Digital Printing Solutions

Calender



Heat press



OKI

PENG DA
Heat Transfer Machine

SHOCKLINE
about your transfer paper

diferro
Calenders

K/AN
DIGITAL

Hansol

VOX

MIRTEC PRESS
Digital Transfer Solutions

EPSON

TECK

Tel: 88362510-17

www.mirtecdigital.com



می‌دهند ندیده‌اند و همپای خریدار با آن آشنا می‌شوند اما با انواع روش‌ها این موضوع را از خریدار پنهان نگه می‌دارند. در همین راستا به تدریج ورود نام‌های تجاری ناشناخته به صنایع کشور در حال افزایش است و از برخی نام‌های تجاری تنها یک محصول (دستگاه) در کشور یافت می‌شود.

جو فعلی در صنایع کشور که بسیاری حتی صنعتگران را به سوی بازرگانی محصولات خارجی کشانده باعث شده نکات مثبت بازرگانی خارجی یعنی ورود فن‌آوری مورد نیاز کشور و در ادامه آن رشد کیفی تولیدات ایرانی جای خود را به فعالیتی صرفاً سودجویانه زیر نام بازرگانی دهد. پیروان این روند خود را در تجارت اقلامی که نیاز به دانش بالا و ارائه توضیحات فنی داشته باشد درگیر نمی‌کنند. به همین دلیل متأسفانه بازرگانی صنعتی بخش بسته‌بندی و چاپ کشور از نظر تجارت مواد و تجهیزات و فن‌آوری‌های مربوط به نمونه‌گیری، کالیبراسیون، لوازم آزمایشگاهی و امثال اینها فقیر است. در بازرگانی مربوط به بسته‌بندی و چاپ در ایران بسیاری به دنبال سوژه‌های آسان‌تر هستند و کسی روی موارد فوق که موجب توسعه در عمق می‌شوند کار نمی‌کند. به همین دلیل توسعه بیشتر در سطح انجام می‌شود که ایجاد تکرار کرده و رقابت‌های مخرب به وجود می‌آورد. یک عامل پدید آورنده این معضل را می‌توان در موج موجود در بازرگانی مواد و ماشین‌آلات دانست.

پس از مدتی عهد و پیمان خود با این شرکت‌ها را با دلایلی تولیدی کشور مدام در میان چاپخانه‌ها سرگردانند و بعضی دلالتان نیز در این میان با دادن وعده‌های آنچنانی از این وضع سود می‌برند. بازنده اصلی این اوضاع خود چاپخانه داران هستند. زیرا صاحبان سفارش با وجود تکنولوژی پیشرفته موجود در کشور همواره به انجام سفارش خود در خارج از کشور فکر می‌کنند. با اندکی تغییر در قوانین و یا جهانی شدن، این افکار به سرعت تجسم می‌یابد و آن روز، روز خوبی برای صنعت چاپ کشور نخواهد بود.

مداری به دست نیآورده است. از این رو است که واحدهای تولیدی کشور مدام در میان چاپخانه‌ها سرگردانند و بعضی دلالتان نیز در این میان با دادن وعده‌های آنچنانی از این وضع سود می‌برند. بازنده اصلی این اوضاع خود چاپخانه داران هستند. زیرا صاحبان سفارش با وجود تکنولوژی پیشرفته موجود در کشور همواره به انجام سفارش خود در خارج از کشور فکر می‌کنند. با اندکی تغییر در قوانین و یا جهانی شدن، این افکار به سرعت تجسم می‌یابد و آن روز، روز خوبی برای صنعت چاپ کشور نخواهد بود.

■ بازرگانی مواد و ماشین‌آلات بسته‌بندی در ایران

تهیه آمار از بخش‌های بازرگانی همواره کاری دشوار است. زیرا این بخش بر خلاف بخش‌های تولیدی استعداد زیادی برای تغییرات دارد. هر ماه تعدادی واحد بازرگانی کار خود را در موضوعی آغاز می‌کنند و تعدادی دیگر دست از موضوع قبلی بازرگانی خود کشیده و به موضوعی دیگر روی می‌آورند. البته نمایندگان شرکت‌های بزرگ جهانی از این قاعده جدا هستند و پایداری و قدمت بیشتری دارند. از آن جا که بسته‌بندی نهالی نوپا در کشور ایران است و باز از آن جا که نرخ رشد و توسعه سریعی نیز دارد مورد توجه بسیاری از بازرگانان مواد و ماشین‌آلات قرار گرفته است. اکنون تهیه و عرضه مواد و تجهیزات بسته‌بندی بستری سودآور برای عده‌ای از تجار به نظر می‌آید. اشتیاق تولیدکنندگان ایرانی برای به روز کردن تجهیزات تولید و به کارگیری مواد بهتر روز به روز بر آمار خرید و فروش در بخش بسته‌بندی می‌افزاید که سهم قابل توجهی از آن نیز متعلق به مواد و تجهیزات خارجی است. در این میان باید بین عرضه‌کنندگان محصولات خارجی تفاوت‌هایی قائل شد.

عده‌ای تنها به کار تجارت می‌پردازند و کسب و کار آنها فقط فروش و خدمات پس از فروش است. ایشان تمام تبلیغات و سیستم اداری خود را در جهت فروش کالای شرکت دیگری به کار می‌گیرند و اغلب نیز به نام شرکت‌های مرجع شناخته می‌شوند.

عده‌ای دیگر خود تولیدکننده مواد، ماشین‌آلات و لوازم بسته‌بندی هستند اما بنا به دلایلی خاص چون کنترل بازار مصرف یا سودآوری بیشتر اقدام به واردات کالاهای مشابه یا مکمل خود از خارج می‌کنند. در این دسته از واردکنندگان امکان انحراف از مسیر اصلی یعنی تولید داخلی وجود داشته و در صورتی که قدرت کنترل بازار مصرف را نداشته باشند بازار را به نفع کالای وارداتی از دست خواهند داد. ضمن آن که مرجع اصلی کالا نیز ممکن است

■ موج مخرب در بازرگانی مواد و ماشین‌آلات

عطش دسترسی به فن‌آوری پیشرفته نزد تولیدکنندگان داخلی عرصه‌ای را برای برخی اشخاص منفعت طلب نیز فراهم کرده تا به لطف برخی جاذبه‌های کاذب نظیر دفتر و تشکیلات و ظاهر آراسته و نفوذ کلام یا بعضی سوابق کم اهمیت و یا بعضی روابط، دست خود را در تجارت وارد کرده و صنعت بسته‌بندی و چاپ کشور را به کلاسی برای تجربه کردن خود تبدیل کنند. بعضی از شرکت‌هایی که در ایران ادعای نمایندگی تولیدکنندگان اروپایی یا آسیایی را دارند نه تنها هیچ نوع نمایندگی رسمی در این رابطه ندارند بلکه حتی بخوبی شرکت مذکور را نمی‌شناسند. ایشان مانند بعضی آژانس‌های معاملات مسکن حتی موردی را که پیشنهاد

منبع: iranpack.ir





گفت‌وگو با دکتر مصطفی ایرانمنش

بسته‌بندی، فروشنده خاموش در مسیر فراموش

صنعت بسته‌بندی در کشور ما یکی از حوزه‌هایی است که متأسفانه انسجام و پیوستگی بین دست‌اندرکاران آن وجود ندارد و با وجود اینکه در بازاریابی و به فروش رساندن محصولات رابطه‌ای مستقیم وجود دارد، متأسفانه در ایران به مسائل اساسی آن پرداخته نشده و معمولاً محصولات کشور به صورت فله به کشورهای دیگر صادر می‌شود. برای بررسی بیشتر مشکلات و معضلات صنعت بسته‌بندی، با دکتر سیدمصطفی ایرانمنش، یکی از کارشناسان صنعت بسته‌بندی گفت‌وگویی انجام داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

■ اندکی از خودتان برای مخاطبان چاپ و نشر بگویید.

سیدمصطفی ایرانمنش متولد ۲۴ آذر ماه سال ۱۳۲۹ در تهران هستیم. سه ساله بودم که پدرم را به شهر آبادان و سپس به شهر خرمشهر تبعید کردند. در سال ۱۳۴۰ خبرنگار کیهان بچه‌ها شدم و در سال ۱۳۴۸ وارد دانشگاه پهلوی شیراز شدم و در آنجا مسئولیت نشریه دانشگاه را عهده دار شدم، برای فوق لیسانس رشته مهندسی مکانیک گرایش ماشین‌های بسته‌بندی به کشور آمریکا رفتم. سپس در کارخانه امریکن‌کن کمپانی یکی از بزرگ‌ترین کارخانه‌های دنیا مشغول به کار شدم. اوایل انقلاب به ایران برگشتم بورسیه تترایک کشور سوئد شدم. به عنوان اولین ایرانی در شرکت تترایک و ساخت فیول رول کاغذی تترایک کار کردم و دکتری کاربردی گرفتم. در حال حاضر نیز سه نشریه دارم ماهنامه فن‌آوری و توسعه صنعت بسته‌بندی، جهان پلاستیک و بسته‌بندی، جهان سلولزی و بسته‌بندی و البته در حدود ۴۸۰ کتاب و مقاله به سه زبان نوشته‌ام، کتاب‌های بسیاری از جمله الفبای بسته‌بندی یا مهندسی بعد از برداشت را که به مفاهیم بسته‌بندی و فرهنگ‌سازی بسته‌بندی پرداخته را نوشته‌ام. بیشتر به دنبال این بوده و هستم که در کاهش بیکاری، تولید اشتغال، تولید درآمد ملی نقشی داشته باشم، در حدود پنج‌بار به عنوان کارآفرین ممتاز کشور انتخاب شدم و لوح افتخار و مدال کسب کرده‌ام ولی همیشه خودم را معلمی ساده دانسته‌ام.

فرهنگ‌سازی بر اساس مفاهیم بین‌المللی و استانداردسازی از ضروریات بسیار مهم در صنعت بسته‌بندی است که خوشبختانه این کار به تازگی انجام شده است

■ از دیدگاه شما معضلات عمومی بسته‌بندی در کشور ما چیست؟

در هر کاری دو مساله را باید در نظر گرفت یکی فرهنگ‌سازی و دیگری استانداردسازی است که متأسفانه بخش اعظمی از کارخانه‌های تولیدی و بسته‌بندی اطلاعی از این دو مساله ندارند و نه فرهنگ تولید را بلدند، نه از استانداردهای مرتبط اطلاع دارند و این خود بزرگ‌ترین معضل صنعت بسته‌بندی کشور است.

فرهنگ‌سازی بر اساس مفاهیم بین‌المللی و استانداردسازی از ضروریات بسیار مهم در صنعت بسته‌بندی است که خوشبختانه این کار به تازگی انجام شده است. دو سال گذشته پروفیسور کیت آلفرد پیرسون دبیرکل سازمان جهانی بسته‌بندی wpo را که از دوستان قدیمی من هستند، دعوت کردیم تا به ایران بیایند و ایران را به عضویت سازمان جهانی بسته‌بندی درآورد تا در برابر رقاباتی مانند کشور ترکیه و مالزی قد علم کنیم.



Iran Graphic Print

چاپ ایران گرافیک



مجری و مشاور در کلیه امور چاپ و صحافی
(طراحی و لیتوگرافی)

 www.irangraphicprint.com

 info@irangraphicprint.com

 print.color93@gmail.com

 [irangraphicprint](https://t.me/irangraphicprint)

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

 ۳۳۹۹۸۰۱۸-۳۳۹۱۴۸۹۲-۳۳۹۱۳۶۱۰



زمانی که دبیرکل سازمان جهانی بسته‌بندی در غرفه مربوط به زعفران وارد شدند با تعجب این پرسش برایشان پیش آمد که مگر ایران هم زعفران دارد؟ و توضیح دادیم که زعفران، پسته و اقلام دیگر از ایران به صورت قله‌ای به اسپانیا و کشورهای دیگر ارسال می‌شود و در این کشورها بسته‌بندی می‌شود.

■ **بسته‌بندی برای مشتریان چه میزان اهمیت دارد به خصوص بسته‌بندی پاک، تمیز، در دسترس و اینکه آسان باز شود و اجناس داخل بسته را سالم نگهداری کند تا آلودگی‌های جانبی به آن اضافه نشود و... چرا در بازارهای ما به بسته‌بندی به قدر لازم توجه نمی‌شود؟**

به اعتقاد بنده تولیدکنندگان بهای زیادی صرف بسته‌بندی نمی‌کنند. بالغ بر ۹۵ درصد ارزش افزوده یک کالا، سرمایه‌گذاری و هزینه کردن بر مقوله بسته‌بندی است. بسته‌بندی فقط دیزاین و طرح فریبده نیست، بسته‌بندی لباس کالا است، بسته‌بندی فروشنده خاموش است.

در مورد بسته‌بندی چند نکته بسیار حائز اهمیت باید رعایت شود. در ابتدا بسته‌بندی باید سلامتی و ایمنی مصرف‌کننده را در بر بگیرد. نکته دیگر باید در نظر داشت که تجزیه بسته‌بندی‌های پلاستیکی پلی‌اتیلن بیش از ۵۰۰ سال زمانبر است. در آخر نیز باید به مقرون به صرفه بودن بسته‌بندی توجه کرد. ریتم حرکت در زمینه بسته‌بندی باید اول به سلامتی و ایمنی مصرف‌کننده دوم دوستی با محیط زیست و طبیعت، سوم مساله اقتصادی بپردازد.

■ **آیا بازار و مشتریان، بسته‌بندی مناسب را از تولیدکننده طلب نمی‌کند؟ چرا تولیدکننده نکات بسیار مهم بسته‌بندی را رعایت نمی‌کند؟**

متأسفانه خیر، برخلاف کشور ما، در کشورهای دیگر مانند آلمان، ژاپن و غیره، مشتریان حاضر هستند هزینه بیشتری را صرف کنند تا از مواد غذایی با بسته‌بندی ارگانیک برای سلامتی بیشتر استفاده کنند.

در ایران مردم با مواردی مانند چیپس و پفک و رب گوجه و... سرگرم شده‌اند. این درحالی است که حدود شش سال قبل کشور هلند دیگر از ظروف پلاستیکی برای مصرف شیر، آب یا آبمیوه استفاده نمی‌کرد، ظروف مصرفی یا سلولزی یا شیشه‌ای بودند. مساله سلامتی خیلی مهم است ولی با اظهار تأسف باید بگویم در ایران کمتر توجهی به آن می‌شود.

فرهنگ بازار ما قله‌فروشی است. اگر از انجمن تولیدکنندگان خرما می‌پرسیم در استان‌های بوشهر و خوزستان علت قله فروشی را جویا شویم عنوان می‌کنند که کشورهای دیگر بسته‌بندی ایران را نمی‌پذیرند. بسیاری اوقات به مسئولان گفته‌ام که می‌توانیم در کشور بسته‌بندی خرما را داشته باشیم و به سود برسیم ولی متأسفانه معتقدند فروش قله‌ای مقرون به صرفه‌تر است.

