

لیبل و بسته بندی

ایده شخصی سازی لیبل ها و کالاهای چاپ و بسته بندی فراتر از يك فرصت تجاري است، چرا که با فراگیر شدن روش خرید اینترنتی، حجم تقاضای لیبل های شخصی سازی شده که مناسب ارسال کالا به مشتریان اینترنتی باشد بسیار افزایش یافته و جای محصولات لیبل خورده قبلی را که در تیراژ بالا، برای خرده فروشان ارسال می شدند گرفته است.

در حال حاضر با این که محصولات نرم افزاری و سخت افزاری مختلفی برای تولید لیبل های شخصی سازی شده با کیفیت در بازار وجود دارد، به خدمت گیری این تجهیزات يك مساله و استفاده درست از آنها مساله دیگری است.

بنابراین سوال این است که منافع حاصل شده از چاپ این لیبل ها برای مشتری و چاپخانه دار چه می تواند باشد؟ که مواردی از آن به شرح زیر است:

ایجاد فاکتور امنیتی: یکی از کاربردهای اصلی، امکان تولید لیبل با يك کد امنیتی منحصر به فرد است که مانع جعل محصول شده و از نفوذ محصولات غیر اصلی و نامرغوب خارجی در بازار جلوگیری می کند

رسیدن به چنین هدفی با به کارگیری فناوری های جدیدی امکان پذیر شده است.

بازاریابی آزمایشی: بسته بندی را برای تطابق با سلیقه مشتریان يك بازار خاص، به صورت منطقه ای می توان طراحی کرد. بدین ترتیب هر چه اطلاع ما از نیاز و ذوق و سلیقه مشتریان منطقه ای کم یا زیاد باشد، به همان نسبت می توان اطلاعات مناسب تر و مفیدتری را روی بسته بندی کالا به مخاطب و یا مصرف کننده منتقل کرد. بدین ترتیب چاپ لیبل شرایط چاپ برجسب یا بسته بندی مرتبط با يك رویداد خاص را فراهم می کند و بسته به موقعیت های زمانی و مکانی مختلف، محصولات متناسب با آن را می توان تولید کرد.

کاهش انبارداری: امکان تولید با صرفه تعداد کمتری لیبل، ما را از تولید تعداد زیادی لیبل یا بسته بندی و انبارداری آن بی نیاز می کند. چرا که شرط لازم در روش های تولید سنتی برای رسیدن به سطح اقتصادی، تیراژ بالا است.

مصرف لیبل و بسته بندی: آگاهی از روند بازار و داشتن زیرساخت های عملیات لیبلینگ، زمینه لازم برای موفقیت شرکت های فعال در ارایه این خدمات را فراهم می کند و آینده از آن کسانی

است که خود را با شرایط جدید زودتر وفق داده و از فرصت موجود برای سرمایه‌گذاری روی موضوعاتی استفاده کنند که در آینده بهترین فرصت‌های تجاری را برای آنها فراهم می‌کند.

بازار لیبل

در حالی که بازار لیبل در سال‌های اخیر از ثبات نسبی برخوردار بوده، بخش‌های جدیدی به بازارهای سنتی اضافه شده و در حال توسعه است که از آن جمله به مواردی نظیر: فیلم شریک، بسته‌بندی انعطاف‌پذیر، لیبل‌های امنیتی، محصولات تبلیغاتی و تا حدی RFID می‌توان اشاره کرد.

لیبل‌های افسست در مقابل فلکسو

قول رایج در میان کارشناسان و متخصصان چاپ آن است که نصف سفارشات چاپ لیبل به روش افسست و نصف دیگر آن به روش فلکسو انجام می‌شود.

اما در سال‌های اخیر با مقبولیت بیشتر لیبل‌های پشت چسبدار، ارزش و اهمیت روش فلکسو نسبت به افسست بیشتر شده است.

نیاز بیشتر به سفارشات چاپی رنگی در ابتدا غلبه فناوری افسست را به روش فلکسو به دنبال داشت ولی خیلی زود فلکسو قدم‌های عقب مانده را جبران کرد و همچنان نسبت 50-50 برای دو فناوری افسست و فلکسو حفظ شده است.

البته طراحان لیبل به‌طور معمول در کارهای خود از 6 یا 7 رنگ استفاده می‌کنند که چاپ آن توسط ماشین‌های رول کم‌عرض فلکسو- که قابلیت نصب 8 تا 12 برج را به روی خود دارند- بسیار ساده است و این در حالی است که به روش افسست کار ساده‌ای محسوب نمی‌شود.

روندهای جهانی بسته‌بندی

نظیر دیگر بخش‌های صنعت چاپ، بسته‌بندی نیز در سال‌های اخیر تحت تاثیر رکود اقتصادی قرار گرفته است. ارزش محصولات چاپ بسته‌بندی در سال 2008 حدود 80 میلیارد دلار بوده است. با توجه به ادامه رکود در سال 2009 و رشد نسبی در سال 2010، انتظار می‌رود که در سال 2013 به حدود 87 میلیارد دلار برسد.

در حالی که تولید انواع بسته‌بندی نظیر بسته‌بندی انعطاف‌پذیر، بسته‌بندی مقوایی، برچسب و لیبل در حال افزایش است.

تولید انواع محصول چاپ بسته‌بندی در یک کشور صرف‌نظر از محدودیت‌های فنی و پروسه تولید، به عواملی نظیر: دوام محصول در بازار، قوانین دولتی، هزینه مصرف انرژی، جایگاه و نقش خرده‌فروشی، اقتصاد جهانی و وضعیت تولید صادراتی آن بستگی دارد.

دوام محصول بسته‌بندی در دوران رکود اقتصادی فعلی بیش از همه مورد بحث بوده و در حالی که خرده‌فروشی‌هایی نظیر الومارت، به آن توجه دارند، از کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد نیز غافل نیستند.

قوانین دولتی که در ارتباط با لزوم استفاده از مواد بادوام در بسته‌بندی‌ها تنظیم شده است، بیشترین تاثیر را بر روی صنعت بسته‌بندی در سال‌های پیش رو خواهد داشت.

از دیگر موضوعات موثر بر بسته‌بندی، الزامات قانونی در مورد سلامتی مواد غذایی است. دسترسی به اطلاعات مربوط به اجزای تشکیل‌دهنده مواد غذایی و خوراکی بسیار مهم بوده و لیبل یا بسته‌بندی اصلی‌ترین بسته برای انتقال این اطلاعات هستند.

برای صرفه‌جویی در مصرف انرژی نیز، باید سعی به تولید محصولات بسته‌بندی سبک‌تری شود که محیط زیست را کمتر آلوده کنند. به خاطر هزینه بالای انرژی مصرفی، در بعضی از مناطق سعی می‌شود که به جای کاغذ از مواد پلاستیکی استفاده شود.

SEPACO
TECHNOLOGIES