

تقاضای ثابت برای تولید همراه با افزایش اعتماد مشتریان، فروش مطلوب ماشین آلات را موجب می شود. هر 3 سال یک بار erpack



امسال 10 سالن از 19 سالن نمایشگاه، به آخرین ماشین آلات فرآوری و بسته بندی با حضور شرکت هایی از 60 کشور جهان اختصاص خواهد داشت.
چه شما به دنبال سیستم ها و فن آوری های جدید در بازار باشید و چه نیاز به تکنولوژی ساده ای جهت راه اندازی عملیات تولید خود در بازار باشید، شرایط کاملا برای آنچه شما دقیقا می خواهید فراهم است.
خریداران ماشین آلات بسته بندی می توانند در interpack انتخاب قطعی خود را انجام دهند. سوالی که اینجا مطرح می شود این است که خریداران اغلب به چه دلیلی خرید می کنند؟ آیا سیستم های با کار آیی بالا، انعطاف پذیری مطلوب یا توسعه پایدار و حفاظت از محیط زیست، می تواند دلیل خرید های جدید باشد؟ (توسعه پایدار و حفاظت زیست محیطی، Sustainability، به معنی صرفه جویی و استفاده بهینه از انرژی و تولید با میزان مواد اولیه کمتر و کاهش ضایعات بسته بندی طی عملیات تولید است)
این موارد با موارد موثر در فروش ماشین آلات بسته بندی در سال های اخیر زیاد متفاوت نیست اما شدت و ضعف هر یک از عوامل متفاوت است. به ویژه توسعه پایدار و استفاده کم تر از منابع تجدید ناپذیر که توجه و نقش آن بسیار پررنگ تر شده است. پیشرفت های تکنولوژیک هم چنان به صورت تدریجی و با اصلاحات معمول تداوم می یابد تا این که شاهد جهش خارق العاده در فن آوری های این صنعت باشیم.

Bird's eye view

برای این مقاله، ما از چندین منبع تحقیق کردیم تا خلاصه ای از بازار ماشین آلات بسته بندی در سراسر جهان تهیه کنیم. تمامی منابع مشخص هستند و نکته مثبتی که در میان آن ها دیده می شود این است که اغلب آن ها این دیدگاه را تایید کرده اند.

هنوز برای قضاوت نهایی در مورد سال 2010 زود است. بنابراین اغلب داده هایی که اینجا گردآوری شده اند، مربوط به سال 2009 است که مسلما یک سال معمولی، به علت رکود شدید اقتصادی و بحران های مالی بین المللی نبود. ما فقط می توانیم اعداد سال 2010 را به صورت فرضی در نظر بگیریم و یا آن اعداد را مقایسه ای در نظر بگیریم، مخصوصا وقتی شما آن را به عنوان یک شاخص اقتصادی که بیشتر مثبت است تا منفی، در نظر می گیرید.
برای مثال در ژانویه 2011، Board Conference، یک گروه تجاری غیر انتفاعی که هر ماه شاخص های اعتماد مشتریان را منتشر می کند، گزارش کرد که اقتصاد دنیا به رشد میزان تولید ثابت و قابل اطمینان در سال 2010 بازگشته است چنانچه وجود همیشه اخطار یک چه اگر است شده بازیابی دوباره 9/2008 مالی بحران از بعد کشورها اغلب (ملی ناخالص تولید) GDP دارد و آن هم کاهش نرخ اشتغال است. یک ماه بعد، Board Conference اعلام کرد که اعتماد مشتریان آهریکایی از فوریه 2008 تا فوریه 2010 به بالاترین حد خود رسیده است. بر مبنای اطلاعات گرفته از این گروه، مجله لس آنجلس تایمز، گزارش کرد که میزان رشد از 8/64 درصد در ماه ژانویه به 4/70 درصد در فوریه رسیده است که البته هنوز پایین تر از نود درصد است که نشان دهنده اقتصاد سالم می باشد.

