

دليل تعبئة وتغليف المنتجات

المحتويات

01 | مقدمة

02 | الفرق بين التعبئة والتغليف

03 | أهمية التعبئة والتغليف

04 | فوائد التعبئة والتغليف

05 | تأثير التعبئة والتغليف

06 | أنواع تعبئة وتغليف المنتجات

07 | التقنية في التعبئة والتغليف

08 | أنشطة التعبئة والتغليف

تعتبر عمليات التعبئة والتغليف عنصر أساسي في تمكين المنتج من المنافسة في الأسواق، باعتبار أن التعبئة السليمة الواجهة الأولى للسلعة التي يتلقاها المستهلك لأول وهلة. لكن هذا لا يعني أن العبوة أمر شكلي فقط، ولكنها تمثل نصيب هام من مواصفات المنتج. حيث إن صناعة العبوة المناسبة تتطلب المعرفة بطبيعة المواد المستخدمة في صناعتها، وخصائصها، ومدى ثباتها أمام المؤثرات كالضوء والحرارة، ومدى تحملها للنقل والتخزين والأهم هو مدى تقبل المستهلك للعبوة.

ونظرًا لأهمية التعبئة والتغليف بالنسبة لأي منشأة، إذ يعدان أحد الأبعاد الأساسية المكونة لمفهوم المنتج، لأن ما يعززان صورها الذهنية لدى المستهلك. مما أدت أهمية التعبئة والتغليف باعتباره من قضايا التخطيط الإستراتيجي للمنتج. فلم يعد دوره يقتصر على حماية السلعة فحسب، بل تعداه وتجاوزه ليرتقي إلى دور بيع وترويج وأحد العناصر المهمة المؤثرة على سلوك المستهلك، وأصبحت إسهاماته تتم قبل الإنتاج وبعده بالاستفادة من المعلومات المرتدة، مما استوجب زيادة الاهتمام بالتغليف بالنسبة للعديد من المنتجات، خاصة الغذائية منها، في ظل تعدد المواد المستخدمة في تصنيع الغلاف والعبوة.

الفرق بين التعبئة والتغليف

التغليف هو تقنية تسويقية تتضمن وضع المنتجات في عبوات جذابة ووفقًا لرغبة العملاء. يشمل ذلك تصميم وتطوير عبوة مناسبة للمنتج، بهدف ضمان سلامته بالإضافة إلى المظهر الجذاب، حيث إنه يلعب دورًا حيويًا في المبيعات وأول شيء يلاحظه العميل. ويمكننا القول إن التغليف يعمل كبائع صامت. هناك ثلاثة مستويات للتغليف:

- التغليف الأساسي: الغطاء الفوري الذي يحتاج فيه المنتج، والذي يمكن أن يكون غلافًا من البولي إيثيلين أو أنبوبًا أو قصبه وما إلى ذلك.
- التغليف الثانوي: بالإضافة إلى التغليف الأساسي، يتم توفير عبوة إضافية للمنتج لضمان سلامته. ربما رأيت علبة كرتونية يتم تغطيتها بها المنتج.
- التغليف النهائي: يستخدم التغليف النهائي بشكل رئيسي لأغراض النقل والتخزين. قد تكون رأيت أنه عند نقل المنتج بكميات كبيرة من مكان إلى آخر، يتم وضع عدة منتجات في علب وبهذه الطريقة يتم استخدام عدة كراتين لنقل المنتج وحمايته من أي ضرر.

التعبئة هي جزء من التغليف حيث يتم إعداد المنتج للتخزين والنقل والتعامل والتسليم ويتم تعبئة المنتجات ووفقًا لطبيعتها. يستخدم مصطلح "التعبئة" بشكل رئيسي في صناعة الشحن. يتضمن ذلك إحكام الإغلاق والتغليف والتبطين والمقاومة للطقس، مما يحمي المنتج من أي خسارة ويجعله جاهزًا للنقل والتخزين. وتشمل المواد المستخدمة في تعبئة المنتجات شريط التغليف والورق وفقاعات الهواء والكراتين وما إلى ذلك

أهمية التعبئة والتغليف

تكمن أهمية التعبئة والتغليف كونها طريق للاتصال بين المنتج والمستهلك، وأكثر الطرق تميزاً بإظهار الطابع الشخصي للمنشأة.