■ **چه راهکاری را برای رونق صنعت بسته‌بندی پیشنهاد می‌دهید؟**

اگر تمام مسئولان مرتبط به صنعت بسته‌بندی ایران با هم انسجام داشتند، هرگز اجازه نمی‌دادیم که محصولاتمان به صورت قله به فروش رسانده شود. کشورهای خارجی محصولات ما را خریداری می‌کنند زیرا بهترین خرما، زعفران، خاویار و حتی صنایع دستی محصول ایران است.

اگر اختلاف سلیقه را کنار بگذاریم و کمتر جیب خودمان پر کنیم صنعت بسته‌بندی کشور رشد خواهد کرد. متأسفانه در این صنعت همه به فکر منافع



در ایران در حوزه بسته‌بندی سازمان ناظری نداریم و هیچ‌کس به فکر بسته‌بندی نیست. موسسه استاندارد و سازمان غذا و دارو معمولاً با هم در تضاد هستند و استانداردهای بسته‌بندی ایران اکثراً استانداردهای ترجمه شده خارج کشور است که بومی‌سازی نشده است

خودشان هستند. بنده در کشور سوئد اتحاد را یاد گرفتم در کشور آلمان منسجم بودن را یاد گرفتم و علت موفقیت کشور ترکیه و مالزی فقط عضویت در سازمان WPO نیست بلکه دست‌اندرکارانشان کنار هم قرار می‌گیرند.

■ **سازمان‌های ناظر چه نقشی دارند؟**

در ایران در حوزه بسته‌بندی سازمان ناظری نداریم و هیچ‌کس به فکر بسته‌بندی نیست. موسسه استاندارد و سازمان غذا و دارو معمولاً با هم در تضاد هستند و استانداردهای بسته‌بندی ایران اکثراً استانداردهای ترجمه شده خارج کشور است که بومی‌سازی نشده است. متأسفانه در رعایت قوانین سخت‌گیری وجود ندارد و قانون‌ها فقط بازچه دست سیاستمداران شده‌است که از بسته‌بندی و صنایع تبدیلی سوء استفاده می‌کنند.

■ **آیا صنعت چاپ کشور می‌تواند نیازهای بسته‌بندی را تأمین کند؟**

چاپ و بسته‌بندی لازم و ملزوم و مکمل هم هستند. بسته‌بندی با کمک چاپ هویت می‌گیرد، چاپ به بسته‌بندی جلوه می‌دهد، بدون چاپ بسته‌بندی مفهومی ندارد. درست است که بسته‌بندی در دنیا پیشرفت کرده است و در دنیا به طور جداگانه استفاده می‌شود ولی چاپ همیشه در کنار بسته‌بندی است.

اگر انجمن علمی چاپ و بسته‌بندی جدی‌تر به مسائل چاپ بسته‌بندی بپردازد قطعاً می‌تواند تأمین‌کننده نیاز بسته‌بندی‌باشد ولی متأسفانه از نظر اقتصادی اسپانسر ندارند و همبستگی بین چاپ و بسته‌بندی نیاز است.

■ **با توجه به این مساله که هم اکنون صنعت چاپ کشور دارای تجهیزات، امکانات، توان فنی، تکنولوژی و غیره است، چرا باز هم بسته‌بندی محصولات به شکل آماده و چاپ شده از خارج کشور تهیه می‌شود؟**

دلیل اصلی آن رانت‌خواری مسئولان کشوری است آلودگی در سطح بالاست و ما نیز نمی‌توانیم برای این مساله راه‌حلی داشته باشیم.

■ **و حرف آخر؟**

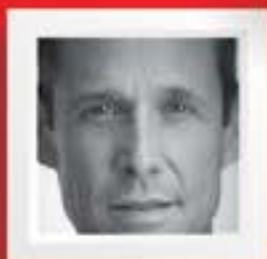
از شما و مسئولان نشریه وزین چاپ و نشر که در شرایط بسیار دشوار و پرهزینه بودن کارهای چاپی ما را دلگرم و منسجم می‌کنید تشکر می‌کنم. می‌خواهم که جلساتی گذاشته شود تا افرادی که تحولی در صنعت بسته‌بندی ایجاد کرده‌اند را معرفی کنیم. همچنین تولید یک سندیکا هدف اصلی ماست. دست همکاری به سوی تمام افرادی که در این حوزه فعالیت دارند دراز می‌کنم تا با هم و در کنار هم مشکلات این صنعت را رفع کنیم و امیدواریم با تشکیل سندیکای قوی موفق شویم.

تجربه سال‌ها تأمل‌گشته



منتظران هستیم
در بیست و سومین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته
۵ لغایت ۸ دی ماه ۱۳۹۵ محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران
سالن شماره ۷
و سیزدهمین نمایشگاه بین‌المللی بازاریابی و صنایع وابسته
۱۵ لغایت ۱۸ دی ماه ۱۳۹۵ محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران
سالن شماره ۴۱

تولیدکننده انواع سالن‌نامه تقویم رومیزی تقویم دیواری



ارسال رایگان تمامی محصولات تا پایانه‌های مسافرتی
ارسال کاتالوگ به تعداد مورد نیاز مراکز فروش
آماده همکاری با چاپخانه‌ها، مراکز فروش،
شرکتهای تبلیغاتی و دفاتر فنی سراسر کشور

۷۵ انصار گرافیک
اصفهان / میدان احمدآباد / طبقه
فوقانی خانه کتابی / واحد 4
۰۳۱-۳۲۲۲۹۹۳۹۹-۳۲۲۲۸۷۴۹۱
www.ansargraphic.ir
ansarco_77@yahoo.com

پرسش و پاسخ‌های حقوقی

کلیه مخاطبان نشریه چاپ‌ونشر می‌توانند پرسش‌های حقوقی خود را از طریق **سامانه پیام‌کوتاه ۰۲۱۷۷۲۴۰۶۹۰** برای ما ارسال کنند تا در شماره بعد، توسط کارشناسان به این پرسش‌ها پاسخ داده شود.



■ منظور از ارجاع کار مناسب و سبک به کارگرانی که دچار بیماری ناشی از کار شده‌اند، چیست؟

کارگرانی که از طرف شورای پزشکی مورد معاینه قرار گرفته و مبتلا به بیماری ناشی از کار تشخیص و یا در معرض ابتلا باشند، در این صورت کارفرما و مسئولین مربوطه مکلف‌اند او را بر اساس نظریه شورای پزشکی مذکور بدون کاهش حق‌السعی در قسمت مناسب دیگری تعیین نمایند و غیر از مورد اخیرالذکر پیش‌بینی توصیه ارجاع کار سبک نشده است.

■ منظور از کار اجباری چیست؛ آیا کارفرما هر کاری از کارگر بخواهد باید انجام دهد؟

بر اساس اصل چهل‌وسه و بند شش اصل دوم و اصول نوزدهم، بیستم و بیست‌وهشتم قانون اساسی، اجبار افراد به کار معین و بهره‌کشی از دیگری ممنوع و مردم ایران از هر قوم و قبیله‌ای که باشند از حقوق مساوی برخوردارند و رنگ و نژاد، زبان و مانند این‌ها سبب امتیاز نخواهد بود و همه افراد اعم از زن و مرد یکسان در حمایت قانون قرار دارند و هر کس حق دارد شغلی را که به آن مایل است و مخالف اسلام و مصالح عمومی و حقوق دیگران نیست برگزیند.

■ نوع و نحوه تحویل وسایل حفاظت فردی به کارگران چگونه می‌باشد؟

به استناد ماده یک آیین‌نامه وسایل حفاظت فردی، مصوب شورایی عالی حفاظت فنی، به منظور انتخاب وسایل حفاظت فردی متناسب با نوع کار، کارفرما مکلف به شناسایی و ارزیابی شرایط محیط کار برای تشخیص و کنترل خطرات و همچنین به استناد ماده دو آیین‌نامه بایستی وسایل حفاظت فردی متناسب با نوع مخاطرات احتمالی و محیط کار را به تعداد تهیه و به صورت رایگان در اختیار کارگران قرار دهد.

■ آیا بازرسان کار می‌توانند دستگاه خطرناک و یا قسمتی از کارگاه را تعطیل نمایند؟

هرگاه در حین بازرسی، به تشخیص بازرس کار یا کارشناس بهداشت حرفه‌ای احتمال وقوع حادثه و یا بروز خطر در کارگاه داده شود، بازرس کار یا کارشناس بهداشت حرفه‌ای مکلف است مراتب را فوراً و کتباً به کارفرما یا نماینده او و نیز به رئیس مستقیم اطلاع دهد و از طریق اداره مربوطه از دادگستری محل، تقاضای قرار تعطیل و لاک و مهر تمام یا قسمتی از کارگاه را نماید.

■ آیا نماینده کارفرما در بروز حوادث مقصر می‌باشد؟

با توجه به نحوه وقوع حادثه و میزان تفویض اختیار و مسئولیت، نماینده کارفرما نیز می‌تواند مقصر شناخته شود.

■ اگر ضمن بازرسی، بازرس کار یا کارشناس بهداشت حرفه‌ای دچار حادثه شود، چه کسی مسئول است؟

در صورت وقوع هر نوع حادثه در محل کار، مراتب می‌بایست برای تعیین مسئول و میزان قصور به دستور مقام محترم قضایی صورت پذیرد.

■ برای یک مشتری در کارگاه اینجانب حادثه‌ای رخ داده است؛ آیا مقصر شناخته می‌شوم؟

حسب دستور مقام قضایی، با لحاظ نمودن نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل علل وقوع حادثه، مسئولیت بروز حادثه در کارگاه به نسبت میزان قصور افراد دخیل در حادثه تعیین و اعلام خواهد شد.

ستون آزاد

چه کسی را عاشقی می‌توان آموخت؟!

شیخ حسن جوری می‌گوید: در سالی که گذارم به جندی‌شاپور افتاد، سخنی از «محمد مهتاب» شنیدم که تا گور بر من تازیانه می‌زند.

دیدمش که زیر آفتاب تموز نشسته، نخ می‌ریسد و ترانه زمزمه می‌کند. گفتم: ای مرد خدا! مرا عاشقی بیاموز تا خدا را همچون عاشقان عبادت کنم.

محمد مهتاب گفت: نخست بگو آیا هرگز خطی خوش، تو را مدهوش کرده است؟

گفتم: نه.

گفت: هرگز شکفتن گلی در باغچه خانه‌ات تو را از غصه‌های بی‌شمار فارغ کرده است؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز صدایی خوش و دلربا، تو را به وجد آورده است؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز صورتی زیبا تو را چندان دگرگون کرده است که راه از چاه ندانی؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز زیر نم‌نم باران، آواز خوانده‌ای؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز به آسمان نگریسته‌ای به انتظار برف، تا آن را بر صورت خویش مالی و گرمای درون فرو نشانی؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز خنده کودکی نازنین، تو را به خلسه شوق برده است؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز غزلی یا بیتی یا سخنی فصیح، چندان تو را بی‌خود کرده است که اگر نشسته‌ای برخیزی و اگر ایستاده‌ای بنشینی؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز زلالی آب یا بلندی سرو یا نرمی گلبرگ یا کوشش مورچهای، اشک شوق از دیده تو سرازیر کرده است؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز شده است که بخندی، چون دیگری خندان بود و گریه کنی، چون دیگری گریان بود؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز بر سبیزی یا اناری، بیش از زمانی که به خوردن آن صرف می‌کنی، چشم دوخته‌ای؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز عاشق کتابی یا نقشی یا نگاری یا آموزگاری شده‌ای؟ گفتم: نه.

گفت: هرگز دست بر روی خویش کشیده‌ای و بر زیبایی و حسن رویت که نعمت خالق است، اندیشه کرده‌ای؟ گفتم: نه.

گفت: از من دور شو، که سنگی را می‌توان عاشقی آموخت، اما تو را نه...!

دوزخ یعنی چه؟!

شبلی، مرد عابد و عارفی که شاگردان زیادی داشت و همه او را می‌شناختند، روزی به یک نانوايي در شهر دیگری رفت و چون لباس درستی ننوشیده بود، نانوا به او نان نداد.

مردی که آنجا بود، وی را شناخت و به نانوا گفت: این مرد را شناختی؟ گفت: نه.

مرد گفت: او شبلی بود. نانوا گفت: من از مریدان اویم. دويد دنبالش و گفت: می‌خواهم شاگرد شما باشم!

شبلی قبول نکرد.

نانوا گفت: اگر قبول کنی، من امشب تمام آبادی را طعام می‌دهم.

شبلی پذیرفت.

وقتی همه شام خوردند، نانوا گفت: سرورم؛ دوزخ یعنی چه؟

شبلی پاسخ داد: «دوزخ یعنی اینکه تو برای رضای خدا یک نان به بنده خدا ندادی، ولی برای رضایت دل بنده خدا یک آبادی را نان دادی!»

ایران زمین
Iransamin Calendar

مجموعه‌ی بی نظیر از سررسید های اروپایی / رقصی / وزیری
تقویم های رومیزی / دیواری / حصیری چینی / سه بعدی



ایران زمین
Iransamin Calendar

WWW.IRANZAMIN.CO
info@IRANZAMIN.CO

ایران زمین
Iransamin Calendar

WWW.IRANZAMIN.CO
info@IRANZAMIN.CO





GEPARDO
Advertising Gifts

WWW.IRANZAMIN.CO
info@IRANZAMIN.CO



GEPARDO
Advertising Gifts

NEW BRAND

CRATIVE IDEAS DIFFRENT GIFTS





GEPARDO
Advertising Gifts

Discover The Magic Of Giving a Gift
With Your Brand



GEPARDO
Advertising Gifts

شگفت‌انگیز است کاری که یک هدیه می‌تواند انجام دهد
خاص، منحصر به فرد، طبق خواسته‌ی شما



کاغذ و مقوای رستی

خرید و فروش انواع کاغذ و مقوا

عرضه کننده مستقیم انواع مقوای پشت طوسی کره و چین
گلاس، تحریر، چسبدار، کارتی



پخش مقوای پشت طوسی از گرماژ ۲۰۰ الی ۴۵۰ گرم

گلاس از ۸۰ گرم الی ۳۰۰ گرم مات و براق

تحریر از ۶۰ گرم الی ۱۲۰ گرم

انواع چسبدار - کارتی

ارسال به تهران و شهرستان در اسرع وقت

آدرس: ظهیرالاسلام - روبروی ساختمان صنعت - پلاک ۶۵

ظهیرالاسلام، کوچه درویش غربی، پلاک ۱۵، طبقه سوم، واحد ۵

۷۷۶۸۸۰۵۰-۷۷۶۸۷۰۹۰-۳۳۹۲۶۵۶۰-۳۳۱۱۴۳۴۸

فکس: ۷۷۶۸۹۱۵۷

mahdi.rostami.1998@gmail.com

ارائه کاتالوگ محصولات ایران زمین همزمان با

سیزدهمین نمایشگاه تبلیغات و بازاریابی

۹۵ / ۱۰ / ۱۸ الی ۹۵ / ۱۰ / ۱۸ نمایشگاه بین المللی تهران، سالن میلاد (۳۱۸)



WWW.IRANZAMIN.CO



INFO@IRANZAMIN.CO

دفتر تهران: خیابان شریعتی / بالاتر از خیابان ملک / روبروی آتش نشانی / پلاک ۶۳۳
ساختمان نماد آزادی / طبقه ۳ واحد ۵

تلفن: ۸۶۰۲۰۷۴ تلفکس: ۸۶۰۲۰۷۵ همراه: ۹۱۲ ۸۸۸۸ ۴۹۹

دفتر اصفهان: میدان شهدا / چهارباغ پایین / نرسیده به چهارراه تختی / نبش کوچه ۱۲

تلفن: ۳۳۳۷۳۴۲۴ تلفکس: ۳۳۳۶۴۸۴۲ همراه: ۹۱۳ ۱۱۸ ۹۲۲۴



نگاهی به زندگی اریک اشمیت،
از مدیران عامل شرکت گوگل

۶۰۰ سال زندگی در ۶۰ سال

در ششمین دهه زندگی‌اش آن قدر مشغله دارد که برای دیگران تصور رسیدگی به آن‌ها هم امکان‌پذیر نیست؛ به‌هرحال وقتی با ۱۰/۸ میلیارد دلار صدمین ثروتمند عالم باشید و در ۲۱۴ هیات‌مدیره، در ۱۰ سازمان مختلف که در ۱۲ حوزه گوناگون فعالیت می‌کنند هم عضویت داشته باشید، واقعا ۲۴ ساعت شبانه‌روز هم برای سرکشی به تمام‌شان کفایت نمی‌کند. نام «اریک اشمیت» (Eric Schmidt) مدت‌ها است با نام گوگل گره خورده؛ او حالا رئیس هیات‌مدیره شرکت هلدینگ صاحب گوگل یعنی الفابت است.