اما نرخ جدید، یک پیشرفت قابل توجه از 3/25 درصد که در فوریه 2009 به ثبت رسیده است، محسوب می شود. افزایش اعتماد مصرف کننده، به واسطه افزایش فروش خرد، در آمریکا، در ماه مارچ 2011 به وجود آمده است. Bloomberg گزارش کرده است که خریدهای خرد (به استثناء، اتومبیل، بنزین و مواد ساختمانی که اساس محاسبه میزان تولید ناخالص ملی هستند)، 6/0 درصد در ماه ژانویه 2011 افزایش نشان می دهد. بر مبنای داده های گرفته شده از سازمان تجارت ایالات متحده و سازمان تجارت bureau census این رشد در ماه فوریه 1 درصد اعلام شده است. این آمار تحت عنوان بهبود مطلوب ماهیانه مورد توجه قرار گرفت چرا که هشتمین افزایش متوالی ماهانه در نرخ خرده فروشی بوده است.

رشد میزان خرده فروشی ماهیانه بیشتر ناشی از خریدهای آن لاین (Click) بوده تا خرید از فروشگاه های فیزیکی (Brick). در ژانویه 2011، retailer internet گزارش کرد که فروش تعطیلات زمستانی خرده فروشان آن لاین یا اینترنتی، 15 درصد

از میزان فروش سال 2009 بیشتر بوده است. طبق نظر کارشناسان مستر کارت، استفاده از مزایای پرداخت آن لاین تحت شبکه از تمام انواع دیگر پرداخت فزونی یافته است.

طبق گفته سازمان تجارت ایالات متحده، تجارت الکترونیک 2/4 درصد از کل فروش نهایی خرده فروشی در سه ماه سوم سال 2010 را به خود اختصاص داده است. اما retailer internet محاسبه کرده که طی 4 سال اخیر 5/7 درصد خرده فروشی از طریق آنلین انجام گرفته است.

در سال 2011 بسیاری از خرده فروشی های الکترونیکی در پی گسترش استراتژی های فروش بین المللی بر می آیند (از آن جایی که محیط فعالیت شان نا محدود و بی مرز است) اما این که چگونه این فروش خرد اینترنتی تغییر خواهد کرد، نامشخص است.

اما گرفتن اطلاعات نرخ خرده فروشی در کشورهای خارج آمریکا که به دنبال بزرگ ترین خرده فروشی دنیا هستند، به ما کمک شایانی خواهد کرد. به گزارش یک روزنامه درباره نتایج سه ماه آخر سال 2010، Duke Mike مدیر عامل شرکت فروشگاه های بزرگ walmart می گوید: رشد شرکت بین المللی Walmart تداوم یافته و ما انتظار داریم که رشد این شرکت در بازارهای نوظهور شتاب بیشتری به خود بگیرد. فروش شبکه بین المللی در سال جاری به بیش از 109 میلیارد دلار رسیده است که افزایشی بیش از 12 درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته نشان می دهد. هر کشور در این افزایش فروش در سال مالی 2011 نسبت به سال قبل آن، سهمی داشته است. (سال مالی walmart از 1 فوریه هر سال تا 31 ژانویه هر سال است بنابراین این ارقام بخش اعظمی از سال 2010 را شامل می شود).

هر چه اهمیت مشتریان به بازار بیشتر شود، خرده فروشی هم بیشتر می شود. هیچ تعجبی ندارد که CPG ها نیز در حال افزایش شدید هستند. مطابق بانک اطلاعات محصولات جدید Mintel، تعداد محصولات غذایی و محصولات آرایشی و بهداشتی به نرم جهانی رسیده است. افزایش کم قیمت در ژانویه را می توانید در جدول 8 مشاهده کنید. این دو گروه برتر تقریباً 18000 محصول را به تنهایی در این ماه معرفی کرده اند. افزایش تعداد محصولات جدید لزوماً با افزایش میزان حجم تولید ارتباط مستقیم ندارد. اما می توان به این شکل تصور کرد.

