

Obaly – nutnost nebo zbytečný přepych?

Jen málokterá oblast zaznamenala tak bouřlivý rozvoj, jako oblast obalové techniky. Obaly – ať již spotřebitelské nebo přepravní - jsou dnes absolutní samozřejmostí, ale dlouho tomu tak nebylo. Tak jak se zvyšuje objem produkce, tak jak roste životní úroveň, tak se mění pohled a nároky veřejnosti na obaly.

Pamětníci vám potvrdí, že ještě v polovině minulého století byly obaly považovány za zbytečný luxus. Například pro přepravu mléka ke spotřebiteli stačil pouze jeden obal – konev o objemu 25 litrů. V té se zboží dopravilo až do prodejny a konečný spotřebitel se dostavil s konvičkou, do které mu většinou prodavačka odměřila kalibrovanou nádobou potřebné množství mléka. Obdobně to bylo s máslem – dodávalo se v pětikilogramových a desetikilogramových kostkách, ze



kterých stejná prodavačka odkrojila požadované (na příděl určené) množství, a to v lepším případě zabalila do balicího papíru, v horším do čehokoliv, co měla po ruce. Prakticky stejná situace byla v prodeji masa a dalších potravinářských produktů. Současní ekologové by měli radost, žádné zbytečné plýtvání obalovým materiálem, žádné nerecyklovatelné obaly, přepravní obaly – konve se měnily každý den výměnným způsobem. Jenom současní hygienici asi nechápavě kroutí hlavou, jak jsme vůbec bez jejich striktních norem dokázali přežít. Balení nepotravinářského sortimentu do starých novin bylo standardem – nic nepřišlo na zmar.

První pokrok představovalo balení mléka do skleněných vratných lahví. A máslo do 250g kostek v obalu z voskovaného papíru.

Nechci nostalgicky vzpomínat na doby, díky Bohu, dávno překonané. V současné době jsme se dostali do druhého extrému. V rámci samoobslužného prodeje je téměř 100 % zboží lépe či hůře zabaleno – někdy má konečný zákazník problém probojovat se obalem ke svému výrobku.

Donedávna bylo možno ve většině prodejen dostat zadarmo přepravní plastovou, v lepším případě papírovou, tašku na odnesení zboží. Dřívější nedostatek obalů se změnil v nadbytek, a začal být vážnou hrozbou pro životní prostředí.

Generace dnešních čtyřicátníků si ještě vzpomene na módu igelitových tašek, zejména těch hodně barevných s potiskem zahraniční značky. Plechovka od Coca Coly zbavená víčka a postavená na psacím stole jako stojan na tužky byla předmětem zájvu. To vše je již z dnešního pohledu dávná minulost.

Je zajímavé, že i v dobách největšího „obalového temna“ u nás existovala pracoviště, která současně světové trendy sledovala a jejich znalosti se následně staly základem pro rozvoj obalové techniky u nás. Byl to především Obalový ústav v Praze, který se soustředil hlavně na přepravní obaly a Výzkumný ústav obchodu, který měl specializované pracoviště na spotřebitelské obaly. Odborníci těchto pracovišť dokázali následně ve velmi krátkém období předat své znalosti a přetransformovat celou oblast obalové techniky.

Původní základní členění obalů podle použití – na přepravní a spotřebitelské obaly - je již pasé. Někde se obal stává součástí výrobku, v jiných případech se smývá předěl mezi přepravním obalem



a spotřebitelským obalem, a v dalších případech představují přepravní obaly vysoce sofistikovanou záležitost, která si zasluhuje samostatnou kapitolu. Jinými slovy, obaly nás obklopují, překročily hranice svého původního určení a obalová technika se stala samostatnou, prudce se rozvíjející oblastí. Stačí na internetu zadat heslo „obalová technika“, nebo jen prostě „obaly“ a můžeme si o tom udělat reálnou představu.

