



## صنایع بسته بندی جهان، وضعیت آینده

سالانه حدود ۵۰ درصد از محصولات کشاورزی جهان به خاطر عدم گسترش صنعت بسته بندی از بین می‌رود و اگر افزایش جمعیت جهان را در یک سوی این مسأله قرار دهیم و طبق آمار رسمی به این نتیجه برسیم که جمعیت ۴ میلیارد نفری جهان در سال ۲۰۰۰ به ۷ میلیارد و در سال ۲۰۲۵ به ۱۵ میلیارد نفر خواهد رسید به اهمیت موضوع پی خواهیم برد.

جهت ضروری است. مسأله دیگری که باید در صنعت بسته بندی مورد توجه قرار گیرد، اهمیت دادن به مقوله حفاظت محیط زیست است. در عین حال، باید ترتیبی داده شود تا مواد و مصالحی که در صنعت بسته بندی مصرف شده است، بار دیگر مورد استفاده قرار گیرد و در اجرای این منظور، عنایت به مسأله حفظ محیط زیست و جلوگیری از آلودگی امری بسیار ضروری است.

سالانه حدود ۵۰ درصد از محصولات کشاورزی جهان به خاطر عدم گسترش صنعت بسته بندی از بین می‌رود و اگر افزایش جمعیت جهان را در یک سوی این مسأله قرار دهیم و طبق آمار رسمی به این نتیجه برسیم که جمعیت ۴ میلیارد نفری جهان در سال ۱۹۸۰، در سال ۱۹۸۵ به ۵

اروپایی ۱۱۶ کیلو، آمریکا ۲۵۰ و کشورهای جهان سوم فقط ۵ کیلو گرم است!

برای اینکه به آینده صنایع بسته بندی و همچنین پیشرفتهای که این صنعت در سالهای آتی خواهد کرد، آگاه شویم باید عوامل و فاکتورهای متعددی را مورد نظر قرار دهیم، که مهمترین آن عبارتند از: فن آوری جدید، تغییرات وسایل و سیستمهای بسته بندی، میزان موجودی نفت خام و کفایت یا عدم کفایت آن برای جمعیت کنونی جهان.

نفت خام به عنوان ماده اولیه صنایع بسته بندی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، ضمن اینکه برای تهیه مواد جنبی همانند سوخت و تولید انرژی به منظور گردش چرخهای صنعت، وجود آن از هر

بزرگترین مصرف کننده صنایع بسته بندی، بخش صنایع مواد غذایی است که حدود ۵۰ درصد از این صنعت را به خود اختصاص داده است. پس از آن صنایع دارویی با ۲۰ درصد و صنایع آرایشی با ۱۵ درصد در ردیف دوم و سوم قرار دارند. ضمن اینکه صنایع دیگر از جمله صنایع شوینده، روغن، کریس، اسباب بازی، سموم دفع آفات، رنگهای ساختمانی و نساجی با ۱۵ درصد در ردیفهای بعدی واقع شده‌اند.

پیشرفت و ترقی اقتصادی یک جامعه یا یک کشور را می‌توان از میزان استفاده آن جامعه یا کشور از صنایع بسته بندی ارزیابی کرد. طبق یک آمار رسمی، مصرف سرانه هر نفر در سال در کشور فرانسه ۱۶۰ کیلو، آلمان ۱۹۰ کیلو، کشورهای

میلیارد نفر و در سال ۲۰۰۰ به ۷ میلیارد و در سال ۲۰۲۵ به ۱۵ میلیارد نفر خواهد رسید به اهمیت موضوع پی خواهیم برد. یک آمار رسمی دیگر به ما می‌گوید: در سال ۲۰۰۰ حدود ۸۰۰ میلیون نفر از گرسنگی رنج خواهند برد و بدین سبب هر روز که می‌گذرد به اهمیت صنعت بسته بندی بیشتر پی خواهیم برد و شاهد قوس صعودی مسأله خواهیم بود.