اریک امسون اشمیت، در ۲۷ آوریل ۱۹۵۵ در فالزچرچ ویرجینیای آمریکا در خانواده‌ای با سه پسر به دنیا آمد. مادرش الینور، کارشناسی ارشد روان‌شناسی داشت و پدرش ویلسون در دانشگاه‌های جان هاپکینز و ویرجینیا استاد اقتصاد بین‌الملل بود. ویلسون اشمیت در دوران ریاست جمهوری ریچارد نیکسون در وزارت دارایی هم کار می‌کرد.

او تحصیلات متوسطه را در دبیرستان یورک‌تاون گذراند و به سال ۱۹۷۲ با کسب چندین تقدیرنامه دیپلم گرفت. سپس به دانشگاه پرینستون رفت. در آن‌جا ابتدا معماری خواند ولی بی‌علاقگی به این رشته باعث شد تغییر رشته بدهد. نهایتاً در ۱۹۷۶ در رشته مهندسی برق مقطع لیسانس را به پایان رساند. از آن سال تا ۱۹۸۰ را در بخش رسیدگی به دانشجویان خارجی دانشگاه برکلی گذراند. همان‌جا با همسرش آشنا شد. بعداً ادامه تحصیل داد و فوق‌لیسانس طراحی و پیاده‌سازی شبکه‌های رایانه‌ای گرفت. اولین فعالیت عملی‌اش، راه‌اندازی شبکه مرکز کامپیوتر دانشکده و برقراری ارتباط آن با دپارتمان‌های مهندسی کامپیوتر و مهندسی برق و الکترونیک بود. او سرانجام دکتری‌اش را هم در سال ۱۹۸۲ در رشته علوم کامپیوتر و مهندسی برق کسب کرد.

اشمیت در اوایل کارش بیشتر سمت‌های فنی در شرکت‌های فناوری اطلاعات را بر عهده داشت. در شرکت بزرگ «بل» (Bell Labs) در واحد تحقیق بود و به همین ترتیب بعداً هم در شرکت‌های «زیلوگ» (Zilog) و «زیراکس» (Xerox) مسئولیت‌های تحقیقاتی و فنی داشت. او در طول حضور در شرکت بل به اتفاق همکارش مایک لسک (Mike Lesk)، «لکس» (Lex) را نوشت. لکس برنامه‌ای بود که تحلیل‌هایی تولید می‌کرد

که در طراحی ساختار کامپایلرها به‌کار می‌رفت. در سال ۱۹۸۳ به شرکت «سان مایکروسیستمز» (Sun Microsystems) رفت و برای نخستین‌بار سمت مدیریتی گرفت و مدیر نرم‌افزار آن شرکت شد. سپس به معاونت کل تولیدات نرم‌افزاری و پس از آن معاونت و نهایتاً ریاست «سان تکنولوژی» (Sun Technology Enterprises) رسید.

اریک اشمیت در ۱۹۹۷ مدیرعامل و رئیس هیات‌مدیره شرکت «ناول» (Novell) شد. دوره حضورش در ناول مصادف شد با معرفی پروتکل باز TCP/IP و در خطر افتادن پروتکل IPX این شرکت؛ در همین زمان مایکروسافت فرصت‌طلب با رهبری بیل گیتس، این پروتکل را همراه ویندوز ۹۵ عرضه کرد؛ همه این‌ها به‌شدت بر عایدی شرکت ناول تأثیر منفی گذاشت. اشمیت هم در سال ۲۰۰۱ و بعد از خرید «کمبریج تکنولوژی پارتنرز» (Cambridge Technology Partners)، ناول را ترک کرد.

لری پیج و سرگی برین، بنیان‌گذاران گوگل مصاحبه‌ای با او ترتیب دادند؛ آن‌دو آن‌قدر تحت تأثیر اشمیت قرار گرفتند که تصمیم گرفتند از وجود او برای هدایت شرکت تازه‌تأسیس‌شان استفاده کنند. در ماه مارچ ۲۰۰۱، اریک اشمیت ابتدا ریاست هیات‌مدیره و چند ماه بعد در آگوست همان سال مدیرعاملی گوگل را بر عهده گرفت. البته مسئولیت‌های روزانه شرکت با دو مؤسس آن تقسیم شد. تا پیش از عرضه عمومی سهام گوگل، اریک اشمیت بیشتر به هدایت معاونان و روند فروش می‌پرداخت. بر اساس توضیح خود شرکت وظیفه اشمیت در آن دوره چنین بود: «یجاد مجموعه‌ای برای حفظ رشد پرسرعت گوگل و حصول اطمینان از این‌که افزایش سرعت توسعه و عرضه محصولات، خللی در کیفیت بالای آن‌ها وارد نکند».

اریک اشمیت از زمان استخدام‌شدنش در گوگل، ۲۵۰ هزار دلار حقوق سالانه به‌علاوه مبلغی پاداش عملکرد دریافت می‌کرد. افزون بر این ۱۴/۳۳۱/۷۰۳ سهم کلاس B از سهام عام به ارزش ۰/۳۰ دلار برای هر سهم و ۴۲۶/۸۹۲ سهم از سری C به ارزش ۲/۳۴ دلار برای هر سهم به او واگذار شد. در سال ۲۰۰۴ اشمیت به همراه موسسان گوگل به جمع امضاکنندگان سندی موسوم به «حقوق پایه ۱ دلاری» پیوست و این رویه تا ۲۰۱۰ میلادی ادامه یافت.

اشمیت در ۲۸ آگوست ۲۰۰۶ به عضویت هیات‌مدیره اپل هم درآمد. اما در سال ۲۰۰۹ و با بالا گرفتن رقابت‌های دو شرکت از سمتش استعفا داد تا جلوی شک و تردیدهای احتمالی را بگیرد.

در سال ۲۰۰۷ مجله PC World، او و دو مؤسس گوگل را در میان ۵۰ نفر مهم در وب قرار داد. نکته جالب درباره ثروت اریک اشمیت این است که او اولین میلیاردری است که بر پایه دست‌مزد سهام‌محور به چنین ثروتی رسیده و در عین‌حال نه بنیان‌گذار بوده نه نسبت خانوادگی با آن‌ها داشته که به او ارث برسد.

در فهرست ثروتمندترین‌های مجله فوربز (Forbes)



لمینیتور حرفه‌ای و سلفون کش حرارتی اتوماتیک



Pioneer 5000

- حداکثر سرعت لمینیتور: ۴۰ متر در دقیقه
- سرعت تغذیه: ۶۰۰۰ برگ در ساعت
- حداکثر ابعاد کاغذ: ۵۰۰ میلیمتر در ۷۰۰ میلیمتر
- ضخامت کاغذ از: ۱۲۰ تا ۴۰۰ گرم
- نوع فیلم: پولینکس حرارتی (OPP) از ۲۵ تا ۴۰ میکرون
- ابعاد دستگاه: ۱۳۴۰×۳۰۰×۱۳۰۰ میلیمتر
- ابعاد استاکر: ۹۵۰×۱۳۴۰×۱۰۵۰ (میلیمتر) (Optional)

Excelam Plus - 1080

- عرض مغید: ۱۰۸۰ میلیمتر
- سرعت: ۳ متر در دقیقه
- حرارت: صفر تا ۱۵۰ درجه سانتیگراد
- سیستم حرارتی: رول‌های حرارتی اینفراد
- ضخامت فیلم: از ۳۲ تا ۲۵۰ میکرون
- گراماژ کاغذ: از ۸۰ تا ۳۵۰ گرم
- حداکثر ضخامت شاسی: ۵ میلیمتر
- سیستم خنک‌کننده: فن دمنده
- توان مصرفی: ۲۴۰۰ وات
- برق مورد نیاز: ۲۲۰ تا ۲۴۰ ولت، ۵۰ تا ۶۰ هرتز
- ابعاد: (طول × عرض × ارتفاع)
- ۲۸۵×۴۵۰×۱۲۸۵ میلیمتر
- وزن: ۱۳۸ کیلوگرم



تهران، شهرک غرب، خیابان حسن سیف، کوچه ۲۴، پلاک ۵، صندوق پستی: ۱۴۱۵۵-۱۷۵۸
تلفن: ۴۲۸۲۵۰۰۰ | فکس: ۴۰۲۰۰۸۸۸ | www.gssinf.com

مربوط به سال ۲۰۱۱، او با دارایی تخمینی ۷ میلیارد دلار در ردیف ۱۳۶ قرار گرفت. وقتی هم در همان سال از سمت مدیرعاملی کنار رفت، از شرکت گوگل ۱۰۰ میلیون دلار پاداش دریافت کرد.

در بیستم ژانویه ۲۰۱۱ گوگل اعلام کرد که آقای اریک اشمیت سمتش به عنوان مدیرعامل را ترک خواهد کرد ولسی هم چنان به عنوان رئیس هیات مدیره و مشاور بنیان گذاران، «پیچ» و «برین»، باقی خواهد ماند. در نهایت هم در ۴ آوریل ۲۰۱۱ لری پیچ، خودش مدیریت عامل را به عهده گرفت.

در زمان تصدی گری‌اش در گوگل در ماجرای دخیل شد که بعدا موضوع «قانون رقابت در استخدام شرکت‌های های‌تک» هم شد. در یکی از این موارد استیو جابز به اشمیت نامه‌ای می‌نویسد و از او به خاطر استخدام خارج از عرف کارکنانش به‌وسیله گوگل گلایه می‌کند. اشمیت هم فوراً به واحد منابع انسانی ایمیلی با این مضمون می‌فرستند و می‌نویسد: «به اعتقاد من سیاست‌های تبیینی ما خلاف استخدام نیروهای ایل است. می‌توانید این رویه را سریع قطع و به من در این باره توضیح دهید؟ من باید فوراً به ایل پاسخ بدهم، پس هرچه زودتر مرا در جریان بگذارید» به‌رحال این ماجرا بعداً در دادگاه پیگیری شد و هم گوگل و هم ایل ناگزیر به پرداخت خسارت به آن کارکنان شدند.

در سال ۲۰۱۵، گوگل بزرگ‌ترین تغییر ساختاری تاریخش را اعلام کرد. رهبران گوگل از یک شرکت مادر به نام «الفابت» (Alphabet) صحبت کردند. در آن روز مشخص شد که الفابت مجموعه‌ای از شرکت‌های مختلف خواهد بود و از این به بعد، گوگل تنها یکی از این زیرمجموعه‌هاست. اریک اشمیت هم به ریاست هیات مدیره شرکت الفابت انتخاب شد. او اکنون ریاست یکی از پیچیده‌ترین شرکت‌های دنیا را بر عهده دارد. در سال ۲۰۱۶ مجله فوربز، نام او را به عنوان صدمین ثروتمند جهان معرفی کرد. ثروت او ۱۰/۸ میلیارد دلار تخمین زده شده است.

اریک اشمیت نه فقط در صنعت و هیات مدیره‌های مختلف که در هیات‌امناهای چندین دانشگاه مانند پرینستون حضور دارد، در چندین دانشگاه درس می‌دهد و تلاش دارد ارتباط خود با فضای دانشگاه را حفظ کند.

۱۰ قاعده طلایی گوگل به روایت اریک اشمیت
اریک اشمیت، در مقاله‌ای در نشریه نیوزویک، قواعد طلایی کسب و کار در شرکت گوگل را تشریح کرده است. او در این مقاله به این واقعیت اشاره دارد که خلاقیت و پرورش خلاقیت در کارکنان یک شرکت، رمز پیروزی در شرکت‌های دیجیتالی امروز جهان است.

وی می‌نویسد: «مباحثی که در اینجا مطرح



می‌کنیم ۱۰ قانون اصلی است که ما برای مؤثر بودن کارکنان اطلاعاتی به شما معرفی می‌کنیم. به دلیل اینکه در بسیاری از کارخانه‌ها کارکنان اطلاعاتی اصلی، مهندسان هستند در اینجا نیز مبنای کار ما مهندسان خواهند بود. اما بعضی از این قانون‌ها به دیگر کارکنان نیز تعلق دارد.»

۱- به وسیله تشکیل کمیته و شورا اقدام به استخدام کنید

به طور کل کسی که در گوگل درخواست استخدام را مطرح می‌کند حدود ۱۲ مصاحبه مختلف را پشت سر می‌گذارد تا استعدادها و مهارت‌های او مشخص شود. هر کدام از اعضای کمیته نظر خود را ابراز می‌کنند. این عملیات باعث می‌شود تا استانداردهای

کار بالاتر رود. درست است که زمان بیشتری را صرف می‌کند ولی ما فکر می‌کنیم که ارزش آن را دارد. اگر شما افراد باقابلیت را استخدام کنید و در هنگام مصاحبه به آنها فشار زیادی را وارد کنید، باعث می‌شود تا آنها نیز مهارت خود را به نمایش بگذارند. ما از ابتدا در گوگل به این صورت شروع به استخدام کردیم و مبنای کارمان در این شرکت اینگونه کارکنان هستند.

۲- خواسته‌های آنان را فراهم کنید
ما امکانات استاندارد را برای کارکنانمان ترتیب داده‌ایم که شامل اسباب و وسایل نهار خوری، باشگاه ورزشی، رختشوی‌خانه، اتاق ماساژ، آرایشگاه، کارواش، خشک‌شویی، اتوبوس‌های ایاب‌وذهاب و هر چیز دیگری که یک مهندس به آن احتیاج دارد. به این نکته توجه داشته باشید که برنامه‌نویس‌ها دوست دارند که فقط برنامه‌نویسی کنند. دیگر احتیاجات آنها را ما برآورده می‌کنیم.