Celou oblast legislativně zastřešuje směrnice Evropského parlamentu a Rady 94/62/EC o obalech a obalových odpadech a šíře jejího záběru je neuvěřitelná. Samozřejmě jí sekunduje řada národních legislativních norem. Význam a úloha obalu se násobí. Obal není již jen pouhou ochranou, stává se marketingovým nástrojem, reklamním poutačem, informátorem, formou čárových kódů přenáší řadu informací. V případě potřeby je schopen absorbovat specifické čipy, které umí podávat průběžně informace o přepravovaném zboží od výroby, přes sklad až po uložení na regálu v maloobchodu pro potřeby konečného spotřebitele.

Přepravní podmínky a vznik ztrát během přepravy jsou předmětem trvalého zkoumání a trvalého zlepšování. Každý sortiment vyžaduje specifický přístup pro zvolení vhodného obalu –





a to jak z ochranného, tak marketingového a obchodně technického hlediska.

Přes všechny známé skutečnosti, přes praktické zkušenosti firem dochází právě díky nevhodně zvolenému obalu ke značným ztrátám. Výrobní, dopravní i obchodní firmy často na důsledky poškození, kterému by mohl vhodně zvolený obal zabránit, doplácí. Ukazuje se, že k nejčastějším příčinám poškození výrobků patří nedostatečná fixace zboží v obalech. Nejsou vytvořeny žádné deformační zóny na dně a bocích obalu, zboží není dostatečně upevněno, výrobky od sebe nejsou dostatečně odděleny. Často jsou používány nekvalitní obalové materiály ve snaze ušetřit za každou cenu. Nejsou zpracovány balicí předpisy a procesu balení je věnována pouze malá pozornost. To je nepříznivé zjištění. V době, kdy každá firma hledá cestu jak snížit své náklady, se zdá jako velmi nepopulární nabádání k investování do obalů. Ale rozhodně stojí zato porovnat předpokládané náklady na výběr vhodného obalu (např. tvaru, volby materiálu, konstrukce, odolnost proti vnějším vlivům apod.) s náklady, které představují škody vzniklé během přepravy, následné



reklamace a náklady na opravy. Zejména při dopravě zboží do zámoří mohou náklady na reklamaci dodávky převýšit očekávaný zisk.

Cílem tohoto zamýšlení není popsání současného stavu úrovně obalové techniky u nás. Zcela opomenuta je například oblast obalových strojů a mnoho dalších aspektů vážících se k této problematice. Naopak je však třeba zamyslet se znovu, jak se nám podařilo s problematikou obalů vyrovnat v jednotlivých konkrétních případech a posoudit, zda právě zde není značný prostor pro výraznou

úsporu nákladů. Pokud existují určité pochybnosti, je celá řada možností, jak je řešit. Z tohoto pohledu považuji za velkou příležitost navštívit mezinárodní veletrh EmbaxPrint, který bude probíhat ve dnech 2. - 5. března 2010 na brněnském výstavišti. Tam se stejně jako v letech minulých představí nejen nejmodernější obalová technika, ale bude zde jistě i řada firem, které budou nabízet nová řešení. Ale hlavní přínos je nejspíš v možnosti komplexního pohledu na tuto problematiku a v získání stimulů pro další individuální rozhodování. ■ LP

Boj se sněhovou kalamitou

Na počátku roku Českou republiku a nejen ji náhle překvapila a potrápila kalamitní sněhová nadílka. Vypravili jsme se s redakcí podívat na to, jak bude Praha logisticky zvládat úklid a likvidaci sněhu a námrazy. Jako první začalo odklizení nejdůležitějších chodníků a silnic, to znamená hlavních pěších a silničních toků v Praze. Na práci se podílely i soukromé firmy, které odklízely a shazovaly námrazu a rampouchy z domů. V centru Prahy jsme narazili i na velmi agilní a pohotové pomocníky - smykem řízené nakladače LOCUST slovenského výrobce WAY INDUSTRIES. Vozíky zvládaly velké množství sněhu a zmrazků nejen odhrnout, ale i naložit na přistavené nákladní vozy. Nezasvěcenému pozorovateli se mohlo dokonce zdát, že se otáčí o 360 stupňů na místě. Jejich rychlou a přesnou práci bylo radost pozorovat. Sníh pak byl na pražské nábřeží shazován do Vltavy. Posudte sami, jak se činily... ■ Helena Fejtková