حال که به اهمیت صنعت بسته بندی و نقش آن در جهان پی بردیم، با این پرسش روبرو هستیم که چه بکنیم تا در این زمینه از کشورهای پیشرفته جهان، عقب نمانیم؟ پاسخ دادن به این پرسش، چنین ضرورت‌هایی را به ما نشان می‌دهد:

□ تأسیس یک مرکز علمی - پژوهشی در صنعت بسته بندی توسط مسئولین امور، علاقه‌مندان و صاحبان صنایع.

□ برطرف کردن قوانین دست و پا گیر و ایجاد تسهیلات لازم در امر واردات مواد اولیه صنعت بسته بندی و حمایت همه

جانبه و پیگیر از آن.

□ کنترل شدید کارگاه‌های تولید کننده مواد غذایی و مخصوصاً مواد فاسد شدنی توسط مسئولان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، و الزام آنان مبنی بر عرضه کالا در بسته بندی به منظور جلوگیری از ضایعات و همچنین حفظ سلامت جامعه

□ شرکت در نمایشگاه‌های بین المللی و برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی و تشکیل کنفرانس و سمپوزیومها و دعوت کارشناسان جهانی به منظور تشریح و تبیین اهمیت صنعت بسته بندی و ضرورت توجه به آن.

بسته بندی عبارت از محافظی است که سلامت کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مرحله مصرف حفظ می‌کند اساسی‌ترین هدف بسته بندی فراهم کردن سالم‌ترین و اقتصادی‌ترین طریقه تحویل کالا از نقطه تولید به مصرف کننده است. بنابراین بسته بندی به عنوان یک عمل

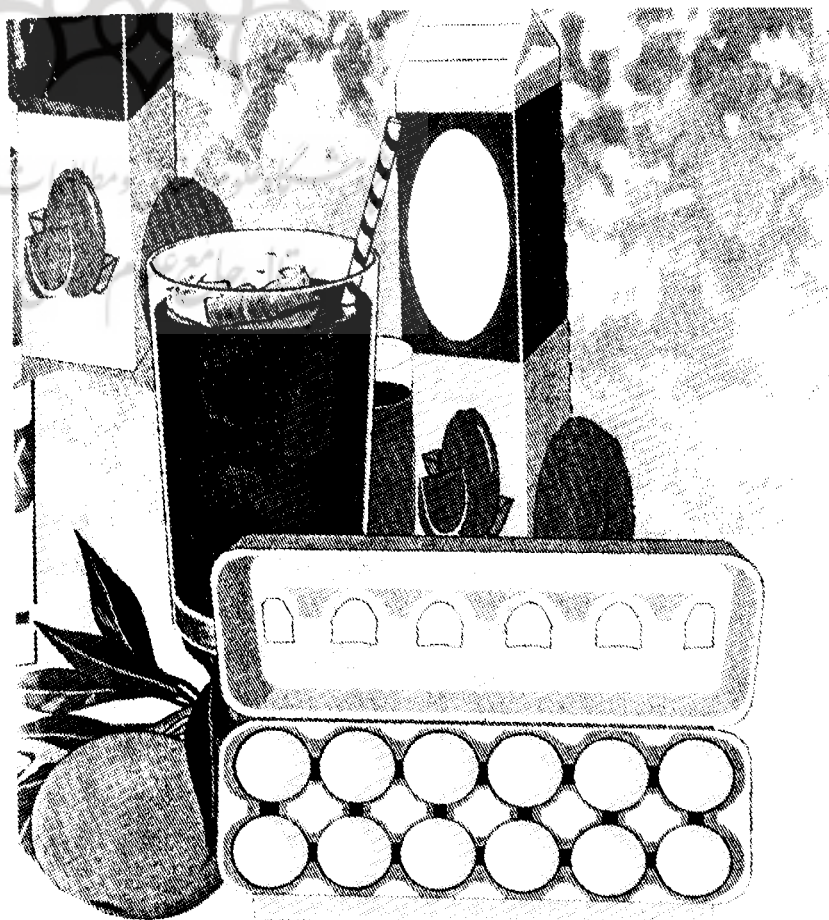
قوی و موثر در سیر طولانی تولید، توزیع و بازار یابی عمل می‌کند.