جهش عمیق

هر چقدر ابزار خرید بیشتر باشد تولید نیز بیشتر است. و این قضیه باعث می شود ما به چشم انداز مثبتی جهت بازار جهانی برای ماشین آلات بسته بندی رجوع کنیم و تمام جداول، شکل ها، نمودارهای ضمیمه شده نیز بخش هایی از بازار جهانی که شامل محموله، تقاضا و بازار هدف است و توسط مشتری نهایی به کار می رود را نشان می دهد.

ماشین زمینه در جهانی تجارت که دارد اعتقاد، غذایی مواد و بندی بسته آلات ماشین آلمانی تولیدکنندگان اتحادیه VDMA آلات بسته بندی طی سال های متمادی رو به رشد بوده است.

به گونه ای که ارزش بازار آن تقریباً به 6/14 میلیارد یورو در سال 2008 رسیده است (تقریباً 6/20 میلیارد دلار در نرخ مبادلات روزمره کنونی). تقاضاها ناگهان به طور چشم گیری کاهش یافت ولی کارشناسان در سال 2009 آن را کمتر عنوان کردند. بر آورد و پیش بینی های انجام گرفته صنعت از سال 2010 نشان می دهد که بازار دوباره روند صعودی خود را بازخواهد یافت. نشانه های این روند مثبت از هم اکنون در بازار ماشین آلات بسته بندی آشکار شده است.

مطابق با اطلاعات موسسه ITA، بازار جهانی تجهیزات بسته بندی در سال 2009 تقریباً 25 میلیارد دلار آمریکا تخمین زده شده بود.

فروش Freedonia سیستم های بسته بندی را برای سال 2009، 6/28 میلیارد دلار آمریکا تخمین زد و نرخ رشد معقولی را با توجه به آن ارائه کرد: تقاضای جهانی برای ماشین آلات بسته بندی تا سال 2014، 7/2 درصد به صورت سالانه افزایش دارد که در نهایت ارزش فروش ماشین آلات بسته بندی را در این سال به مبلغی حدود 9/35 میلیارد دلار می رساند. که این به معنی یک بهبود منطقی در رشد بازار در طی مدتی است که بازار فشار رکود زیادی را متحمل شده است (از 2004 تا 2009). خوش بینانه ترین طرح از شرکت تحلیل های صنعتی جهانی GIA، بازار ماشین آلات بسته بندی جهان را برای سال 2010، در حدود 5/32 میلیارد دلار آمریکا تخمین می زند و پیش بینی می کند که فروش ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی تا سال

2015 به 40 میلیارد دلار آمریکا می رسد. البته با احتساب تقاضای رو به رشد بازارهایی که با توجه به پیش بینی های انجام گرفته، رشد قابل توجهی خواهند داشت و رشد بازار جهانی به واسطه توسعه این بازارها تحلیل می شود.

تقسیم بندی منطقه ای

گروه MPI این گونه گزارش می دهد، اگر چه کارخانه های تولیدی در سراسر دنیا با ظرفیتی پامین تر از ظرفیت اسمی خود به تولید مشغول هستند اما بیش از نیمی از آن ها در سال 2011 در افزایش تجهیزات مرکزی واحدهای تولید خود تمرکز خواهند کرد.

مطابق با اطلاعات گروه MPI از 334 کارخانه تولیدی در ایالات متحده و 145 واحد صنعتی در سراسر جهان، تقاضای جهانی از میزان تقاضا در ایالات متحده، پیشی خواهد گرفت و این افزایش تقاضا تداوم خواهد یافت.

واحدهای صنعتی بین المللی مقدار به مراتب بیشتری به نسبت واحدهای تولیدی در ایالات متحده بر روی به روز کردن تجهیزات اصلی خود هزینه می کنند. در واقع کارخانجات خارج از ایالات متحده به طور میانگین در حدود 10 درصد از سود خود را برای تجهیز خطوط تولید موجود خود هزینه می کنند در حالی که این میزان برای کارخانجات موجود در ایالات متحده تنها 1/3 درصد است. به نظر می رسد که شکاف موجود بین درصدهای هزینه شده در طی سال 2011 هم چنان ادامه داشته باشد. 55 درصد از واحدهای تولید در خارج ایالات متحده برای افزایش خطوط موجود، در واحدهای مرکزی خود برنامه ریزی کرده اند در حالی که در ایالات متحده، 44 درصد کارخانجات چنین برنامه ای در سال 2011 خواهند داشت.