- **يحمي المنتج:** يتم استخدام عبوة المنتج لحماية المنتج من الداخل، يجب أن تحافظ العبوة على المنتج آمناً أثناء النقل بين مركز الإنتاج وتاجر التجزئة ويجب أن تمنع التلف عندما يجلس المنتج على الرف. كما تقوم العديد من المنشآت بتعبئة منتجاتها بأختام تمنع من التقليد.
- **عرض معلومات المنتج:** جانب وظيفي آخر للتعبئة والتغليف هو كيفية الإعلان عن المنتج وعرضه. تحتوي العديد من المنتجات، وخاصة المنتجات الغذائية، على أوصاف للمكونات ومعلومات غذائية على العبوة. قد تشرح عبوات المنتجات الأخرى تعليمات حول كيفية إعداد المنتج واستخدامه. يساعد عرض معلومات المنتج المهمة في إدارة توقعات المستهلك ويعزز رضا العملاء.
- **يجذب المشتريين:** من المهم جداً مراعاة متطلبات واحتياجات المستهلك لجذب العملاء وإقناعهم بشراء منتجك. نظراً لأن الانطباع الأول مهم جداً عند عملية الشراء، فإن تعبئة وتغليف المنتج المصمم جيداً يمكن أن يقطع شوطاً طويلاً في وضع منتجك في أيدي المشتريين. لذلك، عند تصميم عبوات المنتج، تقوم العديد من المنشآت بإجراء بحث مكثف حول رغبات واحتياجات المستهلكين للتأكد من أن عبواتهم تلبية رغباتهم.
- **تمييز المنتج عن المنافسين:** غالباً ما تجد العديد من المنتجات المماثلة لمنتجك، لذا فإن الحاجة إلى تمييز منتجاتك يهدف المنافسة أمر بالغ الأهمية.

فوائد تعبئة وتغليف المنتجات

01 الزيادة في حجم السوق: المهم دوماً هو اختيار الغلاف المناسب، والشيء الأكثر أهمية هو الإسهامات التي يفرزها الغلاف في تخفيض كلف التوزيع وإيصاله إلى المستهلكين بسعر مناسب وهذا ما سيسهم في زيادة حجم السوق نتيجة المزايا الإيجابية لكافة الأطراف في السوق.

02 توزيع الكلف الثابتة للإنتاج: وهذا يحصل بسبب الزيادة في حجم السوق، ولكن أيضاً إلى السهولة الكبيرة التي يمكن فيها تغيير شكل الغلاف قياساً إلى التغيير الحاصل في تصميم المنتج.

03 لضمان وتأمين نشاط الأغلفة: التغليف يكمل الإعلان والتمييز في الإسهام في تكوين صورة حول ولاء المستهلكين لمنتج معين، إنها تساعد في ترويج صورة السلعة ودرجة التنوع دون هذا الولاء.

تأثير التعبئة والتغليف

تُأثر التعبئة والتغليف على التسويق والمبيعات، فعندما يتم تصميم وتنفيذ التعبئة والتغليف بشكل فعال، يمكن أن يحقق تأثيرًا إيجابيًا كبيرًا على نتائج المنشأة وتجربة العملاء، وذلك للأسباب التالية:



01 جذب الانتباه: يجعل المنتج يبرز بين المنافسين على رفوف المتاجر. قد يدفع التصميم الجذاب العملاء إلى الاقتراب والاهتمام بالمنتج.

02 بناء الهوية والعلامة التجارية: يعد التعبئة والتغليف واحدًا من أهم عناصر بناء الهوية والعلامة التجارية. يساهم التصميم الجذاب والاحترافي في إرسال رسالة قوية عن العلامة التجارية وقيمتها والجودة التي تقدمها للعملاء.