امروزه بسته بندی با گسترش روزافزون تولیدات گوناگون صنعتی و توسعه مراکز عرضه کالاها که به صورت سلف سرویس عمل می‌کنند و تنوع تولیدات و ترکیبات مواد به کار رفته، یک وسیله ارتباطی مستقیم بین تولید کننده و مصرف کننده است. از طراحی بسته که علاوه بر جنبه کاربردی آن مطرح است، گرفته تا جنبه جذابیت کالا و اطلاعاتی که توسط برچسب‌های اطلاعاتی مصرف کننده منتقل می‌کنند و علایم ایمنی که رعایت نکات لازم در نگهداری و جابه جایی و شرایط حمل و نقل یا مصرف محتوی را به روی بسته بندیها مشخص می‌سازد، بسته بندی را به عنوان یک عامل مهم ارتباطی مطرح می‌سازد. بنابراین با توجه به تحولات دنیای صنعت امروز، بسته بندی یک وسیله مهم صنعتی با یک استراتژی است که برای محافظت و ارتقای کیفیت محصول به کار می‌رود.

اهمیت بسته بندی در جهان امروز برای تولید کنندگان محصولات کشاورزی، غذایی و بهداشتی به حدی است که طراحی بسته بندی را مرز تعیین کننده در رقابتهای خود به حساب می‌آورند. این آگاهی اهمیت استراتژیک بسته بندی و طراحی آن را بیشتر آشکار می‌سازد و ایجاب می‌کند که با انجام تحقیقات برای بهتر کردن کیفیت بسته بندی و طرحهای آن بکوشند تا بتوانند قرارهای موجود خود را حفظ یا بازارهای جدیدی را به روی خود بگشایند. لذا مدام به دنبال روشهای جدیدتر، مواد مناسب‌تر و طراحی جذاب‌تر هستند. در این میان باید توجه داشت که «کیفیت بهتر و هزینه کمتر» همیشه برنده خواهد بود.

**وضعیت بسته بندی در ایران**

باید به این اصل توجه داشت که پیشرفت صنعت بسته بندی در هر کشور



رابطه مستقیم با سایر صنایع در آن کشور دارد.

یعنی با توجه به سطح توانایی تکنولوژی موجود در هر کشور برای ساخت و عرضه کالاهای متنوع، صنعت بسته بندی که جزو اینک صنایع است، رشد می‌کند. طراحی و ساخت بسته بندی‌های لازم برای کالاهای جدید تولید شده به منظور رقابت در ابزارهای داخلی و خارجی، امکانات و ابتکاراتی به وجود می‌آورد که با کسب تجربیات جدید در بازار، رقابتها پویاتر و کارآمدتر می‌شود. در کشور ما صنایع بسته بندی در همه انواع خود اعم از کارتنها، ظرفهای فلزی، ظرفهای شیشه‌ای، ظرفهای پلاستیکی، ظرفهای چوبی و بسته‌های کاغذی و مقوایی وجود دارد. اما باید اذعان داشت که به علت عدم وجود دانش فنی لازم و کم توجهی به کیفیت و فرسوده بودن برخی از صنایع بسته بندی، و عدم امکان دسترسی به تکنولوژی مدرن، با کمبودهای چشم‌گیری روبروست. در حالی که در سالهای اخیر در سایر کشورها این صنعت با شتاب زیادی پیشرفت کرده است، نبودن رقابت در بین تولیدات داخلی، عامل این کمبودها است. در چند سال دوران جنگ تحمیلی به علت تنگناهای اقتصادی، عملاً بسته بندی به عنوان یک عامل تحمیلی مورد بی‌اعتنایی قرار گرفت. امروز نیز به خاطر هزینه فوق العاده‌ای که برای سرمایه‌گذاری جهت واردات تکنولوژی مدرن لازم است، کمتر رغبتی به سرمایه‌گذاری در این بخش از صنعت دیده می‌شود.

