

## پاکیزه کردن صنعت بسته بندی (بخش نخست)



حسین بزمان فرد

طراح ساختار و گرافیک، مشاور بسته بندی  
عضو انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران

### مطالعه موردی: شرکت قهوه استارباکس

شرکت قهوه استارباکس از زمان تاسیس در پی به حداقل رساندن اثرات زیست محیطی تجارت خود بوده است. با بیش از ۱۰۰۰۰ مغازه در سراسر دنیا، استارباکس مشخصاً اهمیت عملکرد پایدار را درک می کند. مارگارت پایاداکیس، فروشنده ارشد بخش بسته بندی استارباکس، عنوان می کند: «ما وظیفه داریم مواد خود را به طور پایدار تامین و مدیریت کنیم اما یک شرکت به تنهایی نمی تواند این مشکل را برطرف کند. ارتباط ما با SPC به هدف آموزش و همراستایی با سایر فروشندگان بسته بندی و افزایش تجارت پایدار توسط تامین کنندگان ما بوده است» و چون اهداف پایدارسازی شرکت با رسالت SPC سازگار است، استارباکس مشتاق به ارائه مطالعه موردی آموزنده ای است تا شرکت های دیگر در سازمان از آن درس بگیرند. جزییات مطالعه موردی تصویری واضح ارائه می دهد از تفکر خلاق و اینکه تا چه حد می تواند منجر به پیشرفت های زیست محیطی چشمگیر در یک بسته بندی شود و در عین حال تاثیر مثبت بر جمع کل درآمد شرکت بگذارد.

محصولات مورد بررسی محصولات کلان پخش استارباکس هستند: آجیل لقمه های با پوشش شکلات، دانه های اسپرسو و میوه خشک شده، به همراه کراکر گراهام با پوشش شکلات. سیستم بسته بندی این محصولات برای بازبینی زیبایی شناختی انتخاب شده است تا از لحاظ صوری با سایر توسعه های طراحی در خط استارباکس هماهنگ شود. یک هدف اصلی در فرآیند طراحی مجدد پایدار، کاهش مواد بود چرا که لایه های چندگانه در بسته بندی قدیمی برای محافظت از محصول ضرورتی نداشتند و کاهش منابع حاصل به معنای صرفه جویی در مواد، حجم ترابری شده و وزن ترابری شده بود.

پایاداکیس که عضو کمیته اجرایی SPC است، درک می کرد که هماهنگ سازی پویایی میان بخش های مختلف درون شرکت (از جمله تیم بازاریابی، تیم کارپردازی بسته بندی، و تیم بسته بندی مواد غذایی) یکی از چالش های جدی تر بود که باید بر آن فایق آید. «مانند هر گروه با عملکرد متقابل دیگر، اولویت های رقابتی وجود دارند. چالش در این است که هرچه بزرگ تر می شویم، مشکل تر می توانیم رسالت خود را با دیگران در میان بگذاریم و به نظری مشترک در پروژه برسیم» این اتفاق نظر باید با نیازهای فنای های خارج از مجموعه و تامین کنندگان مواد نیز مطابقت داشته باشد. با وجود زمانبر بودن، این هماهنگ سازی بخش ها متضمن یافت یک استراتژی جامع و کاملاً سنجیده بود. «نکته کلیدی تفکر درباره چرخه زندگی کلی مواد طی مرحله طراحی است تا بازایی آن ممکن شود».

مرحله طراحی در این مطالعه موردی شامل دو سایز برای هر محصول می شود: یک بسته بندی ۸۵ گرمی (۳ اونس) و یک بسته بندی ۲۸۵ گرمی (۱۰ اونس). از آنجا که بسته بندی بزرگتر فرصت بیشتری برای بهبود پایدار فراهم می کرد، جزییات قیاسی آن جعبه در اینجا ارائه شده است.



سینی به روز شده	روکش به روز شده	سینی قدیمی	روکش قدیمی
-کلا حذف شده است	-۱۴ پوینت مقوا -۱۰۰ درصد کاغذ باطله پس از مصرف -کاغذ سفید نشده -کمتر از نصف محصول را می پوشاند	- تهیه شده از خارج از کشور - پوشش داده شده با پلی لمینیت پتروشیمیایی غیر قابل بازیافت - کاغذ نو - کاغذ سفید شده	- ۱۶ پوینت مقوا - کاغذ نو - کاغذ سفید شده که کل محصول را می پوشاند

فرآیند سبک سازی با استفاده از مقوای نازک تر آغاز شد و با حذف سینی داخلی و کاهش روکش بیرونی از روکشی که کل محصول را می پوشاند، به روکشی که تنها قسمتی از کف را پوشش می داد و برای ثبات عمودی بسته بندی الزام داشت، ادامه یافت. این تلاش ها برای کاهش منابع به قدر کافی قابل ملاحظه هستند، اما تیم طراحی استارباکس با استفاده ۱۰۰ درصد از زیاله های کاغذی پس از مصرف از منابع خانگی و حذف سفیدسازی خمیر کاغذ، به فرآیند «پایدارسازی» خود ادامه داد.

هریک از این اقدامات، با اینکه به نظر تغییرات کوچکی می‌آیند، نماینده بهبودهای چشمگیر در استانداردهای زیست‌محیطی در سراسر طیف فرصت‌های پایدار بودند. نتایج، ۵۰ تا ۶۰ درصد کاهش در مصرف مواد را نشان دادند که تأثیرات منفی استخراج مواد (برای تولید کاغذ، جوهر، و چسب)، انرژی مصرفی برای تولید، سوخت مصرفی برای ترابری (بالادست و پایین‌دست) و اثرات زباله پس از مصرف را کاهش داد چرا که بسته‌بندی جدید قابل بازیافت بود.