03 تحفيز الشراء: التعبئة والتغليف تحفز الشراء وتساهم في زيادة معدلات المبيعات. فالعملاء يميلون للشراء منتجات تبدو مغرية وجذابة وتعكس جودة وقيمة عالية.

04 حماية المنتج: تحمي المنتج من التلف أو الكسر أثناء النقل والتخزين. عندما يتلف المنتج بسبب التعبئة والتغليف السيئة، قد يؤدي ذلك إلى تدهور سمعة العلامة التجارية وفقدان الثقة من قبل العملاء.

05 تعزيز تجربة العملاء: التعبئة والتغليف الجيدة تعزز من تجربة العملاء بشكل عام. فعندما يكون التعامل مع المنتج واستخدامه سهلاً ومريحاً، يمكن أن يؤدي ذلك إلى رضا العملاء وإقناعهم بتجربة المنتج مرة أخرى.

06 التمييز عن المنافسين: يساعد المنشأة في التمييز عن المنافسين والتفرد في السوق. فعندما يكون للمنتج تعبئة فريدة ومميزة، يمكن أن يترك انطباعًا إيجابيًا لدى العملاء ويجذب انتباههم بشكل خاص.

أنواع تعبئة وتغليف المنتجات

هناك العديد من أنواع التغليف والتعبئة التي يمكن استخدامها مع المنتجات، ومن أبرزها:

الصناديق المعدنية: تستخدم للمنتجات التي تحتاج إلى تغليف قوي ومتين للحماية، مثل المنتجات الثقيلة أو القيمة العالية.



الكرتون المقوى: يعتبر التعبئة بالكرتون المقوى أحد أكثر أنواع التغليف شيوعًا، حيث يستخدم للعديد من المنتجات بمختلف الأحجام والأوزان.



الأكياس البلاستيكية: تستخدم لتعبئة المنتجات الصغيرة أو المنتجات التي يمكن تخزينها بسهولة، مثل الملابس والمواد الغذائية.



أنواع تعبئة وتغليف المنتجات

هناك العديد من أنواع التغليف والتعبئة التي يمكن استخدامها مع المنتجات، ومن أبرزها:

الزجاجات والعلب البلاستيكية: يستخدم هذا النوع من التغليف للمشروبات والمواد السائلة والمستحضرات التجميلية.



الفقاعات البلاستيكية (بابل وراب): تستخدم للحماية والتأمين للمنتجات الهشة والقابلة للكسر، مثل الزجاج والأدوات الكهربائية.



الأكياس الورقية: تستخدم لتغليف المنتجات الجافة والأغذية، وتكون قابلة لإعادة التدوير.



التقنية في التعبئة والتغليف

التقنية والابتكار تلعب دورًا حاسمًا في تطوير صناعة التعبئة والتغليف وتحسين عملية تصميم العبوات وتنفيذها. وتشمل التالي:

1 تحسين جودة المنتجات

باستخدام التقنيات والابتكار في تصميم العبوات، يمكن تحسين جودة المنتجات والحفاظ على سلامتها وتجنب التلف أو التسرب. تقنيات مثل الأشعة السينية وأنظمة الرقابة الآلية يمكن أن تساعد في الكشف عن أي عيوب في التعبئة والتغليف وضمان أن المنتج يصل إلى العملاء بحالة ممتازة.

2 الابتكار في التصميم والمواد

تساهم التقنية في تطوير تصاميم جديدة ومبتكرة للعبوات واستخدام مواد مبتكرة وذكية. مثلًا، يمكن استخدام تقنيات الطباعة ثلاثية الأبعاد لإنشاء عبوات مخصصة وفريدة تناسب احتياجات المنتجات المختلفة.