۳- مکان کار آنها را نزدیک به هم قرار دهید
تقریباً تمام پروژه‌ها در گوگل پروژه‌های تیمی هستند و اعضای تیم‌ها احتیاج به برقراری ارتباط با یکدیگر دارند. بهترین راه برای ارتباط برقرار کردن آنها این است که اعضای تیم‌ها را در هنگام کار نزدیک به هم قرار دهید. در واقع اداره را به محلی برای به اشتراک گذاشتن تفکرها تبدیل کنید. با این روش هنگامی که یک برنامه‌نویس می‌خواهد با همکار خود صحبت کند دسترسی آسان خواهد بود، نه تلفن، نه ایمیل و نه هیچ زمان از دست رفته‌ای برای پاسخ. همچنین اتاق‌های کنفرانسی وجود دارد که برنامه‌نویسان می‌توانند به طور ساعتی از آن برای مشورت کردن استفاده کنند. در واقع نشستن در کنار یک برنامه‌نویس بزرگ می‌تواند بسیار بارزتر باشد.

۴- هماهنگی
به دلیل اینکه برنامه‌نویسان در فاصله کمی از یکدیگر قرار دارند، درصد هماهنگی نیز بالا خواهد رفت. چون هر برنامه‌نویس قادر خواهد بود که به آسانی و بدون تلف کردن وقت بفهمد که اعضای

گروه خود در حال حاضر در کدام بخش از پروژه قرار دارند، آیا او نیز همراه آنان است یا از برنامه عقب است و این به دلیل فاصله نزدیکی فیزیکی آنان خواهد بود.

۵- استفاده نامحدود کارکنان از ابزارهای شرکت
یکی از این ابزارها وب است. صفحات داخلی وب که در داخل شرکت برای انجام پروژه‌ها استفاده می‌شود. آن‌ها به طور کامل اندیس‌گذاری می‌شوند و برای اعضای تیم پروژه قابل استفاده خواهد بود. به عنوان مثال یکی از دلایل موفقیت Gmail آزمایش شدن این سرویس به طور مکرر بود. یعنی خود کارکنان با صفحات وب داخلی شرکت ماه‌ها این سرویس را مورد بررسی قرار دادند. سپس پس



از مدتی آن را روانه بازار کردند و می‌بینید که به موفقیت بسیاری نیز دست یافته است.
۶- خلاقیت را تشویق کنید
مهندسان گوگل ۲۰ درصد از وقتشان را فقط برای انتخاب پروژه مصرف می‌کنند. البته این زمان از دست نرفته و باعث می‌شود که پروژه‌های خوبی حاصل شود. اما به طور عمومی ما به انسان‌های خلاق اجازه می‌دهیم که خلاق باشند. یکی از سلاح‌های نامخفی ما نظریات ارسال شده به وسیله پست است. صندوق پستی که مردم از سراسر دنیا پیشنهادات و انتقادات خود را برای ما به وسیله آن ارسال می‌کنند. در واقع ما اجازه می‌دهیم تا خود مردم آن چیز را که می‌پسندند ارائه دهند و ما روی آن طرح‌ها کار کنیم.

۷- تلاش برای رسیدن به رضایت عمومی
در واقع در سیستم‌های مشارکتی ما همیشه یک تصمیم‌گیرنده نهایی وجود دارد. ما به این قضیه معتقدیم که افراد بیشتر بسیار باهوش‌تر از افراد کمتر هستند. و در واقع ما یک پهنای اطلاعاتی قبل از تصمیم‌گیری نیاز داریم. در گوگل نقش مدیر در واقع یک جمع‌کننده نظرات است نه یک دیکتاتور در تصمیم‌رسیدن به رضایت عمومی گاهی اوقات بسیار طول می‌کشد. اما همیشه پروژه‌ای کامل‌تر بوده است که تیمی‌تر بوده است.

۸- زبان آور نباشید
مطالب زیادی در مورد شعار گوگل نوشته شده است که ما سعی می‌کنیم با آن زندگی کنیم. همانطور که در تمام مؤسسات و سازمان‌ها افراد در مورد نظراتشان احساساتی هستند در گوگل نیز چنین است. در گوگل هیچ کس به صندلی مدیریت نمی‌رسد مگر اینکه مبتکر طرح‌های نوین باشد. ما در واقع جوی از تحمل و احترام در مقابل نظرات مردم به راه انداخته‌ایم نه جوی که در آن پر از بله در مقابل نظرات مردم باشد.

۹- داده‌ها تصمیمات را حرکت می‌دهند
در گوگل تمام تصمیمات بر مبنای تجزیه و تحلیل گرفته می‌شود. ما سیستمی را برای مدیریت اطلاعات به راه‌انداخته‌ایم که نه تنها در وب بلکه در داخل شرکت‌مان نیز ما را یاری می‌رساند. در همین راستا آنالیزورهایی را استخدام کرده‌ایم که به سختی بر روی داده‌ها کار می‌کنند و ما را به‌روز نگه می‌دارند.

۱۰- به طور مؤثر ارتباط برقرار کنید
هر جمعه ما مجمعی برای آگاهی دادن، معرفی، سؤال و جواب (و البته نوشیدنی و غذا) را برگزار می‌کنیم. این مجمع به مدیران اجازه می‌دهد تا هر هفته با کارکنان خود انتخاب برقرار کنند و یا بالعکس. گوگل اطلاعات خود را به طور وسیعی برای دیگر سازمان‌ها یا مؤسسات منتشر می‌کند. برخلاف دیگران ما بر این باوریم که قانون اول دومی را می‌سازد، یعنی پشت‌گرم بودن کارکنان در کار باعث وفاداری آنها در کار می‌شود. مهندسان به طور طبیعی روحیه رقابتی دارند. آن‌ها در مقابل افرادی که دانش‌شان پایین‌تر است تحمل و دوام ندارند. اما تقریباً تمام پروژه‌های مهندسی تیمی هستند، داشتن یک فرد باهوش اما نامتعطف در تیم واقعاً مرگ‌آور است. اگر ما جملاتی مانند «باهوش‌ترین فردی که تا به حال دیدم» یا «می‌خواهم دوباره با او کار کنم» را از گروهی شنیدیم باید در پروژه‌های بعدی نیز آنها را در یک تیم قرار دهیم.



www.tarshidbafco.com

پیشرو در صنعت تولید و عرضه

انواع تابلو بافت (فرهنگی، مذهبی)



تهران، فلسطین شمالی، بین چهارراه زرتشت و بلوار کشاورز، پلاک ۴۶۳، طبقه اول، واحد ۷

تلفن ۰۲۱-۸۸۹۱۵۸۷۷ ۰۲۱-۸۸۹۱۵۹۶۴ فکس ۸۸۹۰۵۳۲۷ همراه ۰۹۱۲۱۴۸۴۸۷۱



مواد الیافی و افزودنی در ساخت کاغذ

■ مواد آهارزنی

این بخش مربوط می‌شود به افزودن مواد آلی در هنگام آماده‌سازی که جذب الیاف گشته و سطح آن‌ها را آب‌گریز می‌کند؛ عملیاتی که در اصطلاح آن را آهاردهی پایانه تر یا آهاردهی داخلی می‌نامند. اهداف کیفی کاغذ، نفوذ جوهرهای بر مبنای آب را کاهش داده، به نحوی که جوهر پیش از آنکه علامت‌های آن محو شود بتواند خشک گردد؛ به آن منظور که نسبت به خیس شدن مقاوم باشد و رنگدانه‌ها را کنترل کند (باید توجه داشت که آهاردهی داخلی، کاغذ را نسبت به آب و بخار آب غیر قابل نفوذ نمی‌کند).

ذات متخلخل کاغذ، الیاف و رنگدانه‌های اندود، نفوذ مایعات آبی و غیرآبی را از نظر فنی با اهمیت می‌کند. نفوذ موئینگی، بستگی به ویژگی‌های ترکندگی مایع، اندازه حفره‌ها و زمان تماس با یا بدون اعمال فشار اضافی دارد. آهاردهی داخلی، میل ترکیب مایعات بر پایه آب به الیاف را کاهش می‌دهد. در توافق کیفیتی و نیمه‌کمیتی با فرضیات فوق، زاویه تماس در این صورت، از صفر تا حدود نود درجه و حتی بیشتر از آن افزایش می‌یابد، ترشوندگی (خیسی) کاهش یافته و شدت نفوذ کم می‌شود. بنابراین چنین پدیده‌هایی به خاطر کاربرد دقیق کیفیتی آن، عموماً بسیار پیچیده است، بخشی به دلیل فرآیند دینامیکی تأثیر متقابلی که اغلب به سرعت اتفاق می‌افتد.

در ضمن نکاتی را که باید در نظر داشت، مربوط به ناهمواری سطح، متورم شدن مواد جامد توسط مایع، ترتیب سوراخ‌های با شکل نامنظم در کاغذ و ساختارهای انسداد کردن و تغییرات در ویژگی‌ها همان‌طور که نفوذ (مایع یا جوهر) پیش می‌رود، است. دو نوع اصلی آهاردهی با نام رازین با آلود در PH اسیدی و یا خنثی و نیز آلکیل کتن دیمیر (AKD) یا آلکیل سوکسینیک انیدرید (ASA) در PH خنثی یا قلیایی که معمولاً تحت عنوان آهاردهی قلیایی نامیده می‌شود، وجود دارد. آهاردهی رازین-آلود رزین‌های طبیعی تغییر یافته را که رازین می‌نامند، همراه با سولفات آلومینیوم استفاده می‌کند. رازین طبیعی از راه‌های گوناگونی از درختان کاج به دست می‌آید که نود درصد آن به طور معمول مخلوطی از اسیدها، عموماً از اسید آبتیک و چند ایزومر است. برای آهاردهی کاغذ، رازین به شکل‌های مختلفی به صورت زیر تهیه می‌شود:

- رازین‌های طبیعی که در آن اسیدها، با هیدروکسید سدیم ترکیب شده و به مخلوط نمک‌های محلول در آب تبدیل شده‌اند.
- آمولسیون‌های پایداری از اسیدهای آزاد که به طور معمول دارای ذرات خیلی کوچک (با قطر یک میکرون) هستند.
- رازین‌های تغییر یافته که در آن برخی از اسیدها با انیدرید مالئیک، فوماریک اسید یا ترکیبات مشابه

واکنش انجام داده‌اند، در حالی که این مشتقات با واکنش‌های دیل آلدر بسیار آبدوست هستند. این‌ها در هر صورت مواد آهارزنی موثرتری هستند. آهار رازین به طور معمول به میزان یک تا دو درصد نسبت به وزن خشک کاغذ بسته به ترکیب خمیر و درجه آهار مورد نیاز اضافه می‌شود. این مقدار رزین مقدار جذب آب معادل ۶ تا ۶۰ گرم در مترمربع در ۱۲۰ ثانیه را موجب می‌شود.

■ رازین

یکی از معایب مشخص آهاردهی رازین-آلود آن است که پرکننده‌های کربنات کلسیم برای استفاده تحت شرایط اسیدی که آهاردهی رازین آلود ایجاد می‌کند، مناسب نیستند. توانایی استفاده از پرکننده‌های کربنات کلسیم انگیزه عمده برای توسعه مواد آهاردهی خنثی بوده است. این پرکننده‌ها همچنین عمر کاغذهای ساخته‌شده را افزایش می‌دهند. هر دو آهاردهی خنثی، یعنی AKD و ASA محلول در آب بوده و به صورت امولسیون تهیه می‌شوند که به طور معمول با نشاسته کاتیونی تثبیت می‌شود. این مواد به سرعت جذب الیاف، نرمه‌ها و ذرات پرکننده‌های دارای بار الکتریکی منفی می‌شوند.

همانند مورد آهار رازین-آلود آنها نیز بیش از حد انتظار سطح‌شان جذب نرمه‌ها و پرکننده‌ها می‌شوند. همانند موارد آهار رازین-آلود آنها نیز بیش از حد انتظار سطح‌شان جذب نرمه‌ها و پرکننده‌ها می‌شوند. ابعاد این ذرات در محدوده یک تا پنج میکرومتر قطر دارند و میزان افزودن آنها به کاغذ، حدود یک تا دو درصد نسبت به وزن خشک کاغذ است. همانند رازین، AKD از طریق چسبیدن به سلولز با کمک پایانه کربوکسیلی و ارائه زنجیر هیدروکربن آب‌گریز انتهایی تأثیر می‌گذارد. چگونگی اتصال، موضوع بحث‌های زیادی بوده است. ASA نیز نخست از طریق جذب و سپس واکنش سریع، برای تشکیل اتصال استر به الیاف متصل می‌شود.

مواد شیمیایی آهاردهی شامل اسیدهای رازین، واکنش‌های الکیل کتن دیمیر با سلولز و آب و واکنش‌های الکیل سوکسینیک انیدرید با آب است. این مرحله مطمئن می‌کند که پایانه آب‌گریز مولکول ASA همانند مورد AKD و رازین در جهت و به سمت خارج است. واکنش‌پذیری سریع ASA در درجه حرارت پایین بدان معنی است که آن به سرعت با آب برای تشکیل اسید کربوکسیلیک واکنش نشان می‌دهد که نشان از کاهش آهاردهی است. از این‌رو آمولسیون‌ها را عموماً درست پیش از استفاده تهیه می‌کنند. اسیدهای رازین از چندین اسید نظیر لوو پیماریک و فومارو پیماریک اسید

ساخت کاغذ

و فرآیند چاپ

به دست آمده و نیز ترکیب AKD و ASA با سلولز را نشان می‌دهند.

■ مواد رنگی

تولید کاغذهای رنگی مشخص، نیازمند تکنیک‌های ویژه‌ای در گزینش و کنترل افزودن رنگ و کاستن اندودکننده‌های رنگی است. رنگ‌ها در آب محلول هستند، در حالی که رنگدانه‌ها نامحلول‌اند. این مبحث به استفاده از رنگ‌ها و مواد شفاف‌کننده نوری OBA به منظور بهبود شفافیت و سفیدی کاغذهای تقریباً سفید محدود می‌شود. همانگونه که در شکل بهبودی شفافیت و سفیدی کاغذهای تقریباً سفید محدود می‌شود. خمیرهای مکانیکی و نیمه‌سفید گرایش به تهرنگ قرمز - نارنجی دارند، زیرا لیگنین باقیمانده در خمیر نور را در بخش آبی اسپکترم، جاذب نور است. بیشتر مشتریان از نظر کیفی کاغذهای سفید یا پال که زردی خود را ظاهر نمی‌کنند، ترجیح می‌دهند، لذا کاغذهای دارای رنگ سفید به طور عموماً از قرنیش‌هایی که مقدار کمی رنگ آبی یا مختصری صورتی و قرمز دارند، تولید می‌شوند. به طور قطع این رنگ‌ها انعکاس کلی کاغذ را کاهش می‌دهند، اما تهرنگ آبی، کاغذی با ظاهر سفیدتر و زردی کمتر تولید می‌کند. رنگ‌های قرمز به تنهایی جایگزین رنگ با جلوه زرد همراه با گرایش مختصری به نارنجی می‌شوند. در اینگونه رنگ‌آمیزی، باید شرایط نورپردازی که ممکن است مورد استفاده آن کاغذ قرار گیرد را در نظر داشت.