با اینکه در چند ساله اخیر با وارد شدن در بازارهای خارجی به خصوص در زمینه اقلام جدیدی از محصولات غذایی کشاورزی، سبزی، میوه و گل و غیره دریافته‌ایم که ارزش افزوده بسته بندی بر روی صادرات تا چه اندازه حائز اهمیت است و تفاوت کالای فله با کالای بسته

**بسته بندی عبارت از محافظتی است که سلامت کالای محتوی خود را از مرحله تولید تا مرحله مصرف حفظ می‌کند. اساسی‌ترین هدف بسته بندی فراهم کردن سالم‌ترین و اقتصادی‌ترین طریقه تحویل کالا از نقطه تولید به مصرف کننده است.**

**بنابراین بسته بندی به عنوان یک عمل قوی و موثر در سیر طولانی تولید، توزیع و بازار یابی عمل می‌کند.**



بندی شده به طور اصولی و بازار پسند، اختلاف بسیار دارد ولی هنوز متأسفانه ۹۹ درصد از پسته صادراتی به صورت فله صادر می‌شود. در این صادرات ارزش افزوده نصیب سایر کشورها که با بسته بندی مناسب آنها را عرضه می‌کنند، می‌شود.

کم توجهی به کیفیت چاپ که یکی دیگر از عوامل مهم در بسته بندی کالاها است، در جذابیت آن نقش مهمی دارد. در این زمینه نتوانسته‌ایم کار قابل رقابتی عرضه کنیم و لازم است که این فقدان نیز جبران شود. همچنین ناقص بودن برچسب‌های اطلاعاتی و کدزنی و عدم ارائه اطلاعات بهداشتی و فنی لازم به مصرف کنندگان از دیگر نواقص کار در صنعت بسته بندی است.

به طور کلی باید اذعان داشت که صنعت بسته بندی موجود در کشور نیاز به باز

سازی از یک سو و دستیابی به تکنولوژی مدرن از سوی دیگر دارد. زیرا با وضع موجود نمی‌توان در بازارهای رقابت صادراتی با امکاناتی که رقبای ما از آن برخوردار هستند انتظار موفقیت داشت.

### استاندارد و بسته بندی

از آن جایی که بسته بندی، تکنولوژی لازم برای حفظ و نگهداری سلامت کالا در مقابل خطرهای گوناگون از قبیل فساد ضربه، لرزش، فشار و شرایط جوی درانبارها و شبکه توزیع است، بنابراین باید با توجه به اصول علمی یعنی همان استانداردها مناسب‌ترین محافظ همراه با تمهیدات لازم را و با توجه به ویژگیها و طبیعت کالاهای مورد نظر به کار گرفت تا کالا پس از طی مراحل مختلف نگهداری، جابه جایی، حمل و نقل و شرایط گوناگون آب و هوایی از راههای زمینی، دریایی و هوایی سالم به دست مصرف کننده برسد.

در هر یک از این موارد باید بسته بندی خصوصیات و ویژگیهای خاص خود را داشته باشد. هم چنین ممکن است عوامل اختصاصی برای بعضی از محصولات یا تولیدات صنعتی مطرح باشد که لزوم طراحی بسته بندی پیچیده‌تری را طلب کند و سیستمهای حمل و نقل مکانیکی یا اتوماتیک، اغلب در طراحی ابعاد بسته‌ها مورد توجه خاص قرار گیرد.

با توجه به مطالب مطرح شده رعایت اصول استانداردهای بسته بندی تدوین و به اجرا گذاشته شود. برای وارد شدن در بازارهای صادراتی اصول تدوین شده در استانداردها باید متناسب با نیازهای این گونه بازارها تنظیم شود. زیرا هر چند که برای یک تولید کالا، سرمایه، انرژی و نیروی انسانی صرف می‌شود، در صورتی که با اصول لازم، بسته بندی نشود تمام زحمات به هدر می‌رود و کالا سالم به بازار فروش یا به دست مصرف کننده نخواهد رسید.