آوری سود دلیل به بندی بسته تجهیزات و آلات ماشین فروش رشد محرک نیروی که کنند می عنوان GIA و Freedomia آن در کشورهای در حال توسعه و بازارهای نوپدید است. ضمن این که GIA تاکید می کند منطقه آسیا پاسیفیک، آمریکای لاتین و خاورمیانه، تاثیر شگرفی بر این میزان رشد داشته و خواهند داشت.

توسعه و سریع گسترش، مناطق این در شدن صنعتی برای پرشتاب تقاضای از ناشی موضوع این که دهد می توضیح GIA فرآوری مواد غذایی و محصولات بادوام مصرف کنندگان و سرمایه گذاری مستقیم خارجی در واحدهای تولید محلی است. فروشندگی کیست؟ در سال 2007 آلمان کشور میزبان interpack سهم ممتازی از بازار (درصد 7/22) داشت. طبق اظهارات خود نصیب را سوم جایگاه درصدی 11 سهم با متحده ایالات و گرفت قرار درصدی 7/16 سهم با دوم جایگاه در ایتالیا، GIA ساخت.

مطابق گزارش های Freedomia در سال 2009 جایگاه کشورها به کلی تغییر می کند و کشور چین با سهم 4/18 درصدی در صدر لیست فروشندگان تجهیزات بسته بندی قرار می گیرد. آلمان با 17 درصد و آمریکای شمالی با 4/14 درصد، جایگاه های بعدی را در اختیار می گیرند.

اگر چه تقسیم بندی منطقه ای از نظر Freedomia این گونه است که اروپای غربی 8/43 درصد، آسیا-پاسیفیک 8/37 درصد، آمریکای شمالی 4/14 درصد و بقیه مناطق 4 درصد را به خود اختصاص می دهند.

خریدار کیست؟ GIA، اروپا، خاورمیانه و آفریقا را به عنوان مناطقی که بیشترین حجم ماشین آلات بسته بندی را خریداری می کنند، اعلام می کند. بعد از آسیا، آمریکای شمالی و آمریکای لاتین قرار دارند. (شکل 3) GIA هم چنین تاکید می کند که جایگاه کشورهای اعلام شده تا چند سال آینده تغییری نخواهد کرد.

رقابت کاملا جهانی است هم چنان که نمودار صادرات نشان دهنده آن می باشد. طبق اطلاعات VDMA، سهم آلمان از صادرات جهانی ماشین آلات و تجهیزات بسته بندی 34 درصد در سال 2009 بود که حجم مبادلات آن را به 4 میلیارد یورو معادل 6/5 میلیارد دلار ایالات متحده رساند در حالی که از سال 2008 در حدود 25 درصد کم تر است. آمریکا، چین و روسیه به ترتیب مهم ترین بازارهای صادراتی آلمان هستند.

مطابق با آهار Dusseldorf Messe، برگزارکننده نمایشگاه اینترپک آلمان، صادرات ماشین آلات بسته بندی ایتالیایی در سال 2010، تقریباً معادل 96 میلیون یورو بوده است.

ارتقا، و بهبود هدف با که است تبدیلی تجهیزات و بندی بسته، فرآوری تجهیزات برای شمالی آمریکای تجاری اتحادیه PMMI توانایی اعضا جهت حضور در بازارهای بین المللی تشکیل شده است. این اتحادیه صادرات از ایالات متحده را، 5/17 درصد در سال 2009 اعلام کرده است.