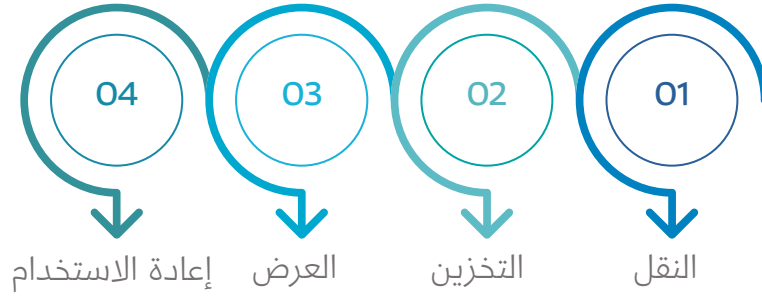
3 تحسين كفاءة التصنيع والتوزيع

تُحسن من كفاءة العمليات وتقليل تكاليف الإنتاج والتوزيع. مثل الروبوتات والأتمتة يمكن أن تساعد في تسريع عمليات التعبئة والتغليف وتقليل فاقد الوقت والجهد.

أنشطة تعبئة وتغليف المنتجات

أنشطة التعبئة والتغليف تشمل عدة عمليات وأنشطة مختلفة، لكن يجب أن تتم وفقاً للائحة الفنية للتعبئة والتغليف الصادرة من قبل الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة، ومن أبرزها التالي:

01 تصميم العبوة: تستخدم العبوات على نحو واسع في تسويق المنتجات، وتبدأ العملية من أول الخطوات المتعلقة باختيار العبوة المناسبة ومراعاة تصميمها وتثبيت الحقائق والبيانات المطلوبة على غلافها الخارجي، ما تطلب الأمر النظر في الاعتبارات المتعلقة بتصميم العبوات، لذلك فإن التصميم تراعى فيه الاعتبارات المتعلقة بكل من :



02 اختيار المواد والمكونات: يتعين اختيار المواد المناسبة للتعبئة والتغليف، مثل الكرتون والبلاستيك والزجاج والمعدن، بالإضافة إلى المكونات الإضافية مثل الأغلفة الواقية والتغليف الداخلي والعلامات والملصقات.

03 عمليات التعبئة: تشمل وضع المنتج في العبوة المناسبة وإغلاقها بإحكام، سواء كان ذلك بواسطة التغليف اليدوي أو باستخدام آلات التعبئة الآلية.

04 وضع العلامات والتعليمات: يجب وضع علامات وتسميات وتعليمات على العبوة لتوضيح محتوياتها وطريقة الاستخدام والتخزين وتاريخ الانتهاء وغيرها من المعلومات الضرورية. من أهم وظائف العلامات والتعليمات أن يتم من خلالها تحقيق هدفين أساسيين هما:

التعريف بالمنتج وأماكن إنتاجه وبيعه.



توفير معلومات عن محتويات العبوة وطرق التعامل معها خلال قنوات التوزيع.



وهذه المعلومات غالباً ما تثبت على العبوة ضمن شكلها وإطارها الخارجي، إذ يمكن أن تتحقق العديد من المعايير، ومن ذلك:

- أن تكون مرئية، يسهل رؤيتها وبسرعة وبأقل جهد ممكن.
- أن تكون صحيحة وغير مضللة.
- أن تكون ملائمة وتعكس ما بداخل العبوة.
- أن تكون قابلة للاستيعاب بدون أي لبس أو سوء فهم وبخاصة في الحالات التي تتطلب القيام بإجراء معين تستند على المعلومات المرفقة.
- أن تكون متوافقة مع القوانين والقرارات ذات العلاقة

أنشطة تعبئة وتغليف المنتجات

05 عمليات التعبئة: تشمل وضع المنتج في العبوة المناسبة وإغلاقها بإحكام، سواء كان ذلك بواسطة التغليف اليدوي أو باستخدام آلات التعبئة الآلية.

06 وضع العلامات والتعليمات: يجب وضع علامات وتسميات وتعليمات على العبوة لتوضيح محتوياتها وطريقة الاستخدام والتخزين وتاريخ الانتهاء وغيرها من المعلومات الضرورية.