خطری برای رنگ‌آمیزی، به ویژه در مورد خمیرهای جوهرزدایی شده وجود دارد، که به دلیل نگه‌داشتن مقداری جوهر در خود و نیز همراه شدن ذراتی از آن در هنگام انعکاس کاغذ، ظاهری شدیداً خاکستری خواهد داشت که موجب از دست دادن زیاد نورانیت کاغذ می‌شود، جذب مواد شفاف‌کننده نوری و یا به طور ساده‌تر، مواد سفیدکننده فلئورسانتی FWA آسان‌تر مورد توجه قرار می‌گیرد. با توجه به نورانیت مشارکت‌کننده، از جمله اشعه UV، انعکاس یکنواخت‌تری در محدوده طیف نوری از طریق تبدیل «نور» قابل رویت به «نور» قابل رویت می‌شود که به واسطه افزایش انعکاس در منطقه آبی طیف نوری حاصل می‌آید.

■ ادامه دارد...

برگرفته از کتاب «مفاهیم نظری و کاربردی ساخت کاغذ و فرآیند چاپ» ترجمه و تالیف دکتر مهدی منظورالاجداد

ماشین سازی الباقر

سازنده دستگاه‌های صحافی

AL-BAGHER

۲۵ سال سابقه

۳۳ سال تجربه



▲ خط زن هیدرولیک



▲ چسب زن ته کتاب



▲ سریشم زن (تمام استیل)



▲ پرس فرم



▲ گرد کن



▲ طلاکوب ۴۰ تن



▲ پرس یادگیر



▲ سلفون کش دو کاره



▲ سلفون کش فول اتومات حرارتی



▲ کالینکور بر



▲ حقوایر



▲ پرس دو طرفه



▲ طلاکوب هیدرولیک



▲ پرس دو کفه



▲ آستر چسبانی

Http://albagher-co.ir

نمایشگاه و دفتر مرکزی:
ق.م. جاده کوه سفید، خیابان ۱۹ سمت چپ، پلاک ۲۱۰۰۲۲
همراه: ۰۹۱۲۱۵۱۶۱۲۲ تلفن: ۰۲۵-۳۶۵۵۰۸۴۰ تلفکس: ۰۲۵-۳۶۵۵۱۳۱۷





OffsetGraphic اُفستگرافیک

مجتمع چاپ افست گرافیک

پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ

سایت طراحی

- طراحی و ایده پردازی، طراحی لوگو، جعبه
 - جلد کتاب، بروشور، کاتالوگ، پوستر و ...
- مشاور و مجری امور تبلیغات

خدمات لیتوگرافی:

- پلیت مستقیم تا سایز ۴/۵ ورقی
- خروجی فیلم تا سایز ۷۰×۱۰۰
- دریافت فایل از طریق ایمیل: Offset_Graphic89@yahoo.com

خدمات چاپ افست:

- دو ورقی ۲ رنگ
- دو ورقی ۴ رنگ، ۴ GTO رنگ
- لترپرس، دستگاه دایکات بوپست ۴/۵ ورقی
- ملخی
- طلا کوب تا سایز ۲ ورقی، برجسته

خدمات پس از چاپ:

- سلفون حرارتی مات، براق، مخملی، طرح دار تا سایز ۷۰×۱۰۰
- UV موضعی (معمولی، افکت، برجسته، اکلیلی) تا سایز ۷۰×۵۰
- صحافی چسب گرم، مفتول لوپ، معمولی و صحافی فنر دویل
- جعبه چسبانی

چاپ دیجیتال

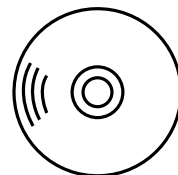
خدمات چاپ دیجیتال رنگی:

- چاپ پوستر، بروشور، کاتالوگ، تراکت، لیبل، ست اداری
- کارت ویزیت و کارت دعوت (با اطلاعات متغیر و تیراژ دلخواه)
- خدمات چاپ دیجیتال سیاه و سفید:
- چاپ و تولید کتاب، گزارش عملکرد، فصلنامه و ... در تیراژ درخواستی
- درسایز رقی، وزیری و رحلی
- خدمات سلفون و صحافی:
- سلفون و لمینیت مات و براق، صحافی چسب گرم، منگنه و فنر دویل
- دریافت فایل از طریق ایمیل: Digital_OffsetGraphic@yahoo.com

راهنمای داخلی:

تهران، خیابان انقلاب، بین حافظ و استاد نجات الهی
خیابان شهید یورموسی، پلاک ۱
۸۸۸۹۰۱۷۲ - ۸۸۸۰۵۹۳۷ - ۸۸۹۲۹۰۶۱
۸۸۸۵۲۶۳۱ - ۸۸۸۵۲۶۳۴ - ۸۸۸۵۲۶۸۲
۸۸۸۰۹۷۰۵ - ۸۸۸۵۲۸۶۴ - ۸۸۸۵۲۶۷۹

همانگی جهت چاپ مقوای گرم بالا
تلفن: ۶۶۲۸۳۸۰۳ - ۶۶۲۸۳۸۰۵



معرفی محصولات فرهنگی



برندینگ دیجیتال

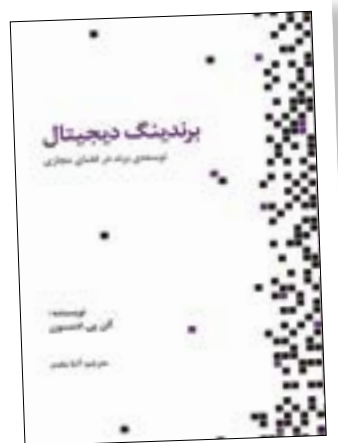
نویسنده: آلن پی. ادمسون - مترجم: آتنا مقدم
ناشر: انتشارات سیتِه - قیمت: ۲۶۰۰۰ تومان

امروزه با گسترش روزبه‌روز دنیای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، ارزش و قدرت گفت‌وگو رشدی کلی پیدا کرده و تاثیر مهارت داستان‌گویی و شیوایی گفت‌وگو نیز در ساخت برند چندین‌برابر شده است. از این‌روست که اژانس‌ها و سازمان‌های صاحب برند به سرعت فهمیده‌اند که «دیجیتال» دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک «باید» است.

کتاب «برندینگ دیجیتال» برای آن دسته از افرادی است که بخش بیشتری از عمرشان را با برندها سروکله زده‌اند، آنها را ساخته‌اند، مدیریت‌شان کرده‌اند و مطالبی درباره آن‌ها تدریس کرده‌اند.

این‌روزها که مردم از ابزارهای شخصی و قابل حمل دیجیتال برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند، برندها نیاز دارند جایی باشند که مردم هستند و باید زودتر از آنها آنجا باشند. اگر قصد همگام‌شدن با رفتار مشتری را دارید، این کتاب به دردتان خواهد خورد؛ راهنمایی فوق‌العاده که شیوه تفکر در دنیای دیجیتال را به شما می‌آموزد.

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹
www.citehpub.com



اطلس طراحان گرافیک

مؤلفان: النا استانیک، کورینا لیبائوسکی - مترجم: سید محمدمهدی بوذری
ناشر: انتشارات فرهنگسرای میردشتی - قیمت: ۲۵۰۰۰ تومان

کتاب «اطلس طراحان گرافیک» مجموعه‌ای از آثار برجسته در چهار گوشه جهان است که هر یک دارای زبان بصری و گویش گرافیکی منحصر به فرد خود هستند و اکنون در آستانه چیرگی بر جهان‌اند.

این کتاب به طرح‌هایی می‌پردازد که برای کار چاپ طراحی شده‌اند، اگرچه کاربردهای دیگری نیز دارند. عمده‌ترین تصاویر هر قسمت را پوسترها، کتاب‌ها، مجلات و آگهی‌ها تشکیل می‌دهند.

اطلس طراحان گرافیک شما را با خود به سفرهای گوناگونی می‌برد و جهانی فراتر از مرزها و قلمروها را برای شما نمایان می‌سازد؛ همچنین رابطه‌ها و تفاوت‌های دنیا را به تصویر می‌کشد. در واقع در این کتاب شما درکی کامل درباره تازه‌ترین تصاویر و نمادهای گرافیکی به‌دست خواهید آورد.

تلفکس: ۲-۶۶۴۹۰۶۶۰
www.fmirdashti.com



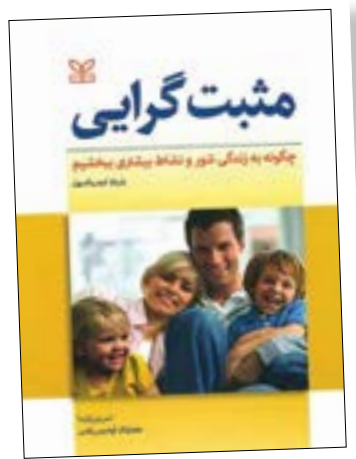
مثبت‌گرایی

نویسنده: باربارا فردریکسون - مترجم: نسرین پارسا
ناشر: انتشارات رشد - قیمت: ۱۷۰۰۰ تومان

کتاب «مثبت‌گرایی» مطالب علمی و عملی لازم برای دستیابی به زندگی سالم و سعادتمندانه را به خوانندگان ارائه می‌کند. از آنجا که بسیاری از مردم از توانایی‌های شگفت‌انگیز خود غافل‌اند، می‌توانند با مطالعه این کتاب از مزایا و فواید مثبت‌نگری بهره ببرند.

با خواندن این کتاب و عمل به رهنمودهای آن، فشارهای زندگی‌تان کاهش می‌یابد، ارتباط‌های سازنده در محیط خانوادگی و شغلی شما شکوفا می‌شود، سلامت جسم و روح و روان‌تان تضمین شده و مسیر کار و زندگی‌تان روشن‌تر و هدفمندتر خواهد شد.

تلفن: ۶۶۴۱۰۲۶۲
www.roshdpress.ir



چاپ و نشر آمادگی دارد کتب ناشران، مؤلفان یا مترجمان در زمینه‌های «چاپ»، «نشر»، «بسته‌بندی»، «مدیریت»، «بازاریابی»، «تبلیغات»، «موفقیت» و «سبک زندگی» را در صفحه معرفی محصولات فرهنگی، به صورت رایگان معرفی نماید. در صورت تمایل، با دفتر نشریه تماس حاصل نمایید.

تلفن تماس: ۷۷۲۴۰۶۹۰-۲۱



دستگاه سلفون
Mercury 760 SF
Made in Czech

foliant

توتالیا
Totalia Co.P.J.S. شرکت توتالیا

www.totaliaco.com | Tel: 021 88731042 | Fax: 021 88742310
میدان آرژانتین، خیابان احمد قاضی، نبش خیابان شانزدهم، ساختمان سهیل



دستگاه سلفون با سیستم تغذیه اتوماتیک کاغذ

- حداکثر سایز کاغذ ورودی ۷۶ x ۱۱۰ سانتیمتر
- با سرعت ۲۰ متر در دقیقه
- با غلطک ضد چسب جهت سلفون کشی برگه های پنجره دار به صورت آپشن
- امکان سلفون دو طرفه کاغذ به صورت آپشن
- قابلیت استفاده از فیلم های پت
- قابلیت اتصال به پالت فیدر و پالت استکر به صورت آپشن



ghalebsazi_keyhan@yahoo.com

مؤسسه قالب سازی کیهان

مجهز به سیستم برش لیزری و خمکن اتوماتیک
سازنده انواع قالب های برش لیزری
جعبه، کارتن، اتیکت، واشر

با بیش از ۱۵ سال سابقه



با مدیریت ابوالحسنی

آدرس: تهران، سعدی شمالی، پاساژ نور، طبقه اول، واحد ۷ | تلفن: ۶۶۷۵۷۸۲۰ - ۶۶۷۲۶۴۸۸ - ۶۶۷۱۶۶۹۵ | فکس: ۶۶۷۵۰۷۳۷

جعبه سازی محمد

ارائه خدمات بعد از چاپ
لمینت و دایکات انواع
مقوا، ایفولوت، سینگل
کارتن با لب چسب منگنه
و مگنت (آهنربا)

تلفن: ۳۳۳۹۳۱۹۷
۰۹۱۹۶۸۵۲۷۸۴
۰۹۱۹۶۴۷۰۸۶۷

شجاعی

خیابان فدائیان اسلام، سه راهی پل سیمان،
خیابان سرکرد محمد، نبش کوچه ابن سینا،
پلاک ۳۴۱



۹۶ سال
خانه تخصصی طراحی و چاپ

تقویم رومیزی، دفاتر تبلیغاتی و کتب ادعیه

مدیر مسئول: مهندس امید اسدی
www.anoo.ir | info@anoo.ir

021 44 08 22 77
+98 9124286358

سررسید و تقویم رومیزی اختصاصی با طراحان حرفه ای
کیفیت، قیمت، سرعت را از تیم ما بخواهید.

داخله سررسید (فرم باز) سال ۹۶ موجود می باشد
فرم بندی و طراحی تقویم رومیزی و سررسید نیز پذیرفته می شود.

۰۲۱ ۵۵۰۰ ۶۹ ۹۳ | ۰۲۱ ۵۵۰۰ ۱۶ ۶۱

ارسال نمونه | اطلاعات در سایت | رنگ قاب دلخواه



خ رجایی جنوب، بعد از پل شهیدای احمدیه (پل آزادگان)، نبش خ رحمتی
www.printyazdan.ir | printyazdan@gmail.com
اطلاعات بیشتر در کانال تلگرام telegram.me/printyazdan55001661



مسابقه جدول کلمات متقاطع

سامانه پیام کوتاه ۰۶۹۰۲۱۷۷۲۴۰

رمز جدول را ارسال کنید جایزه بگیرید

راهنمای شرکت در مسابقه

پس از حل کامل جدول، از کنار هم قرار دادن حروف خانه‌هایی که با شماره مشخص شده‌اند رمز جدول به دست می‌آید. برای شرکت در مسابقه، کافی است رمز جدول را به همراه نام و نام خانوادگی خود، شماره تلفن همراه و شماره تلفن ثابت حداکثر تا تاریخ ۱۵/۱۰/۱۳۹۵ به **سامانه پیام کوتاه ۰۶۹۰۲۱۷۷۲۴۰** و یا ایمیل اختصاصی صفحه جدول به نشانی الکترونیکی **chaponashr.jadval@gmail.com** ارسال نمایید.

در این شماره پس از قرعه‌کشی، به ۵ نفر از عزیزانی که به درستی به رمز جدول اشاره کنند، جوایزی نقدی اهدا خواهد شد. رمز صحیح جدول و اسامی برندگان نیز در شماره بعد در همین صفحه اعلام می‌شود.

توجه

■ برای اعلام رمز جدول، منحصراً از طریق سامانه پیام کوتاه (پیامک) و ایمیل اختصاصی این صفحه اقدام کنید و از تماس تلفنی با دفتر نشریه و اعلام شفاف‌های رمز خودداری فرمایید. پدیهی است به تماس‌های تلفنی ترتیب اثر داده نخواهد شد.

■ ذکر «نام و نام خانوادگی»، «شماره تلفن همراه» و «شماره تلفن ثابت» هنگام ارسال رمز الزامی است.

