

آینده ی صنعت چاپ و بسته بندی

جهان همواره در حال حرکت و پیشروی کردن است و خوش بختانه این پیشرفت به تسهیل زندگی برای بشر رو دارد. با همه ی اینها، دریافت ما از آینده هم چنان در حاله ای از ابهام قرار دارد و چالش های آن برای ما ناشناخته و مبهم است.

نگارنده باور دارد که هرچه با دانش و آگاهی بیشتری به سمت آینده حرکت کنیم، بهتر می توانیم از فرصت ها بهره بگیریم و تهدید ها را مهار کنیم. به همین دلیل، در این مقاله بر آن شدیم تا نگاه و رهیافتی بر آینده ی صنعت چاپ داشته باشیم تا هدف های یاد شده را محقق و از فرصت ها بهره برداری کنیم.



طرح های سفارشی و مشتری محور

سفارشی سازی و مشتری محوری، از جمله دستاورد های مهم تکنولوژی است که سبب می شود تا مشتری و کاربر، دامنه ی نفوذ و کنترل بیشتری بر آن چه تا پیش از این توسط بنگاه و سازمان انجام می گرفت، داشته باشد. از سویی دیگر، با افزایش دامنه ی مشتری، تنوع سلیقه، گستردگی کالا و طرح و البته شدت یافتن رقابت، نوآوری و خلاقیت به عنوان عاملی استراتژیک و تعیین کننده در بسته بندی و طراحی کالا، شناخته می شود. عامل های یاد شده سبب می شوند که بر خلاف گذشته، سازمان نتواند طرح ها و الگو های تکراری و کلیشه را در کار های خود استفاده کند. اگر فضای شفاف و شیشه ای اینترنت را هم به آن افزوده کنیم، در می یابیم که «نوآوری» و «سفارشی سازی» دو ترندی هستند که در آینده اهمیت خواهند داشت.



محیط زیست با افزایش درک و شعور بشر نسبت به محیط پیرامون خود، نسل آینده و سلامتی فردی، محیط زیست بیش از پیش اهمیت خواهد یافت و به مسئله و دغدغه ی عموم تبدیل خواهد شد. پس از این سازمان ها به دو گونه توجه خود به محیط زیست را نشان خواهند داد

هدف سازمان نگه داری از محیط زیست است: در این بخش سازمان خود نهادی دغدغه مند است که نگه داری از محیط زیست به عنوان یک اصل برایش مطرح است.

هدف سازمان رضایت مشتری است: در این مورد سازمان از محیط زیست حمایت می کند تا رضایت مشتری را به دست آورد. به بیانی دیگر، بیشتر دغدغه ی مادی دارد تا دغدغه ی ارزشی.



سرویس های آنلاین و دیجیتال

سرویس های ارزش افزوده ی آنلاین و دیجیتال، نقش حیاتی و تعیین کننده ای در ثبت سفارش مشتری و سفارشی سازی طراحی ایفا خواهند کرد. پیش بینی می شود که ثبت طراحی، آزمون رنگ بندی و طراحی های مختلف برای کالا هایی هم چون کارت ویزیت، بروشور و کالا های مشابه، به صورت آنلاین و بدون هیچ تماس فیزیکی انجام شود. در این زمینه کاربر و مشتری این امکان را خواهد داشت تا از پرتال سازمان، به آزمون طراحی های مختلف و سفارشی سازی آن ها بپردازد.

این مورد هم از دیگر دستاورد های تکنولوژی است که هدف آن تسهیل زندگی برای جامعه و مناسب ساختن آن برای مردم است. بسته بندی های هوشمند که بیشتر در کالا های غذایی، لباس و صنعت های مشابه کاربرد خواهند داشت، سبب می شوند تا ماندگاری کالا بیشتر شود و مصرف بهینه و متناسب با شرایط و خواست مشتری داشته باشد



در پایان یادآوری نکته ای بدون لطف و فایده نیست. با وجود گسترش و پیشرفت هایی که در صنعت چاپ و بسته بندی ایران ایجاد شده است، این صنعت هم چنان دور افتاده و عمده ی پیشرفت خود را از سوی بخش خصوصی می بیند. این در حالی است که همه ساله جشنواره، مناسبت و رویداد های مختلف و متعددی در سراسر جهان برای صنعت چاپ و بسته بندی ایجاد می شود که البته نقش موثری در پیش بردن این صنعت دارد. امید است در ایران نیز توجه بیشتری به این صنعت شود و در آینده پیشرفت و افزایش تولید در این زمینه را مشاهده کنیم.