من أهم وظائف العلامات والتعليمات أن يتم من خلالها تحقيق هدفين أساسيين هما:

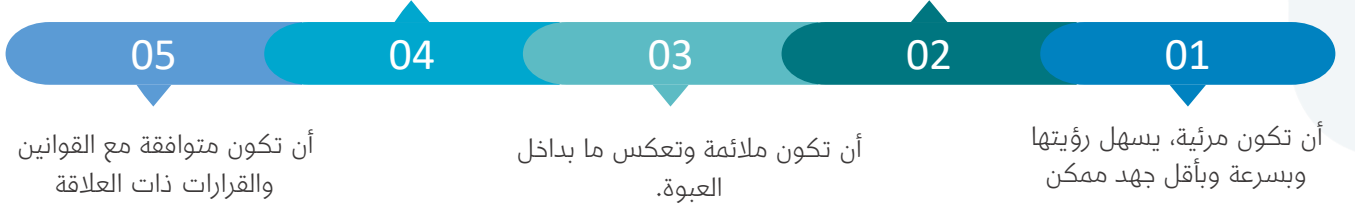
(1) توفير معلومات عن محتويات العبوة وطرق التعامل معها خلال قنوات التوزيع.

(2) التعريف بالمنتج وأماكن إنتاجه وبيعه.

وهذه المعلومات غالباً ما تثبت على العبوة ضمن شكلها وإطارها الخارجي، إذ يمكن أن تتحقق العديد من المعايير، ومن ذلك:

أن تكون قابلة للاستيعاب بدون أي لبس أو سوء فهم وبخاصة في الحالات التي تتطلب القيام بإجراء معين تستند على المعلومات المرفقة.

أن تكون صحيحة وغير مضللة



07 التحقق والجودة: يتم فحص وفحص العبوات لضمان أنها تفي بالمعايير الجودة والسلامة المطلوبة، بما في ذلك التحقق من المنتجات ووزنها واتساق العبوة وغيرها من المعايير المحددة.

08 اختبار واختبار العبوات: يتم إجراء اختبارات واختبارات للتأكد من أن العبوات تفي بمعايير الجودة والمتطلبات المحددة، مثل اختبارات الاهتزاز والسقوط واختبارات الضغط واختبارات الاحتفاظ بالرطوبة.

09 تحسينات وابتكارات: يتم استخدام نتائج عمليات التعبئة والتغليف لتحسين العمليات المستقبلية وتطوير تقنيات وتصاميم جديدة تحقق أفضل أداء وتلبي احتياجات السوق المتغيرة.



وصف الخدمة

خدمة إلكترونية تهدف لدعم رواد الأعمال وملاك المنشآت الصغيرة والمتوسطة والمهتمين في مجال الأعمال عن طريق إثرائهم بالمعرفة اللازمة من خلال توفير أدلة إلكترونية وكتيبات ونماذج تحتوي على أفضل الممارسات والمعلومات القابلة للتطبيق والتي تساعد على تطوير الأعمال واستدامتها.

أهداف الخدمة

- توفير أدوات تخطيط الأعمال عن طريق وثائق استرشادية تساعد على ترتيب وتبويب المعلومات مثل دراسة الجدوى وخطة العمل.
- توفير مصادر تساعد على رفع جاهزية المنشآت لدراسة الأسواق والقطاعات والتعريف بفرص النمو.
- إتاحة المعلومات والإرشادات الموجهة لمجتمع الأعمال التي تقدمها منشآت والجهات الأخرى الحكومية والخاصة.

أبرز ما تقدم الخدمة:

الأدلة والكتيبات

هي محتويات مكتوبة بلغة سهلة وتشمل انفوجرافيك ورسومات توضيحية تهدف إلى التعريف بوظائف الأعمال أو أفضل الممارسات.

النماذج والأدوات

وثائق استرشادية تساعد على ترتيب وتبويب المعلومات وتحتوي على خانات وإرشادات لتعبئتها واستخدامها.

الروابط

روابط للجهات الحكومية والخاصة التي تحتوي معلومات وإرشادات وخدمات تفيد رواد الأعمال وملاك المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

منشآت
monsha'at
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority