

محاضرة: مقدمة عن التعبئة والتغليف



اهداف المحاضرة: تعريف بأهمية وأنواع تعبئة وتغليف المنتجات المختلفة.

مخرجات المحاضرة: ان يكون الطالب قادر على التمييز بين أنواع العبوات الخاصة بتغليف المنتجات أيضا التعرف على مزاياها وعيوبها.

المقدمة:

يعدّ التغليف من أهم الاحتياجات الأساسية في أسلوب حياتنا المعاصر، وأحد أدوات الاتصال المهمة؛ لأنه مصدر للمعلومات المهمة التي تقوم بنقلها العبوة للمستهلك وهي أيضاً مظهر من مظاهر الحياة العصرية، وهي مرتبطة تماماً بتقديم الشعوب والأمم نظراً لاستخدامها للتكنولوجيا الحديثة وهي كذلك شكل من أشكال الحياة الطبيعية حيث يساعد على إبراز المنتج بين العديد من المنتجات المنافسة في السوق المحلية والعالمية، مع الأخذ في الاعتبار أن التغليف المناسب هو الواجهة الأولى والجذابة والملفتة للنظر للسلعة التي ينقلها إلى المستهلك، والصورة الظاهرة والمعبرة للسلعة التي تساعد في التعرف عليها بالنسبة للسلع الاستهلاكية وبعد أن كان للغلاف دور وقائي، أصبح أداة تسويقية مهمة، ويطلق عليه البائع الصامت؛ لأنه يساعد على تسهيل عملية بيع أكبر عدد ممكن من المستهلكين وجذبهم، وهنا نجد أن المنتجين قد أولوا اهتماماً كبيراً وتركيزاً في تطوير التصميم ليناسب متطلبات المستهلك المستهدف بطريقة لا يقلل من اهتمامه بجودة وجودة المنتج في نفس الوقت.

أولاً: تعريف التغليف:

إنه فن وعلم وتكنولوجيا إعداد الصورة الهيكلية والمرئية للمنتج، وهو ما يراه المستهلك ويجتذبه نحو فحص المنتج. وأيضا المواد المخصصة مؤقتاً للتغليف وتحتوي على منتج أو مجموعة من المنتجات أثناء عملية مناولتها ونقلها وتخزينها، أو عند عرضها للبيع، من أجل حماية هذه المنتجات أو تسهيل تلك العمليات،

وأكثر من ذلك لضمان الحفاظ على البيئة. وهو جميع الأغلفة والعبوات المستخدمة بغرض حفظ البضاعة حتى تصل إلى يد المستهلك النهائي من صناديق كرتونية أو خشبية أو صفائح وزجاجات ومواد مستحدثة. إما العبوة او العبوة:

هي الوسيلة التي تم تخطيطها لتحمل رسالة عن المنتج إلى المستهلك من خلال تصميمها وشكلها وألوانها والمعلومات التي تحتويها، فهي إذن تعرف بالمنتج وتحدد هويته إضافة إلى التمييز بين منتج وآخر وبذلك رسم صورة ذهنية طيبة عنه لدى المستهلك.

ويستخدم مصطلح التغليف بعامه للدلالة على شموليته مصطلحي التعبئة والتغليف فلهبوة قد تختلف عن الغلاف في مجال النشاط المؤدي لكل منهما ذلك ان التعبئة غالبا ما تناسب الغازات والسوائل وبعض انواع المساحيق بينما التغليف يختص في المواد الصلبة واللينة وبعض المساحيق ولكن بالرغم من هذه الاختلاف فان المادة التي يتم تعبئتها ستكون بحكم المادة المغلفة.

لا يمكننا أن نتخيل تطور الحياة وزيادة رفاهية الإنسان دون تلبية احتياجاته من الغذاء والدواء والملبس والمأوى، وفي الوقت الحاضر احتياجاته للعلم والتكنولوجيا والثقافة. وبالتالي، لا يمكن تخيل عدد المواد التي يحتاجها الإنسان من أجل بقائه وتطوره وإبداعه بالآلاف، والتي تتطور صفاتها وطبقاتها لتطوير حياة الإنسان نفسها. نتحدث عن مئات المواد الغذائية والحبوب – البقوليات – الدرنات – السكريات – اللحوم – الالبان – الزيت – والدهون النباتية – المعلبات – أغذية الاطفال – المشروبات الغازية – المياه المعدنية – السكر والحلويات السكرية – المقبلات – اضافة للخضروات والفواكه والاسماك، والمئات غيرها، ولكل نوع من هذه الأنواع خصائصه وميزاته وصفاته، ولكل منها مجال استخدامه. يشهد العالم كل عام مئات الأنواع من المنتجات الغذائية الجديدة، من مختلف الأنواع ومصادر المواد الخام.

وهناك بعض المواد يتم تعبئتها وهي بحالة سائلة او لينة، لتحول الى المادة قريبة للصلابة بعد فترة من الوقت كما يلاحظ ذلك في تعبئة الجبن في العلب المعدنية وهي سائلة وبعد فترة من الوقت تتحول الى الحالة اللينة او الطرية.

والذي يلاحظ انه من النادر التواجد منتجات دون اغلفة او عبوات، وبخاصة وان الاحتفاظ بالمنتجات مخزنيا او حين انسيا بيتها في القنوات التسويقية وكيفية تناولها باتت من الاعتبارات المهمة التي تولى لها كل الاهتمامات حفاظا على المنتجات ووصولها الى مكان استهلاكها واستخدامها وهي بحالة طبيعية ومن الممكن استهلاكها.

ثانيا: اهمية التعبئة والتغليف

للغلاف اهمية استراتيجية لجميع الاطراف ذات العلاقة بالسلعة وهي المنتج, الموزع والمستهلك , ان العديد من السلع التي تعرض في السوق يجب تغليفها , حتى ان بعض المسوقين يطلقون على التغليف العنصر الخامس بعد السعر والسلعة والتوزيع والتحرك او الترويج على الرغم من ان اغليبيتهم ميالون الى اعتبار التغليف من احد عناصر الاستراتيجية التجارية

تتبع الاهمية التسويقية للغلاف من الاعتبارات الاتية :

ان القرار المتعلق بتصميم وانتاج الغلاف يرتبط بعنصري التكلفة والانتاج, وهو ما يحتاج الى مستوى من التحليل المالي في بعض الاحيان.

١. ان الغلاف يحوي السلعة, ويحمي مضمونها السلعي من اية عوامل يمكن ان تؤثر عليه.

٢. ان زيادة الاعتماد على الخدمة الذاتية في الكثير من المتاجر الحديثة, قد ادى الى زيادة الدور الذي يمكن ان يلعبه الغلاف في مساعدة المستهلك في التعرف على الصنف المطلوب, كما تساعد المعلومات الظاهرة على الغلاف في الاستدلال على محتوى السلعة, وتركيبها, وكيفية استخدامها وتاريخ انتهاء صلاحيتها ودولة منشأتها, ولهذا فان غلاف السلعة اذا احسن استخدامه يمكن ان يكون مصدرا لكثير من المعلومات الاستهلاكية, التي يمكن ان تسهم في تثقيف المستهلك وحمايته.

٣. يلعب الغلاف دورا مهما في ترويج السلعة, لما له من اثر في جذب انتباه المستهلك.

٤. ان لغلاف بعض انواع السلع (كالعطور مثلا) بعدا رمزيا يسعى اليه المستهلك عند اتخاذه قرار شراء هذه السلع, وذلك لما يمكن ان يضيفه الغلاف من مظهر ومكانة اجتماعية خاصة.

٥. ان الغلاف يمكن ان يكون مجالا من مجالات الميزة النسبية التي يمكن ان تكون سببا في تفضيل المستهلك لسلعة ما دون مثيلاتها من السلع المنافسة.

ثالثا: نواع العبوات

١. العبوة الأولية التي يعبئ بها المنتج مباشرة.
 ٢. العبوة الثانية التي يعبئ بها مجموع العبوات الاولى وتليها العبوة الاكبر التي تحتوي على مجموعة عبوات لتسهيل النقل.
 ٣. العبوة المركبة والتي يدخل فيها أكثر من منتج لتكامل العملية الغذائية.
- على ان تكون العبوة غير قابلة لتغيير شكل وحجم المنتج وحتى مواصفاته لا يتأثر بها ولا تتأثر به وهي العبوة النموذجية.

كما يمكن تصنيف الأغلفة من حيث النقل ونوع المنتج إلى قسمين اثنين هما:

التغليف للشحن ويختص بالسلع التي تنقل لمسافات بعيدة وخاصة السلع المصدرة للخارج باستثناء بعض المنتجات التي تشحن في شكل كتل كالخامات أو في شكل وسائل كالبتترول الخام وعليه يجب اختيار انسب وسائل التغليف من حيث عناصر التكلفة والفعالية والقبول من جانب الموزع أو الوكيل أو المستورد.

تغليف المنتج: وهنا يجب مراعاة كل المتطلبات اللازمة لتغليف المنتج والتي تتناسب مع السوق المستهدفة ونوع المنتج إذا كان صناعي أو استهلاكي.

مستويات التغليف :

يوجد ثلاثة مستويات من التغليف تتلخص في الاتي:

التغليف الأولي: و هو الذي يحتوي على المنتج و الذي نجده من خلال اتصال مباشر به .

التغليف الثانوي: و هو الذي يجمع عدة وحدات من المنتج لجعلها في وحدة مباعه أي هو ☐ الحاوية الإضافية للمنتج.

تغليف النقل: و هو الذي يسمح بنقل و شحن عدد كبير من المنتجات من المصنع الى نقاط ☐ البيع الخاصة بالمنتج.

ومن أهم الصفات التي لا بد أن تمتاز بها مواد التعبئة الغذائية التالي:

- أن تكون كافة المواد الداخلة في تصنيعها غير سمية بأية صورة من الصور.

- أن تكون نظيفة بالقدر الكافي لمنع حدوث أي تلوث للمادة الغذائية.

- ان توفر الحماية للمادة الغذائية من أية تأثيرات للكائنات المجهرية والحشرات أو أي تأثيرات أخرى مضره.

رابعاً: انواع العبوات. صناعية

يعتبر نوع التعبئة له تأثير كبير على المستهلك مما دفع المنتجين إلى إتقان ذلك حيث انتشر في الفترة السابقة لاستخدام العبوة بعد تفرغها من المادة مما شجع على الشراء أو تفضيل شراء هذا المنتج من نظيره وفي علبه مختلفة ولكن اصبحت التكلفة هي الاساس الاول والشكل الاساس الثاني لغرض المنافسة السعرية.

من هنا يمكن تحديد العديد من انواع العبوات

١. العبوة الزجاجية. صعوبة التصنيع، كلفة التصنيع اعلى، استخدام مزوج، لها الاولوية في الحفاظ على المادة، سهولة الكسر، محاذير جراء النقل.

٢. العبوة المعدنية، متانة، تحمل اعباء النقل، وصعوبة التصنيع وتخصصه، كلف اضافية في التصنيع، قابلية تعرضها للأنواء او المتغيرات الجوية الاكسدة.

٣. العبوة البلاستيكية، الأكثر استعمال والأكثر تنوع من بقية العبوات ذات الاستخدام لمرة واحدة على الاغلب، منها عبوات اللدائن البلاستيكية
٤. العبوة الورقية الخاصة، ذات الاستعمال الواسع والمتنوع لحفظ المواد الجافة والطرية ولها اشكال ألوان واحجام طغت باستخدامها على كافة العبوات.
٥. ويمكن ان يكون الشكل ذا جاذبية أكثر وبرسومات تعبيرية أكثر وبعلامات تجارية اوضح ... مع العلم ان للعلامة التجارية موقع في النفس وبلد المنشاء أيضا.

الميزات الايجابية والعيوب لمواد التعبئة والتغليف :

التغليف هو عالم الإبداع في مجالات تطوير خصائص المواد المعترف بها في التعبئة والتغليف، وعالم صناعة مواد جديدة من خلال عبوات متعددة الرقائق من مواد مختلفة، أحدها يعزز خصائص الآخر أو يخلق مواد جديدة، مثل وابتكار تقنيات إنتاج أفضل لزيادة القدرات الإنتاجية لوحدة التعبئة والتغليف والتعقيم. سحب الاستجابة السريعة لأي منتج غذائي جديد ، وهو ما تشهده الأسواق العالمية سنويًا من خلال إيجاد العبوة المناسبة للحفظ والأكثر اقتصادا ، وتوزع البعثات البحثية بين مراكز البحوث المتخصصة في بعض دول العالم ، وفي على المستويين الإقليمي والدولي، بينما يسعى منتجو المواد الخام في العالم إلى تركيز البحث في مجالات الاستخدام الأكبر لموادهم ، فإن الصناعات التي تعتمد على هذه المواد الخام تبذل نفس الجهود ، وتساهم الجامعات الدولية بموجب عقود خاصة لحل العديد من المعضلات من خلال كوادرها ومختبراتها، من ناحية أخرى ، تقوم الشركات المنتجة للمواد الغذائية ، بالتعاون مع الشركات المصنعة لمواد التعبئة والتغليف ، بتطوير مواد خاصة لمنتجاتها.