در نهایت، به‌عنوان ارزش‌افزوده، بسته‌بندی جدید شکلات‌های خوشمزه که استارباکس «هیرو» می‌نامد را به وضوح روی قفسه به نمایش می‌گذارد و متفاوت از سیستم قدیمی است که در آن شکلات با لایه‌هایی از مواد پوشیده می‌شد.

پایاداکسیس درک می‌کند که برای ایجاد بسته‌بندی پایدارتر باید فداکاری‌هایی کرد. «زمانی که برای بازیافت طراحی می‌کنیم، فویل کوبی به هیچ عنوان پیشنهاد نمی‌شود چراکه این مهر به راحتی طی فرآیند بازیافت قابل کندن نیست. این امر تیم خلاق ما را وادار می‌کند در طراحی‌های خود نوآوری بیشتری به خرج دهند تا بسته‌بندی جلب نظر کند بدون آنکه از روش‌های سنتی برای این کار کمک بگیرند.»

اما او اطمینان دارد که استارباکس علی‌رغم تمام چالش‌ها به کار خود ادامه خواهد داد. وی عنوان می‌کند: «ما سعی داریم به سمت اعمال آموزش و تحقیق خود به واسطه همکاری با SPC و سایر سازمان‌ها برویم تا راهنمای بسته‌بندی پایدار استارباکس را توسعه دهیم. این راهنما شامل لیستی از دستورالعمل‌ها می‌شود که به طراحان و توسعه‌دهندگان کمک می‌کند در هنگام ارزیابی گزینه‌های بسته‌بندی، انتخاب‌های بهتری داشته باشند. ما همچنین قصد داریم از ابزار ارزیابی مانند ابزار ارزیابی کاغذ سازگار با محیط‌زیست (EPAT)، دستورالعمل‌های بسته‌بندی SPC، و ابزار ارزیابی مواد بسته‌بندی استفاده کنیم.»



مقایسه پهلوی به پهلوی بسته‌بندی قدیمی و جدید نشان می‌دهد که حجم کلی تغییری نکرده است. با صرفاً تغییر مواد و بازنگری ساختار بسته‌بندی، می‌توان بهبودهای قابل ملاحظه‌ای در پایداری اعمال نمود.

### مطالعه موردی: هیولت پاکارد

هیچ ابتکار شرکتی بدون حمایت کامل از سوی بالا دستی‌ها موفق نخواهد بود و عملیات بسته‌بندی پایدار HP با نگاهی جامع به تغییر اداره می‌شود. با داشتن شرکت‌های تجاری در ۱۷۸ کشور و دریایی از بخش‌های تولید خود مختار در سرتاسر دنیا، فرصت‌های بسیاری برای سوء تفاهم و ناکارآمدی و به همان اندازه فرصت برای همکاری نوآورانه در HP وجود دارد. با درک این مطلب و درک اینکه هیچ معجزه‌ای برای افزایش پایداری بسته‌بندی وجود ندارد، رندی بوئلر، مدیر برنامه مهندسی بسته‌بندی HP، بر یک رقابت گسترده نظارت می‌کند که به چشمگیرترین نوآوری‌های بسته‌بندی پایدار جایزه می‌دهد و سپس جزییات برندگان را در میان باقی اجتماع HP منتشر می‌سازد. به این صورت، جایزه PEAC (شورای مشورت زیست‌محیطی بسته‌بندی) انگیزه‌ای برای ابتکار بیشتر ایجاد می‌کند و در عین حال به‌عنوان پایگاه داده‌ای از بهترین شیوه‌ها عمل می‌کند. در حالی که تعهدات شرکتی بنیادین در ارتباط با مسایلی مانند حذف خمیر کاغذ کهنه، حذف فلزات سنگین در جوهر، حذف بسته‌بندی پی‌وی‌سی، و به حداقل رسانی استفاده از مواد بسته‌بندی وجود دارد، PEAC به قدر کافی انعطاف‌پذیر است که به هر بخش این آزادی را بدهد که خود تعیین کنند کدام رویکردها پایدار با نیازهای آنها بیشترین تناسب را دارد و اینکه چطور به این بهبودها دست پیدا کنند. یک فرم درخواست شرکت در مسابقه مستلزم مستندات جامع و مدرک اثبات موفقیت به‌کارگیری می‌باشد و بر نیاز به نوآوری‌هایی تأیید می‌کند که اثر کل زنجیره عرضه را بهبود بخشد.



### ایجاد انگیزه برای مشارکت مصرف‌کننده

از سال ۲۰۰۴، HP پاکت‌هایی از پیش پرداخت شده و آدرس‌دار در بسته‌های کارتریج جوهر خود می‌گذارد تا مصرف‌کنندگان بتوانند کارتریج‌های مصرف شده خود را بدون نیاز به یافت پاکت و پرداخت هزینه ترابری برای شرکت ارسال کنند. همین اقدام ساده میزان مشارکت مصرف‌کنندگان در کمپین بازیافت را افزایش داد به‌طوری‌که فقط در سال اول اجرای برنامه، HP در یک روز همان تعداد کارتریج را دریافت کرد که در یک ماه در برنامه قبلی خود که کمپین مبتنی بر اینترنت بود دریافت می‌کرد. این تلاش برای بازیافت در هر سال اجرا، میزان تخمینی ۵۰ تن زباله را از محل‌های دفن زباله دور نگه داشته است.