توسعه بازار

بزرگ ترین تقاضای موجود برای ماشین آلات بسته بندی، صنایع غذایی است و به دنبال آن صنعت نوشیدنی، مواد بهداشتی، مراقبت های شخصی و مواد شیمیایی قرار گرفته اند.
اما دهد اختصاص خود به 2014 سال تا را دنیا فروش کل درصدی 43 سهم غذا صنعت که کند می بینی پیش Freedonia صنعت نوشیدنی با رشد میانگین سالمیانه 3/5 درصد تا سال 2014 سریع ترین رشد و پر بازده ترین بازار را خواهد داشت. این موضوع با توجه به این که تقریباً 9 میلیارد نفر تا سال 2050 در کره زمین زندگی خواهند کرد و تمام این افراد به غذا و آشامیدنی نیاز دارند، هیچ تعجیبی ندارد.
طبق اظهارات VDMA، صنعت غذا و آشامیدنی در سراسر جهان بخش اقتصادی عظیمی به شمار می رود که تحقیقات فراوان این امر را اثبات کرده است و این صنعت یکی از بزرگ ترین خریداران ماشین آلات بسته بندی با سهم 60 درصدی است. صنعت داروسازی نیز از آن جا که مردم به دارو و درمان نیاز اساسی دارند، کمتر در معرض افت و نوسان بوده است. این صنعت 20 درصد تمام ماشین آلات بسته بندی را خریداری می کند. اگر بخواهیم به طور اجماع، گروه های مختلف را نشان دهیم، درصدهای تقاضای سال 2009 در بازار جهانی را با تعداد محموله های سال 2009 که از PMMI در آمریکا اخذ شده است، مقایسه می کنیم.

انواع ماشین ها

انواع ماشین آلاتی که مورد تقاضای بیشتر هستند، تغییر رویکرد مصرف کنندگان و ترجیح آنان برای توسعه پایدار را منعکس می سازد. برای مثال GIA نیاز به ماشین های بسته بندی انعطاف پذیر را عنوان می کند که بتواند موجب کاهش استفاده از منابع در تولید محصولات از قبیل Pouch یا کیسه شود.
(FFS یا و کن پر آلات ماشین به مربوط 2014 سال تا حداقل تقاضا بیشترین که کند می بینی پیش چنین هم Freedonia شکل دهی / پر کنی / درزبندی) خواهد بود.
اطلاعات PMMI درباره محموله های آمریکا در سال 2009 بر اساس نوع ماشین آلات چنین است که در بالای فهرست ماشین های پر کن و FFS، شکل دهی / پر کنی / درزبندی با 773 میلیون دلار آمریکا قرار دارد که تنها از سیستم های نقل و انتقال با 930 میلیون دلار آمریکا که تقریباً در تمامی واحدهای بسته بندی به ویژه در خطوط اتوماتیک وجود دارند، کم تر است.

نگاه خلاصه

ما از خریداران ماشین آلات در سراسر دنیا انتظار داریم که هم چنان منتظر سیستم های دارای چندین عملکرد باشند که کارایی عملیاتی بیشتری را با فشار یک دکمه و یا صرف کمتر انرژی ارائه می دهد. هم چنین کاهش ضایعات مواد و حجم کار را به همراه دارد و همه این خدمات با یک قیمت معقول ارائه می شود.

عملیات برای برنند می کار به را servo تکنولوژی که هایی سیستم انرژی مصرف کاهش که کند می یادآوری ویژه به VDMA بسته بندی جذاب خواهد بود. GIA اعتقاد دارد که تمایل به مصرف servo هم زمان با افزایش پیچیدگی ساختارهای شبکه ای و روباتیک شدن رو به افزایش است.

ماشین های ساکن (درجاکار) می توانند از حیث ذخیره انرژی خوب باشند و از حیث کم شدن میزان ظرفیت تولید بد باشند. اما خیلی از موتورهای خط تولید انتظار دارند که سیستم ها در زمان اجرا، بدون توجه به مهارت یا واکنش اپراتور، یک بسته بندی با کیفیت با کم ترین ضایعات در مواد بسته بندی و محصول، ارائه کنند.