١- العبوات الزجاجية:

أ-الميزات الايجابية :

- خاملة كيميائية، مما يجعلها ملائمة لتعبئة العديد من المنتجات.
- حافطة جيدة لطعم ورائحة المادة المعبأة بها ان احسن تغطيتها.
- لها قابلية جيدة للتعقيم وبالتالي امكانية تعدد استخدامها
- قابليتها لأخذ اي اشكال عبر عملية تصنيعها
- سهولة تكوينها
- امكانية حفظها لفترات طويلة
- قابلية اعادة تصنيعها دون فقد شيء من مادتها.

ب-عيوبها:

-ثقل وزن العبوة ، وبالتالي ارتفاع تكاليف نقل العبوات

-قابليتها السريعة للكسر

-احتياجات عملية تصنيعها الى كمية كبيرة من الطاقة.

ج-التحسينات التي أجريت عليها:

-التوجه نحو استخدام زجاج خفيف، وخاصة لتلك المستخدمة لمرة واحدة.

-ادخال طبقة بلاستيكية مع الزجاج لإعطائه ميزة مقاومة للكسر والاقلال من

الضوضاء خلال عمليات التعبئة والتداول.

-ادخال الحاسوب الآلي في عمليات التصنيع وابداع اشكال واحجام مختلفة ذات قابلية للعديد من الاستخدامات المنزلية.

٢-العبوات المعدنية:

أ-الميزات الايجابية:

-سهولة تصنيعها وتشكيلها

-جودة توصيلها للحرارة

-ملاءمتها لتعبئة الغازات والسوائل والمواد الصلبة

-قابليتها لعدم تسرب الغازات وبخار الماء والضوء لمنع اي تأثيرات سلبية على المادة المعلبة

-قابلية انتاجها بمعدلات عالية تتجاوز ٨٠ علبة في الدقيقة الواحدة

-قابلية اعادة تصنيعها

ب-عيوبها:

-تعرضها للتآكل (عوامل جوية ونتيجة لخواص المواد المكونة لها)

-ارتفاع تكاليفها

ج – التحسينات التي أجريت عليها:

-طلاء العبوات لإعطاء الصفيح مناعة ضد التآكل او الاكسدة وذلك بواسطة القصدير

او الكروم او بالورنيش او بالبلاستيك.

-تطوير طرق الطلاء بواسطة الكهرباءي.

-تطوير طرق اللحام – اللحام الكهربائي.

-ادخال الألومينيوم وسبائكه في تصنيع العلب المعدنية وتطويرها بطلائها بطبقة من البولي بروبيلين والورنيش.

٣-العبوات الورقية:

أ-الميزات الايجابية:

-خفة وزنها

-سهولة الطباعة عليها وتلوينها.

-انخفاض اسعارها وسهولة تشكيلها.

-غير ملوثة للبيئة بصورة كبيرة.

ب-عيوبها:

-محدودية استخدامها لتعبئة بعض المواد الغذائية

-قليلة المقاومة للصدمات وغير متينة.

٤-العبوات البلاستيكية:

أ-نتيجة للتطورات العالمية في مجال العلوم والتكنولوجيا الموجهة لقطاع الصناعات البلاستيكية، وإيجاد مجالات أوسع لمنتجاتها واكتشاف خصائصها الكيميائية والفيزيائية. دخلت هذه الصناعة في مجال تغليف المواد الغذائية بوتيرة أسرع من أي مواد أخرى تستخدم في التعبئة والتغليف، مثل: الورق، والمعادن، والزجاج، والمواد الخشبية.

ب-أهم الاسباب التي ساعدت على النمو المتسارع لاستخدام المواد البلاستيكية في ميدان التعبئة والتغليف للمواد الغذائية هي التالي:

٢- خفة وزنها، وتوفير حد أدنى من الامان خلال عمليات التداول والاستخدام

٣- مقاومة التآكل

٤- متينة ولها قدرة لا يستهان بها على التحمل

٥- عازلة جيدة للرطوبة وحافطة للرطوبة

٦- قوية التحمل للشد وصلبة بدرجات معقولة

٧- لها قابلية جيدة في مقاومة التمزق

٨- مقاومة جيدة لنفوذ الغازات

٩- مقاومة جيدة للصدمات

١٠- طرق تصنيعها ملائمة، وبالإمكان ان تأخذ اي شكل من اشكال العبوات بعدة طرق

تصنيعية وبسهولة.

ج – أهم المواد البلاستيكية المستخدمة في صناعة مواد التعبئة والتغليف للمادة الغذائية تشمل مادة البولي أثيلين المنخفضة والعالية الكثافة، البولي بروبيلين – بولي كلوريد – البولي ستيرين.