رمز جدول شماره ۳۵: اندود رنگدانه‌ای

اسامی برندگان:

- صفیه حسین پورمقدم، تهران
- مهری رهبر، تهران
- زهرا شیرزاده، تهران
- حسین فتاحی، تهران
- فرشته جعفری‌فر، کرج



طراح: بیژن گورانی

مسابقه جدول کلمات متقاطع (شماره ۳۶)

افقی:

- ۱- از عوامل موثر در توزیع و فروش کالا - هر چیز بسیار تلخ - سدی در خوزستان
- ۲- خواهش‌های نفسانی - الهه ماه و جنگل در اساطیر رومی - فراوانی ۳- ابزار بسیار دقیق اندازه‌گیری برای سنجش ضخامت کاغذ - با سر به زمین خوردن ۴- ستون بدن - گرمی - لباس کشباف ۵- دستیار - پیامبران - پله آلمانی ۶- صدمه - زنگ اعلام خطر - خوششوند ۷- نوعی دستگاه مخابراتی - فرزندان که از یک پدر و مادر نیستند
- ۸- شهر آستان حضرت عبدالعظیم(ع) - ترشح کردن - ژرفاندیشی ۹- فرمان تیراندازی - اقامت‌گزیده - سرور شهیدان اهل قلم ۱۰- براندازی حکومت از طریق نظامی - تابه نان پزی - پیوسته، پیایی ۱۱- مدفن زنده‌یاد قیصر امین‌پور - محل آموزش اسبسواری - عقیده ۱۲- تکرار حرف دوازدهم - شیوه و روش - رهسپار - ویتامین خونی ۱۳- یاد - تاج - آرزوها ۱۴- خالق هستی‌بخش - چراغ توری ۱۵- از ملزومات اداری - از عمده‌ترین عملیات و مراحل آماده‌سازی پیش از چاپ - دارای نوک بسیار باریک.

عمودی:

- ۱- مناسب‌ترین روش برای چاپ کارهای تبلیغاتی - خش تصویر ویدئویی - سنگ مرمر
- ۲- از پرسنل کادر درمانی - فرآیندی از چاپ ۳- شتر بارکش - سگ انگلیسی - تند و تیزی - شیوه و روش ۴- معشوق - مخفیانه - سخن تحقیرآمیز ۵- واحد اندازه‌گیری توان الکتریکی - ایدال - ساز پوستی ۶- مترسک - کرانه‌های آسمان - عدالت‌پیشه ۷- عنوان‌بندی فیلم - یار رامین - از واجبات نماز ۸- اهل ارمنستان - کیوتر دشتی - فرار کردن ۹- سنگ‌ریزه - نام تجاری - روان ۱۰- صداقت - مادر آذربایجانی - نشان‌کرده ۱۱- کاغذی محکم که به عنوان لایه دوم استفاده می‌شود - مخصوص - ساز مثنوی ۱۲- کیسه پارچه‌ای برای حمل بار - عتیقه و باستانی - امر به یافتن ۱۳- باغ حضرت فاطمه(س) - کوتاه‌تر از مسیر اصلی - مرگ ۱۴- نفاق - نوعی صحافی که در آن طرح‌ها در ورقه‌های نازکی از طلا یا مس کنده شده و با رنگ لعابی مخصوص پر می‌شود ۱۵- زربفت - کشف رازی - جدا کردن مواد سمی و زائد از خون.



دنیای اشنانتیون

طراحی و ساخت انواع هدایای تبلیغاتی

وعده ما،

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران سالن مبنا ۳۱۰

غرفه دنیای اشنانتیون



۷۷۸۷۴۰۱۱-۱۲

www.elobel.com

www.echantillon.ir

https://telegram.me/echantillon



Konica 512i - 30pl

Konica 1024 - 42pl

هد های ۳۰ پیکولیتری Konica 512i ژاپن

بدنه صنعتی بسیار مستحکم مناسب برای تیراژ

مجهز به سیستم خشک کن اینفرارد (مادون قرمز) قابل تنظیم

رول بازکن اتوماتیک مجهز به سنسور مادون قرمز

دارای سیستم پرچ جداگانه برای هر رنگ

موتور های پر قدرت پاناسونیک ژاپن

به همراه یک عدد مانیتور ۱۹ اینچ

رول جمع کن اتوماتیک

ریل و بلبرینگ ژاپنی

هد های ۴۲ پیکولیتری Konica 512 ژاپن

رول بازکن اتوماتیک مجهز به سنسور مادون قرمز

دارای سیستم پرچ جداگانه برای هر رنگ

موتور های پر قدرت پاناسونیک ژاپن

یک ردیف فن جهت خشک کردن بتر

رول جمع کن اتوماتیک

ریل و بلبرینگ تایوانی



Konica 512 - 42pl

کیفیت را با ما تجربه کنید

بدون
نازل گرفتگی

۲۴ ماه
ماندگاری

شفافیت
بسیار بالا



EPSON



SII

SPECTRA

XAAR

۱۶ سال تجربه

گروه آفتاب پارسه

تهران، خیابان فاطمی، خیابان پروین اعتصامی، خیابان شهید فکوری بین اعتصامی و معیری

پلاک ۹۲، واحد ۱ تلفکس: ۰۲۱ - ۸۸۹۷۵۸۸۱ - ۲



MAHAN

MAHAN Engineering Co.

شرکت مهندسی مهان

خیابان مطهری، خیابان میرعماد، کوچه یکم، پلاک ۶

واحد ۲

تلفکس: ۰۲۱ - ۸۸۷۳۳۸۷۶ - ۸۸۵۱۲۴۶۷



گروه آفتاب پارسه

تهران، خیابان فاطمی، خیابان پروین اعتصامی

خیابان شهید فکوری بین اعتصامی و معیری

پلاک ۹۲، واحد ۱

تلفکس: ۰۲۱ - ۸۸۹۷۵۸۸۱ - ۲

فرا ترا از آنیلوکس

برنده جایزه طلایی

برترین تولیدکننده EFIA ۲۰۱۴، ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶

- ساخت و حکاکی مجدد نوردهای آنیلوکس
- ساخت و تولید انواع اسلیوها و سیلندرهای گراور
- نوردهای آنیلوکس ورنی زنی در چاپ افست
- ملزومات جانبی و ابزار پاک کننده نوردهای آنیلوکس

تولید مبتنی بر تحقیق و توسعه

سندون با تکنولوژی نوین لیزر، قابلیت های عملکردی محصولات خود را توسعه می دهد. مزیت بارز محصولات سندون، ثبات در کیفیت و بهینگی عملکرد آنهاست که براساس طراحی پیشرفته حفره های آنیلوکس ها مهندسی می شوند.



ایران روتاتیو نماینده انحصاری کمپانی سندون انگلستان

تهران، خ سهروردی شمالی، خ دکترقندی، خ سیبویه شمالی، پلاک ۲، ساختمان هایدلبرگ

کدپستی ۱۵۵۴۹۱۵۲۱، تلفن بخش فروش: ۰۲۱ ۸۷۷۸۸۸۸۸ www.iranrotative.com



صنایع بسته بندی مبارکه

دارنده گواهینامه ISO 9001 از انگلستان

ساخت انواع جعبه و کارتن های صادراتی
لمینیتی، مقوایی، E فلوٹ، سه لایه، پنج لایه



آدرس: کیلومتر ۱۳ جاده مخصوص کرج، خیابان امید (کاشی ایرانا)، کوچه دوم غربی، پلاک ۳

تلفن: ۴۴۹۰۵۰۵۰ فکس: ۴۴۹۰۱۲۹۱ همراه: ۰۹۱۲۳۸۹۶۰۶۲

www.mobarake.com

email: info@mobarake.com



تنوع سطوح چاپی:
CPP, BOPP, PET, OPA
LD PE, HD PE/PP
کاغذ و فیلم لمینیت



راهکار منحصربه فرد برای چالش شرینک اسلیوها مزایای استثنایی سرمایه گذاری اقتصادی با کیفیت درجه یک

- ایده آل برای تیراژهای کم و متوسط
- حداکثر انعطاف در ارتقای ماشین به تناسب اقتصاد تولید
- کنترل بینقص کشش سطح چاپی
- رجیستر عالی یا سیستم ARun
- حداکثر بالانس ماشین به واسطه بدنه ای با فولاد یک تکه
- سیستم ایده آل خشک کن مرکب برای سرعت های بالا



- OPTIMA**
سیستم کارتریج مرکب سوما، برنده جایزه نوآوری
برای صرفه جویی در مرکب های گرانبهاتر اسپات و متالیک
- ۸ تا ۱۰ رنگ
 - ۳۰۰ متر در دقیقه
 - عرض ۶۲۰ الی ۸۲۰ میلیمتر
 - مجهز به تکنولوژی اسلیو
 - قابلیت تجهیز به واحد مبدل رول (برش تا ۵ رول)

تهران، خ سهروردی شمالی، خ دکترقندی، خ سیبویه شمالی، پلاک ۲، ساختمان هایدلبرگ
کدپستی ۱۵۵۴۹۱۵۷۱، تلفن بخش فروش: ۰۲۱-۸۷۷۸۸۸۸۸
www.iranrotative.com

ایران روتاتیه
نماینده انحصاری
کمیپانی سوما



رویکرد شرکت ایران روتاتیو همواره در مشاوره و فروش، ارتقای آگاهی و انتخاب هوشمندانه مشتریان است. ما چنین رویدادهایی را با هدف آموزش مشتریان و آشنایی آنها با تکنولوژی پیش از انتخاب تجهیزات و خرید آگاهانه آنها برگزار می‌کنیم



ابزار موجود برای اندازه‌گیری رنگ

- اسپکتروفتومترهای مجهز به دنسیتومتر با قابلیت اسکن سطوح، برای تعیین شاخصه‌های دنسیتومتر و سنجش رنگ.
- تجهیزات آنالیز ویدئویی نقاط ترام روی پلیت‌های چاپی با قابلیت ارزیابی هندسی و کنترل بصری.



اسپکتروپلیت: فن‌آوری مدرن اندازه‌گیری در یک دستگاه دقیق و جمع و جور با قابلیت اندازه‌گیری و کنترل انتقال صحیح ترام‌ها بر روی پلیت‌های چاپ افست، دنسیتومتر: ادغام سه ابزار دنسیتومتر انعکاسی سطوح چاپی CMYK، دنسیتومتر قلم و لوب ذره‌بینی با وضوح بالا و نور کافی، امکان مشاهده دنسیتو Gray Balance و همچنین موقعیت ترام‌ها، اسپکتروفتومتر: دستگاه اندازه‌گیری مدرن و چندمنظوره برای کلیه فرایندهای کاری از پیش از چاپ تا چاپ، کیفیت بالای اسپکتروفتومتری و سهولت کاربری دنسیتومتری به‌طور همزمان، اسپکتروچیت: دستگاه اسپکتروفتومتر ریلی با قابلیت اندازه‌گیری دنسیتو و رنگ‌های Spot و Process، اسپکترو دراپو: افزایش بهره‌وری و تضمین دقت و کیفیت محصول چاپی، متشکل از سیستم اسکن و اندازه‌گیری نوار رنگ و انتقال همزمان آن به کامپیوتر، به صورت وایرلس، مشتریان در طی این دو رویداد با بهره‌مندی از تخفیف کارگاه، اقدام به خرید چندین دستگاه پیشرفته تکنون نمودند.

ایران روتاتیو نماینده انحصاری کمپانی تکنون آلمان، در راستای ارتقای سطح دانش فنی صنعتگران چاپ ایران، برگزاری دوره‌های تخصصی مدیریت رنگ و کنترل کیفیت را در برنامه رویدادهای مرکز آموزشی و نمایشگاهی PTEC قرار داده است.

علاقتمندان می‌توانند با ثبت نام مقدماتی، از برگزاری دوره‌ها اطلاع یافته و از مزایای ویژه حضور در این دوره‌ها برخوردار شوند.

ایران روتاتیو باری دیگر در خدمت ارتقای دانش چاپ

امروزه اطمینان از کیفیت در صنعت چاپ با بکارگیری تکنولوژی سنجش یک عمل جا افتاده در جهان است. دستیابی به استاندارد کیفی در تولید و تکرارپذیری کارها رکن اصلی در حفظ وفاداری مشتریان و توسعه کسب کار است. مصرف‌کننده نهایی همواره ظاهر محصول را به عنوان مبنای اصالت مورد قضاوت قرار می‌دهد. ثبات در رنگ و کیفیت چاپ مسیر موفقیت شما در بازار رقابتی امروز می‌باشد و موفقیت قابل اندازه‌گیری است.

بقا در بازار رقابتی چاپ و بسته‌بندی ایران با وجود گرایش‌های متغیر مشتریان و خروج کارهای چاپی به کشورهای همسایه، چالش دهه اخیر صنعتگران این عرصه بوده و هست. اصل تکرارپذیری و جلب رضایت مشتری با ارائه کیفیت مطلوب، لازمه موفقیت چاپکاران در این محیط است. امروز تمامی چاپخانه‌داران ملزم به نزدیک شدن به استانداردها برای وفادار ماندن مشتریان و توسعه بازار خود حتی فراتر از مرزها شده‌اند. ابزار دقیق اندازه‌گیری رنگ علاوه بر حفظ کالاهای سرمایه‌ای تجهیزات چاپ، اطمینان در تولید را برای شما به ارمغان می‌آورند. کارگاه‌های تخصصی و آموزشی مدیریت و اندازه‌گیری رنگ در طی دو روز با استقبال بیش از ۱۰۰ مرکز فعال در حوزه چاپ افست و فلکسوگرافی در مرکز آموزشی و نمایشگاهی شرکت ایران روتاتیو با حضور متخصص فنی کمپانی تکنون آلمان، ژولیان گاسپاردینوف و متخصصان فنی و مهندسی مشاور ایران روتاتیو برگزار شد. در طی این دو روز مبنای پایه‌ای نظری مدیریت رنگ و مبنای اندازه‌گیری رنگ و کنترل کیفیت رنگ در چاپ به صورت عملی با استفاده از تجهیزات اندازه‌گیری و کنترل رنگ به مخاطبان آموزش داده شد.

تکنون آلمان، سازنده پیشروی جهانی دستگاه‌ها و تجهیزات اندازه‌گیری رنگ با سابقه بیش از ۳۰ سال نوآوری در صنعت رسانه چاپ است. تکنون با توسعه راهکارهای خود امروز تامین‌کننده اصلی انواع دنسیتومتر، سیستم‌های اندازه‌گیری رنگ و راهکارهای نرم‌افزاری کاربردی در فرایندهای پیش از چاپ و چاپ و چاپ است.

مفهوم استانداردسازی در صنعت چاپ

در حدود ۳۰ سال پیش FOGRA (مؤسسه آلمانی تحقیقات در صنعت چاپ) و BVDI (مؤسسه چاپخانه‌داران آلمان) مفهوم استانداردسازی برای صنعت چاپ افست را ایجاد کردند. استانداردسازی در چاپ افست تمامی فرایندهای نشررومیزی (DTP)، ظهور پلیت، نمونه‌گیری و تولید چاپ را در برمی‌گیرد. کلیه دیارتمان‌های مربوطه می‌بایست در هماهنگی کامل با یکدیگر باشند. به این ترتیب پلیت‌ها، نمونه‌های اولیه و نمونه‌های چاپی باید از قابلیت ارزیابی برای تولید چاپ برخوردار باشند. هر نمونه پیش از چاپ با نمونه چاپی باید دارای یک نوار کنترل برای اندازه‌گیری و ایجاد ثبات رنگ در طی تولید چاپ باشند. فرایند استانداردسازی موجب می‌شود تا عملیات نشررومیزی، تکرار چاپ، ظهور پلیت، نمونه‌گیری و تولید چاپ در هماهنگی کامل انجام شوند. مهم‌ترین وسیله برای ایجاد این هماهنگی متحتی مشخصات رنگ چاپ است.

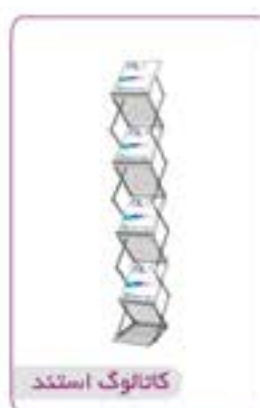




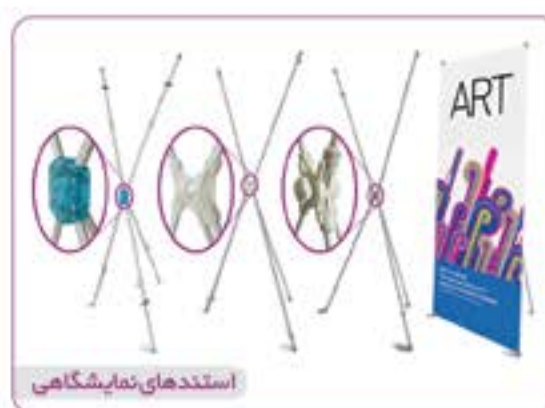
استند رول آپ



کاتالوگ استند



کاتالوگ استند



استندهای نمایشگاهی





استند بیلپورد با قابلیت تغییر سایز از ۳۰۰×۳۰۰ تا ۳۰۰×۳۰۰۰



استند پرچمی با قابلیت تنظیم ارتفاع تا ۴ متر

لایت باکس



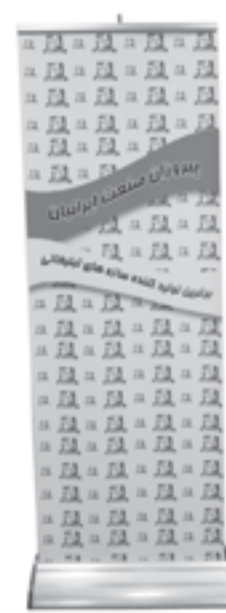
میز کانتر سه پلینگ



استند محصول



استند 4D



رول آب پایه پهن و پایه ساده تا عرض ۷ متر

انتهای خیابان مظهری - خیابان نظام - تقاطع خیابان شیخ صفی - سرای محله خواجه نظام
واقع در پارک سپیدار - طبقه همکف - واحد ۱

@standdisplay

@piroozanbot

۰۲۱-۷۷۵۸۹۰۵۰

تلفن:

stand-display

www.piroozan.ir

۰۲۱-۷۷۵۸۹۰۵۴

انواع لیبل های پشت چسبدار



نمایندگی انحصاری فروش:

استان های گلستان، مازندران، خراسان رضوی،
خراسان شمالی، خراسان جنوبی و سمنان

IRAN DAR
PSA LABEL INDUSTRY
ایران دار

سید علی نصیری

0912 068 2218

0173 225 1613

0912 522 7891

0911 175 2800



چاپ هوشمند

HOOSHMAND
PRINTING SERVICE

متالایز

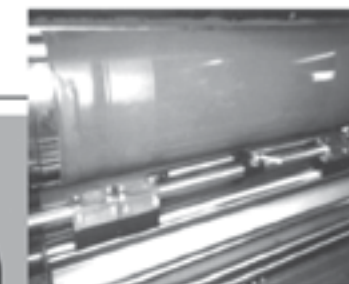
سلفون

حرارتی و چسبی

۴۶۸۸۰۴۱۹
۴۶۸۸۰۴۲۰
۴۶۸۶۲۶۰۰

کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج، جنب نفت پارس، زیر گذر سرخه حصار
خیابان کیمیا پژوهان، جنب پمپ گاز، پلاک ۶

چاپ
هوشمند



هر قسمتی که شما بخواهید یووی سیلندری می‌زنیم



سایز دستگاه
۸۰ x ۱۱۰

گرمای کاغذ
۷۰ الی ۶۰۰ گرم

مجهزترین دستگاه تمام اتوماتیک

که به طور سیلندری و موضعی با سرعت ۶۶۰۰ برگ در ساعت U.V می‌زند.

دستگاه ساکورائی دو ورقی سیلک اسکرین

New دستگاه سلفون کشی حرارتی - چسبی ۱۰۰ x ۱۲۰ مجهز به پودرگیر

و سیلندر طرح دار - متالایز - صدفی

دستگاه سلفون حرارتی دو ورقی

دستگاه دو ورقی ESC سیلک اسکرین

مجهز به دستگاه جعبه چسبانی

لتبرپرس

U.V

یووی

شنی - برجسته - اکلیلی

آدرس جدید: کیلومتر ۲۰ جاده مخصوص کرج - جنب نفت پارس - زیر گذر سرخه حصار
خیابان کیمیا پژوهان - جنب پمپ گاز - پ ۶ فکس: ۴۶۸۶۱۵۵۰ تلفن: ۴۶۸۶۲۶۰۰ ۴۶۸۸۰۴۱۹-۲۰

با ۲۵ سال سابقه درخشان



فجر

موسسه قالبسازی
با مدیریت عبدالهی و کریمی

مجهز به سیستم برش لیزر و خم کن تمام اتوماتیک

سازنده انواع قالب های

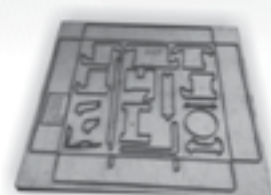
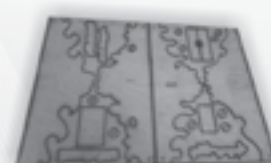
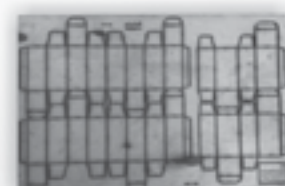
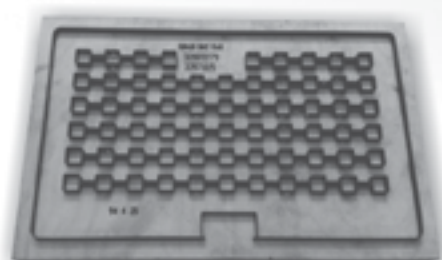
جعبه

اتیکت

کارتن

قالب تیغ (۸ میلیمتر، ۱۲ میلیمتر)

و ...



ایمیل: Fajr1389@yahoo.com

دفتر: ۳۳۹۲۲۷۹

تلفکس: ۳۳۹۷۱۰۱۵

دفتر: میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام

مجتمع تجاری ظهیر الاسلام، طبقه دوم، واحد ۲۳۵



به رویاهای یک کودک
رنگ تازه ای ببخشیم...



نشانی: دفتر مرکزی: تهران، میدان بهارستان، خیابان ظهیر الاسلام، مجتمع تجاری ظهیر الاسلام، واحد ۲۳۵
تلفن: ۰۲۱-۵۶۳۹۱۰۱۵
www.sharifngo.com

شماره حساب: ۵۶۳۹۱۰۱۵
کارت: ۵۶۳۹۱۰۱۵
سرویس: آپ: ۵۶۳۹۱۰۱۵

برای اشتراک نشریه
چاپ و نشر
تماس حاصل کنید



۷۷۲۴۰۶۹۰
۰۹۱۲۲۳۳۲۳۳۱

نوین چسب

تولیدکننده انواع
چسب های صنعتی پایه آب

- چسب صحافی سوپر
- چسب صحافی معمولی
- چسب زنده سوپر (لبچسب): جهت کارهایی که لبه آنها سلفون کشی و یا یووی خورده است
- چسب سلفون
- چسب پلاستیک
- چسب آبچسب

کیفیت بالا، قیمت مناسب

تلفن: ۰۹۱۲۱۰۰۵۳۶۷ - ۵۶۳۹۱۰۱۵
رباطکریم، شهرک صنعتی نصیرآباد



فروش دستگاههای چاپ و برش شامل:

۱- دستگاه چاپ HEIDELBERG 72

۲- دستگاه پلار (برش) 115 EMC

۳- دستگاه لیزر برش HEIDELBERG 56 X 77 cm

۴- دستگاه لیوان ساز HIGH SPEED ساخت شرکت Zhejiang- Ruida

جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفنهای ذیل تماس بگیرید:

مقدم: ۰۹۱۲۲۵۲۳۲۴۹ احمدی: ۰۹۱۲۷۵۸۷۵۵۹



چاپ و صحافی محمد

ما مفتخریم که با کلیه ناشران محترم

جهت انجام کلیه امور چاپ کتاب از ابتدا تا صحافی

همکاری نماییم

امکانات چاپ

لیتوگرافی (پلیت فیلم و زینک و کالک)

دستگاه کومری پشت و روزن ZP

دستگاه GTO تکرنگ هایدلبرگ

صحافی محمد با بیست سال سابقه کار (بادوشیفت کاری)

با امکانات ذیل، افتخار همکاری با کلیه ناشران و دفاتر تبلیغاتی را دارد.

تاکن سه ورق و دو ورق MBO اشتال

چسب گرم پنج خانه مولر مار تینی با قابلیت آماده سازی ۱۵۰۰۰ جلد کتاب در روز

خط کامل مفتول و...

ترتیب کن اتومات ۱۲ خانه شرینگ

نشانی: میدان رسالت، خیابان نیروی دریایی، کوچه حقیقی، زیرزمین مسجد معراج، صحافی محمد

تلفن (خط ویژه): ۷۷۴۵۲۲۲۴ همراه: ۹۰۸۹۸۹۸ - ۰۹۳۲ - ۰۹۱۲۱۵۷۳۱۸۵

جرثقیل احمد



متخصص در حمل و جابجایی دستگاه‌های چاپ، صحافی، لیتوگرافی و لارج فرمت

۷۷۶۲۵۶۶۶

۰۹۱۲-۴۲۱ ۵۰ ۵۳



آشنا برچسب

تولید و چاپ انواع لیبل پشت چسبدار (تا هفت رنگ)

به صورت رول و شیت با پوشال برداری

تولید انواع لیبل پشت چسبدار کاغذی، حرارتی،

متالایز، شبرنگ و پی‌وی‌سی

تولید انواع فرم‌های A۴ در سایزهای مختلف

تولید انواع لیبل‌های تخصصی با پرفراز، پانچ و

تیغ از پشت

اجرای نیم تیغ بر روی انواع محصولات پشت چسبدار

و چاپ شده

تامین انواع ریبون برای چاپگرهای رول

۵۵۲۷۷۱۲۱-۴

۵۵۲۵۷۲۹۲

فاکس ۵۵۲۵۷۲۹۱

۵۵۲۶۲۲۸۰-۸۱

www.Ashenalabel.com

Email: info@ashenalabel.com

مدیریت: محمود هوشمند
قیمت ها بر اساس تومان و یورو محاسبه می شود
هزینه عکاسی شابلون ۲۵۰۰۰ تومان



نیفت هیت افاف نیفت
حداقل تیراژ ۱۰۰۰ برگ می باشد.
حداقل سایز جهت یووی ۲۲x۳۳ و حداکثر ۵۰x۷۰
حداقل سایز جهت سلفون ۲۲x۳۳ و حداکثر ۱۰۰x۷۰

ابعاد	size	شابلون UV یا فیلم	پراک UV	موضوعی UV	تیتل UV	UV effect	UV گلیتر UV	UV پرچسب EMOSS	سلفون حرارتی	سلفون حرارتی	UV سلفون پراک	UV سلفون مات
25X35	50	75	95	110	105	47	48	40	-	-	-	-
30X45	55	85	105	130	130	73	74	44	-	-	-	-
35X50	60	95	115	150	140	95	96	50	-	-	-	-
33X70	65	105	125	160	155	125	127	55	-	-	-	-
45X60	70	125	145	170	165	146	148	60	-	-	-	-
50X70	75	140	160	180	180	189	193	70	-	-	-	-
60X90	-	-	-	-	-	292	297	-	-	-	-	-
70X100	-	-	-	-	-	378	385	-	-	-	-	-

خیابان فردوسی بالاتر از منوچهری کوچه زمانی پلاک ۱۵
تلفن: ۶۶۳۴۰۳۵۹ - ۶۶۳۴۰۳۱۶ تلفکس: ۶۶۳۴۰۱۴۹
Email: honarparsi1336@gmail.com



انجام کلیه خدمات صحافی شامل: چسب گرم، مفتول ساده و لوپ، تا، سیمی تقویم دیواری و رومیزی با بهترین کیفیت و بالاترین سرعت

مجهزتر از همیشه

- ◀ یک دستگاه چسب گرم ۵ خانه مولر مارتینی
- ◀ چند دستگاه سیمی اتوماتیک و پانچ اتوماتیک
- ◀ خط کامل مفتول (منگنه) خروجی روزانه ۵۰,۰۰۰ جلد
- ◀ یک دستگاه ترتیب‌کن ۱۸ خانه اتوماتیک
- ◀ ۳ دستگاه برش پلار EMC برنامه‌دار
- ◀ ۳ دستگاه مفتول زن ریلی اتوماتیک ساده و لوپ
- ◀ ۴ دستگاه ورق‌تاکنی ۶ شانه اشتال ۲ و ۳ ورقی
- ◀ گوشه‌گردکن کتاب، جلدسازی و طلاکوب
- ◀ بسته‌بندی و شرینگ‌پک
- ◀ جدیدترین دستگاه سلفون‌کشی حرارتی تا حداکثر سایز ۷۰ x ۱۰۰

تلفن ۹۱۶ ۵۷۰ ۳۳ | داورزن ۷۲۸۰ ۳۰۸ ۹۱۲ | صمدزاده ۹۵۵۶ ۳۱۱ ۹۱۲
 ۴۸۴-۵ ۵۷۰ ۳۳ | فکس ۵۷۲۵۸۸ ۳۳

ما به کمتر از عالی رضایت نمی‌دهیم!



شرکت رنگین پلاست ایران

پخش عمده انواع حلالهای چاپ
 (ایزو پروپیل الکل، اتیل استات، اتیل گلیکول)

از شرکتهای معتبر دنیا

یونی کم
 ساسول
 پتروکم



خیابان خالد اسلامبولی (وزرا سابق) کوچه چهار

کوچه نادر پلاک ۱۰ واحد ۱۶

تلفن: ۸۸۷۱۰۲۱۳ ۸۸۷۱۰۲۱۴ ۸۸۷۱۲۰۶۴ ۸۸۷۱۲۰۳۶ ۸۸۷۱۵۸۳۸

فکس: ۸۸۷۱۰۷۵۰ موبایل: ۰۹۱۲۱۹۰۵۹۰۶ ۰۹۱۲۱۸۶۵۶۳۰

پارس پلیکان

■ چسب سلفون:

برای دستگاه چینی - هندی - ایرانی

■ چسب لب چسب:

برای کارهای یووی خورده، سلفون کشیده شده

■ چسب صحافی:

اعم از زودخشک یا دیرخشک با فیلم نرم

■ یووی آماده وارداتی:

مخصوص سیلک و سیلندر

آموزش راه اندازی تولید چسب سلفون
 در کارگاههای سلفون کشی

تلفن: ۷۷۵۲۳۶۹۶ - ۷۷۵۳۲۵۰۱

تلفکس: ۷۷۵۱۰۳۹۰

همراه: ۰۹۱۲۳۳۰۵۷۵۳



تیغ زنی، نیم تیغ، پرفراژ، خط تا و برجسته
 شماره زنی در تیراژهای بسیار بالا، فارسی و لاتین
 با لتر پرس ۲/۵ ورقی، صحافی اوراق اداری
 افست یک ورقی دو رنگ

طراحی، لیتوگرافی، چاپ

خیابان حافظ، خیابان رودسر، نبش خیابان به آفرین، پلاک ۱

تلفن: ۸۸۹۳۷۵۶۱ تلفکس: ۸۸۹۴۴۷۰۵ همراه: ۰۹۱۲۱۹۳۹۱۵۰



واردکننده مستقیم انواع چرم مصنوعی (ترمو)
در طرح ها و رنگ های مختلف



آدرس: خیابان سعدی شمالی، کوچه زوارثیان، پاساژ گوه‌رین، طبقه همکف، پلاک ۵۴
تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۳۰۳۹۳ فکس: ۰۲۱-۳۳۹۴۱۲۰۵ همراه: ۰۹۱۲-۲۴۳۴۶۷۷

P
A
D
G
L
U
E



از ۲۵ سال پیش تا به امروز
پیشرو در صنف چاپ و بسته بندی

با اطمینان مصرف کنید
چسبهای سلفون:

سلفون سوپر و انواع چسبهای سلفون برای کلیه دستگاهها

کارتن های ئی فلوت و سی فلوت و لمینت سلفون شده سنگین

لبچسب | جعبه های مقوایی، سلفونی و یووی

فشار حساس (زنده): متالایز، لیبل، چسب پنجره زن (دستمال کاغذی، پاکت های پنجره دار) و ساک دستی

چسب های وکیوم و هولوگرام

چسب پلی اتیلن مخصوص چسباندن کاغذ، متالایز، سلفون (مستقیم روی کلیه سطوح)

انواع چسب صحافی - چسب چوب

دفتر مرکزی: ستارخان، خیابان سازمان آب، چهارراه حاجی پور امیر، پلاک ۲۰، واحد ۴ تلفن: ۸۸۲۴۱۹۵۶ - ۸۸۲۷۴۵۲۶ - ۰۲۱
فکس: ۸۸۲۷۴۵۲۶ مدیریت فروش: ۰۹۱۲۸۲۶۹۱۳۵ - ۰۹۱۲۸۰۵۴۶۸۴ Email: padglueco@yahoo.com www.padglue.com
کارخانه: شهرک صنعتی پرندک، خیابان صنعت، روبروی اکسیژن افروز تلفن: ۴۵۲۸۴۲۹۹ - ۴۵۲۸۴۲۸۸ - ۰۸۶

چسب پاد در سراسر کشور نماینده فعال می پذیرد



جعبه چسبانی میعاد

- تیغ و چسب انواع جعبه های داروئی / آرایشی بهداشتی
- مجهز به دودستگاه لتر پرس ۷۷
- دودستگاه ماشین جعبه چسبانی دیانا

تهیه و توزیع چسب های جعبه چسبانی
(پلاستیک، معمولی و m)

با هجده سال سابقه درخشان
سرعت و کیفیت را با ما تجربه کنید

با مدیریت محمد رضایی

۰۹۳۹۲۳۶۹۰۵۳ ۰۹۱۲۲۲۶۹۰۵۳

خیابان فداییان اسلام، بعد از پل آزادگان، جنب پمپ بنزین، کوچه سوم، پلاک ۱۸

صحافی فنر دویل
حسن پور

با بیش از ۱۵ سال تجربه

مجهز به دستگاه های برقی فنر دویل

انجام کلیه امور مربوط به صحافی فنر دویل شامل:

- تقویم رومیزی، دیواری، فانتزی
- سررسید، سالنامه، دفتر تلفن
- دفتر یادداشت و دفاتر مختلف
- کاتالوگ، بروشور و...

• انجام لمینت طلق تا قطع A3

خ انقلاب، بین میدان فردوسی و ویلا، بن بست شاهرود، پلاک ۵ واحد ۸

۸۸۹۰۰۲۹۸ حسن پور

۰۹۳۵۶۰۱۶۴۶۵

ماشین آلات

واردکننده انواع دستگاه های چاپ و صحافی



دستگاه دایکات فکی در ابعاد مختلف



دستگاه دایکات طلاکوب در ابعاد مختلف



دستگاه پانچ اتوماتیک



دستگاه پانچ و فنر دویل و مارپیچ تمام اتوماتیک



دستگاه توجلد ریزی



دستگاه گردکن رومیزی



دستگاه گردکن صنعتی (پایه دار)



دستگاه گردکن دوطرفه هیدرولیک



دستگاه فنردویل نیمه اتوماتیک



دستگاه فنر مارپیچ (تک سیم)



آدرس: خیابان سعدی شمالی، کوچه زوارثیان، پاساژ گوهرین، طبقه همکف، پلاک ۵۴

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۳۰۳۹۳ فکس: ۰۲۱-۳۳۹۴۱۲۰۵ همراه: ۰۹۱۲-۲۴۳۴۶۷۷

لایت باکس

کریستال



ضخامت 1 میلی متر
پلکسی گلس با نور LED
قابل سفارش در سایزهای مختلف

عزفه سازی



XEOS

زنوس



ویژگی های جوهر زنوس

- پیگمنت های (مواد اولیه) آلمانی
- رنگ های درخشان و سرزنده
- ماندگاری طولانی در برابر نور آفتاب
- افزایش طول عمر هد
- پوشش کامل و یک دست بر روی انواع مدیا
- کاهش گرفتگی نازل ها جهت افزایش کیفیت چاپ
- پشت نور با کیفیت عالی جهت چاپ فلکسی
- بدون هد گرفتگی به دلیل سازگاری پیگمنت ها با هد
- خشک شدن سریع (مناسب فضا های کوچک)

ویژگی های جوهر اکو سالونت زنوس

- دارای تاییدیه اپسون ژاپن
- بی ضرر برای سلامت اپراتور
- مناسب برای هد های DX5, DX7, DX4
- بدون هد گرفتگی (کاهش هزینه چاپ)
- سالونت مخصوص جهت شستشوی هد



XAAR | RICOH MINOLTA | EPSON | SII | SPECTRA

دفتر مرکزی: تهران، خیابان کارگر جنوبی، خیابان لبافی نژاد شرقی
تقاطع منیری جاوید، شماره ۱۹۵، ساختمان سارینا
خطوط ویژه: ۶۶۴۱۱۱۷۴ - ۶۶۴۰۹۱۹۶

<https://www.XEOS.ir> | [Telegram.me/XEOS_ir](https://t.me/XEOS_ir)
[Aparat.com/XEOS.ir](https://www.Aparat.com/XEOS.ir) | [Instagram.com/XEOS.ir](https://www.instagram.com/XEOS.ir)

مقایسه کنید Compare

آیا می دانید تفاوت اصلی دستگاه های زنوس با دیگر دستگاه های ساخت چین، در طراحی و تکنولوژی ساخت آن است که در کشور کانادا انجام می شود؟ به همین دلیل، تفاوت چشمگیری در فناوری های بکار رفته در زنوس و همچنین کیفیت قطعات مورد استفاده در آن با دیگر دستگاه های چینی وجود دارد

XEOS 1



XEOS 2



XEOS 4





اریکه تجارت پایتخت
وارد کننده ملزومات چاپ سابلیمیشن

دستگاه چاپ سه بعدی پنوماتیک
آخرین تکنولوژی چاپ سه بعدی سابلیمیشن
Penomatic 3D sublimation machine



دستگاه چاپ سه بعدی استاندارد • دستگاه چاپ روی سطوح صاف • دستگاه چاپ حرارتی همه کاره



جوهر سابلیمیشن A.T.P. • لیوان و بشقاب سابلیمیشن • قاب موبایل سه بعدی سابلیمیشن

تلفن: ۰۲۱۲۲۸۵۴۲۵۰ - ۲۲۸۵۵۰۹۱
همراهی: ۰۹۱۲۱۳۵۴۲۳۶
E-mail: info@ariketejarat.com
www.ariketejarat.com

بازرگانی هفت نقش

وارد کننده نوار های طلا کوب و نقره کوب
در رنگها ، طرح ها وسایزهای مختلف و
مرکب فلکسو آبشور مخصوص کارتن



DIAMOND
FOILS

W.P.O.A

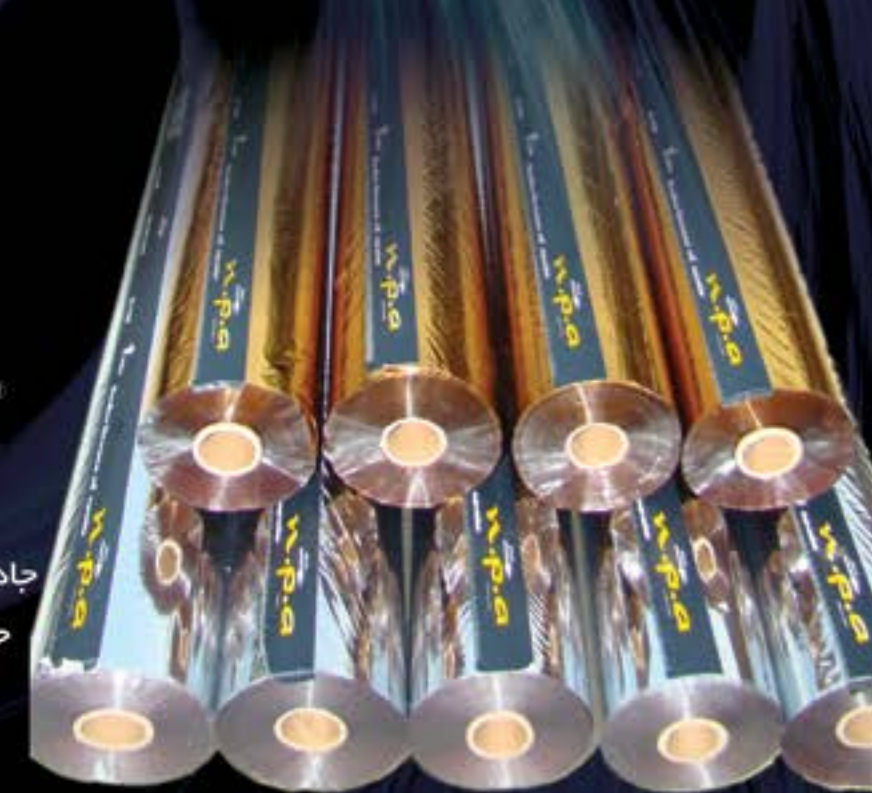


COMPACK
INKS

جاده مخصوص ، چهارراه ایرانشهر ، خیابان چیتگر جنوبی
جنب میدان دکتر حساب ، جنب خیابان گلها ، پلاک ۳۵

۴۴۱۹۷۰۰۳ - ۰۹۱۲ - ۱۸۷۰۷۱۵

۴۴۱۹۷۰۰۴ حامد نصرالله پور



چاپ و صحافی حسیب

۴۴۱۹۵۳۹۵ - ۴۴۱۸۰۱۰۵

پذیرش سفارشات چاپ و صحافی جلد سخت

در کوتاه ترین زمان

سورنا

رضایت مندی بیش از ۵۰۰۰ مشتری
از کیفیت محصولات سورنا اتفاق نیست
www.Sorenaprint.ir
Sorenaprint@Yahoo.com
Sornagraphic@Gmail.com
مرکز تخصصی تولید انواع کار و ویژه
مرکز تخصصی طراحی و چاپ

با کیفیت ترین
کارت ویزیت
لمینیت اصل
با کیفیت
چاپ کنید

کارت ویزیت
لمینیت مخملی
برجسته

کارت ویزیت
لمینیت مخملی
برجسته

شاید ویژه
قیمت
برای همکاران
بانتیرو
کار بالا

PVC
و
شیشه ای

برای دریافت نمونه کار PVC و شیشه ای با ما تماس بگیرید



هادی چاپ
Hadi Printing



چاپ بیش از ۶۰ عنوان کتاب نفیس ایرانشناسی
از سال ۱۳۸۰ تا کنون



- ماشین چاپ افست کوموری ۲ ورقی ۵ رنگ 2010
- ماشین چاپ هایدلبرگ ۲ ورقی ۴ رنگ پرینت مستر
- تک رنگ هایدلبرگ و پلیت ستر ۲ ورقی حرارتی اسکرین
- سایت لیتوگرافی مجهز به دستگاه پلیت ستر اسکرین دو ورقی
- آخرین تکنولوژی روز صنعت چاپ دنیا
- حداکثر سرعت ۱۶۰۰۰ در ساعت
- سیستم رنگ پشه، رجیستر و سیستم اتوماتیک
- مجهز به میکرو کنترل مرکزی
- شروع سریع از زمان بستن رنگ تا نمونه گیری
- رسیدن به نمونه دلخواه با کمترین زمان
- مجهز به سیستم کفی
- ارتباط مستقیم قابل لیتوگرافی به ماشین چاپ از طریق CIP4
- تحویل شگرف در کیفیت کارهای چاپی

No.1, Alizadeh, Nezamieh Alley, Baharestan Sq, Tehran-Iran
Tel: +98 21 33903139 & +9821 3311 2586 • Fax: +98 33980794

تهران، میدان بهارستان، کوچه نظامیه بن بست علیزاده، پلاک ۱
تلفن: ۳۳۹۰۳۱۳۹ و ۳۳۱۱۲۵۸۶ • فکس: ۳۳۹۸۰۷۹۴

www.hadiprint.com

تحويل ساعت

بدون افزایش قیمت
بدون کاهش کیفیت

اصفهان خیابان هفت بهشت غربی
چهارماده ملکه ابتدای ملکه شمالی
تلفن: ۳۲۶۴۰۴۰۸ (۰۲۱)
تلفن: ۳۲۶۴۰۸۸۱

[telegram.me/sorenaprint](https://t.me/sorenaprint)

چاپ کارت ویزیت برش خاص و دلخواه
خدمات طلاکوب و برجسته / نورفته
مجهز به دستگاه پانچ (دورگرد) اتوماتیک
ارسال رایگان نمونه کار به سراسر کشور

آفاق
سالنامه



برای دانلود کاتالوگ و لیست قیمت به سایت مراجعه کنید

WWW.AFAGH-CO.COM

تلفن: ۳۳۰۰۰۱۱۰ - ۳۳۰۰۰۱۵۱ - ۳۳۰۰۰۹۴ - ۳۳۰۰۰۳۴