رعایت استانداردهای بسته بندی یکی از مهم‌ترین عوامل نگهداری و توزیع محسوب می‌شود. با توجه به استاندارد بودن وسایل نگهداری و جابه جایی و حمل و نقل بین المللی مانند پالت‌ها، انبارها، کانتینرها و دیگر وسایل حمل و نقل زمینی، دریایی و هوایی، رعایت استانداردهای بسته بندی اجتناب‌ناپذیر شده است. عدم رعایت آنها معنی ناهماهنگی با سیستم داد و ستد بین المللی است که منجر به شکست در صحنه تجارت جهانی خواهد شد.

مهمترین نوع بسته بندی از نظر جابه جایی و حمل کالا در داخل یا خارج از کشور کارتن‌ها هستند. در این مورد تا کنون ۲۹ استاندارد تدوین شده است که به طور مستقیم یا غیر مستقیم مربوط به بسته‌های حمل و نقل می‌شود. از جمله برای ویژگیهای کاغذ لاینر و فلو تینگ که مهم‌ترین اجزای تشکیل دهنده مقوای کارتن‌ها هستند، دو استاندارد ملی تدوین شده است. در این استانداردها کلیه ویژگیهای لازم برای این نوع کاغذ مشخص شده که بر اساس روشهای آزمایشی مدون، کیفیت آنها قابل ارزیابی و نظارت است.

در مورد قوطیهای فلزی که مهم‌ترین وسیله بسته بندی برای صنایع تبدیلی مواد

غذایی در کشور ما به حساب می‌آیند استانداردهایی تدوین شده است که اهم آنها عبارتند از:

استاندارد ویژگیهای ظرفهای فلزی غیر قابل نفوذ برای بسته بندی مواد غذایی و ویژگی لاکهای مورد مصرف در این نوع ظرفها و روشهای آزمون مربوط به آنها. با توجه به اهمیت این نوع بسته بندی در نگهداری مواد محتوی خود و رعایت طول عمر نگهداری مواد به طور بهداشتی و سالم، این استانداردها از سال ۱۳۶۴ اجباری اعلام شده است. با توجه به اجباری بودن استاندارد لاکهای مصرفی برای ظرفهای فلزی مواد غذایی که تماماً وارداتی هستند، نمونه‌های این لاکها به مؤسسه استاندارد ارسال و بر روی ورقهای مربوطه بر اساس مشخصات فنی مربوط به آنها نشانده و آزمایش می‌شوند.

مرحله دوم کنترل قوطیهای خالی است و مرحله سوم آزمون قوطیهای پر شده است که با توجه به اثرات ناشی از محصول، این ظرفهای فلزی مورد آزمایش قرار می‌گیرند.

استانداردهای دیگری که در مورد ظرفهای فلزی تدوین شده عبارتند از: ویژگیهای قوطی رنگ، ضد یخ، روغن گریس،

قوطیهای اثر و سل برای حشره کشها، قوطیهای فلزی برای مصارف عمومی، قوطیهای فلزی پسته، قوطیهای فلزی سه تکه نوشابه‌های گازدار، قوطیهای استوانه‌ای آلومینیومی برای بسته بندی قرصهای دارویی، بشکه‌های فلزی و غیره....

در حال حاضر مشکل عمده‌ای که در رابطه با ظرفهای شیشه‌ای وجود دارد یکی مربوط به ناخالصیهای موجود در مواد اولیه تولید شیشه است که باعث می‌شود این ظرفها از رنگ و شفافیت لازم برخوردار نباشند. دیگری مربوط به عدم تقارن، غیر یکنواختی جدار ظرفها و وجود انواع ترکها و حتی گاهی زواید داخلی است که از کیفیت ظرفهای شیشه‌ای داخلی کاسته است. با توجه به این رشته از صنعت بسته بندی خود کفاترین صنعت، از نظر نیاز مواد اولیه است. با رفع نواقص مذکور به وسیله صنعتگران ظروف شیشه‌ای می‌تواند جای خود را هر چه بیشتر در بازار مصرف باز کند.

مشکل فعلی که در مورد بطری نوشابه‌ها مطرح است و باعث ضایعات فراوان در هنگام پر کردن، می‌شود عدم تقارن دهانه بطری با خود بطری است که فشار وارده یکنواخت توزیع نمی‌شود و در

نتیجه باعث شکستن بطریها می‌شود.

در زمینه تحقیقات نیز علاوه بر انجام تحقیقات لازم برای تدوین استانداردها، به خصوص استانداردهایی که دارای منابع لازم داخلی، خارجی و یا بین‌المللی نیستند، سایر تحقیقات لازم با توجه به امکانات بسیار محدودی که در زمینه در اختیار مؤسسه قرار می‌گیرد انجام می‌شود. یکی از طرحهای تحقیقاتی انجام شده در زمینه بسته بندی، تحقیق در مورد امکان کاهش میزان پوشش قلع در ورقهای به کار رفته برای ساخت ظرفهای فلزی غیر قابل نفوذ است که با توجه به ویژگیها و ترکیبات سنتی مواد غذایی در ایران انجام پذیرفته است. علاوه بر استانداردهای اختصاصی تدوین شده در زمینه بسته بندیهای گوناگون، تدوین استاندارد ویژگیهای هر کالا، سرفصلی به نام بسته بندی اختصاص یافته است که خصوصیات لازم برای بسته بندی آن کالا را به طور کلی مشخص می‌کند

### تکنولوژی بسته بندی

بسته بندی عبارت است از: در بر گرفتن محصولات، اقلام و یا بسته‌ها در یک کیسه، جعبه، لیوان، سینی، قوطی، لوله، بطری و یا فرم دیگری از ظروف که بتواند یکی از اعمال عمده زیر را انجام دهد:

۱- در برگرفتن برای حمل و نقل و استفاده از محصول -

این ابتدایی‌ترین عملی است که یک بسته انجام می‌دهد. علت اصلی استفاده از یک بسته این است که بتوان محصولی را از محلی به محل دیگر منتقل کرد. بسته بندی، به افراد این فرصت را می‌دهد که نه تنها آن چه را که ممکن است در دست حمل کنند، بلکه هر چه را که نمی‌توانند با دست حمل کنند بتوانند از محلی به محل دیگر منتقل کنند. مثل پودر رخت شویی یا روغن مایع.

۲- محافظت -

منظور از محافظت این است که بتوان محصول داخل ظرف را از شرایط محیط

**برای افراد مختلف بسته بندی و تکنولوژی آن، معانی مختلف دارد. برای مثال مصرف کننده به بسته به عنوان یک محصول، زمانی نگاه می‌کند که آن بسته خراب بشود و تا زمانی که سالم است به آن توجهی ندارد. از نظر مصرف کننده فقط به این خاطر خریده می‌شود که دور ریخته شود. تولید کنندگان مواد غذایی به بسته به عنوان یک عامل هزینه تولید و کاربرد در کارخانه نگاه می‌کند. یک سوم تا نیمی از هزینه تولید مواد غذایی صرف مواد و ماشینهای بسته بندی می‌شود. بازار یاب و تبلیغ کننده به بسته به عنوان یک وسیله گران قیمت و پر نفوذ برای بازار یابی نگاه می‌کند. باید توجه داشت که خود بسته نیز در فروش نوع بخصوصی از مواد غذایی دخالت دارد. در حقیقت خود بسته از نظر تبلیغات، ارزان‌ترین شیوه تبلیغات است.**

خارجی حفظ کرد. بعد دیگر مربوط به محافظت محیط از مواد درون یک ظرف می‌شود نظیر مواد شیمیایی، برای مثال، محصولات خشک به رطوبت خیلی حساس هستند و رطوبت به آنها صدمه می‌زند. از طرف دیگر محصولاتی وجود دارند که در اثر از دست دادن رطوبتشان در اثر تماس با هوای خشک صدمه می‌بینند. اکسیژن هوا به راحتی می‌تواند بعضی از مواد غذایی را اکسیده کند و بسته می‌تواند محصول را از اثر اکسیژن حفظ کند. این مسأله به خصوص برای محصولات چربی دار بسیار مهم است، زیرا اکسیژن به راحتی چربی را اکسیده می‌کند و با باعث تغییر رنگ، از بین رفتن سلامت مواد غذایی و تولید بوهای ناخواسته می‌شود. باید نوشابه‌های گازدار در بطریهایی نگهداری شوند که از فرار گاز کربنیک جلوگیری کند. به علاوه گذاشتن محصول در دو بسته داخلی و خارجی باعث می‌شود که محصول در حمل و نقل و جابه جایی صدمه نبیند.

### ۳- انتقال اطلاعات -

بر روی بسته‌های توان اطلاعاتی نظیر نوع محصول، کیفیت، مقدار، تاریخ مصرف و تولیدکننده و قیمت محصول را به اطلاع مصرف کننده رساند. این انتقال اطلاعات از طریق چاپ روی بسته، برچسب زدن روی بسته و یا شفاف بودن ظرف امکان‌پذیر است. دکوراسیون طرح روی بسته باید آنچنان جالب باشد که مصرف کننده را ترغیب به خرید کند. ارزش غذایی محصول هم باید روی بسته نوشته شود تا مصرف کننده به درستی بداند محصول داخل بسته چه نقشی در سلامت و تغذیه او دارد.

### ۲- کارایی بسته -

منظور از کارایی این است که بسته طوری طراحی شود که مصرف کننده به راحتی از محصول آن استفاده کند. فرم باز کردن در قوطی و یا بطری، واحد مصرف، تقسیم کردن محصول به چند قسمت،

## یک آمار رسمی دیگر به ما می‌گوید: در سال ۲۰۰۰ حدود ۸۰۰ میلیون نفر از گرسنگی رنج خواهند برد و بدین سبب هر روز که می‌گذرد به اهمیت صنعت بسته بندی بیشتر پی خواهیم برد و شاهد قوس صعودی مسأله خواهیم بود.

پیچیده شدن محصول با هم، استفاده دوباره از بسته قوطی‌هایی با محتویات تحت فشار و کیسه هایی که قابل حرارت دادن هستند مثال هایی هستند که می‌توان نام برد.

### تاریخچه و انواع بسته بندی

سیستمهای بسته بندی بردو نوع است، مصرفی و صنعتی. بسته‌های مصرفی برای مصرف کننده شخصی تهیه می‌شود این بسته‌های صنعتی برای مصرف در کارخانه‌ها مونتاز، خدمات موتوری و تعمیرگاهها طراحی می‌شود. این بسته‌ها معمولاً از واحدهای بزرگ و سنگین ساخته شده‌اند و هیچ گونه تزیین و یا دکوراسیونی روی آنها نیست. معمولاً آن چه که روی این نوع بسته‌ها نوشته می‌شود شیوه‌های استفاده و یا باز و بسته کردن آنها است.

تاریخ نشان داده است که در ابتدای تمدن بشری نیازی به بسته بندی غذا نبود بلکه مردم برای به دست آوردن غذا از محلی به محل دیگر می‌رفتند تا آن که پناهگاههای دائمی برای خود پیدا کردند، یا ساختند.

در چنین شرایطی ناچار بودند غذا را از مطنهای مختلف جمع آوری کرده و به محل سکونت خود بیآورند. این نیاز باعث شد که اولین نوع بسته بندی، نظیر کدوهای خشک شده، صدفها، برگها و پوست حیوانات و دیگر مواد طبیعی مورد استفاده قرار بگیرد. در خاور میانه برای انتقال آب، شیر و ماست و روغن یا دوغ از پوست حیوانات اهلی استفاده می‌شود. در اسپانیا از مشک برای نگهداری مایعات استفاده می‌شود در ادوار قدیم از شاخ حیوانات

برای حمل و نقل و ذخیره غذا استفاده می‌شد، در مناطق استوایی هنوز از بامبو برای ذخیره کردن مواد غذایی استفاده می‌شود. از پوست حیوانات نیز برای ساخت پارچه‌های ضخیم که در نهایت برای بسته بندی مورد استفاده قرار می‌گیرند، استفاده می‌شود. در مناطق خرما خیز خاورمیانه از برگ خرما برای بسته بندی خرما استفاده می‌شود.

در اواخر قرن هیجدهم میلادی یک تغییر عمده در اقتصاد غرب صورت گرفت و ماشینهای صنعتی همراه با توسعه تکنولوژی وارد عرصه تولید شد. این انقلاب صنعتی باعث توسعه و بهبود کیفیت ظروف و ساخت آنها و پیشرفت چشمگیر در صنعت بسته بندی شد. این پیشرفتهای شامل:

۱- تولید قوطی فلزی که امروزه بیشترین مصرف را در دنیا برای مواد غذایی تولید شده دارد.



۲- لوله‌های فلزی انعطافی که برای خمیر دندان و رنگها از آنها استفاده می‌شود.

۳- کارتنهای کوچک تاشو که مهم‌ترین نوع بسته بندی برای مصرف شخصی است، مانند کارتن شیر.

۴- کارتنهای حمل و نقل مقوایی که جای صندوقهای تخته‌ای را گرفتند.

۵- در بطریهاکه برای بستن بطریهای شیشه‌ای مورد استفاده قرار گرفتند.

در اواخر قرن نوزدهم و ابتدای قرن بیستم، تولید مکانیزه غذاهای بسته بندی در آمریکا ظاهر شد. در همین زمان هنر گرافیک برای انتقال بهتر اطلاعات در خدمت صنایع بسته بندی مصرفی درآمد. در سال ۱۸۹۹ میلادی شرکت بیسکویت سازی یونیدا اولین واحد بسته بندی بیسکویت را برای مصرف شخصی به بازار معرفی کرد. بدین ترتیب برای اولین بار مصرف کنندگان قادر شدند که یک بسته بیسکویت بخرند بی آن که مجبور باشند این بیسکویت را به شکل فله از فروشگاه بخرند. این نوع بسته بندی باعث بهتر نگهداشتن مزه و بافت بیسکویت شد.

برای افراد مختلف بسته بندی و تکنولوژی آن، معانی مختلف دارد. برای مثال مصرف کننده به بسته به عنوان یک محصول، زمانی نگاه می‌کند که آن بسته خراب بشود و تا زمانی که سالم است به آن توجهی ندارد. از نظر مصرف کننده بسته فقط به این خاطر خرید می‌شود که دور ریخته شود. تولید کنندگان مواد غذایی به بسته به عنوان یک عامل هزینه تولید و کاربرد در کارخانه نگاه می‌کند. یک سوم تا نیمی از هزینه تولید مواد غذایی مصرف مواد و ماشینهای بسته بندی می‌شود.

بازار یاب و تبلیغ کننده به بسته به عنوان یک وسیله گران قیمت و پر نفوذ برای بازار یابی نگاه می‌کند. باید توجه داشت که خود بسته نیز در فروش نوع بخصوصی از مواد غذایی دخالت دارد. در حقیقت خود بسته از نظر تبلیغات، ارزان‌ترین شیوه تبلیغات است. و سرانجام برای توزیع کننده، بسته به عنوان وسیله توزیع، انبار کردن، روی هم گذاشتن و به معرض فروش گذاشتن در نظر گرفته می‌شود.

### خصوصیات یک بسته بندی

یک بسته باید خصوصیات زیر را داشته باشد:

۱- بسته باید قابل توجه باشد که بتواند به فروش کمک کند. اگر مصرف کننده، چنان بسته‌ای را نخرد باید طرح دیگری در نظر گرفت.

۲- بسته باید عملی را که به آن واگذار شده به خوبی انجام دهد. یعنی این که از نظر مواد، طرح و انجام عمل، کارایی داشته باشد.

در غیر این صورت مردم دوباره آن را نمی‌خرند.

۳- بسته باید از نظر اقتصادی به صرفه باشد، به طوری که کارخانه‌ها بتوانند آن محصول را در بازار رقابت نگه دارند.

۴- بسته باید با دوام باشد تا بتواند در برابر شرایط ناهنجار حمل و نقل خراب نشود. هر چه شرایط ناهموارتر باشد، بسته باید از نوع محکمتری ساخته شود.

۵- بسته باید طبق قوانین دولت و به خصوص با در نظر گرفتن مسأله محیط زیست ساخته شود. نظر مردم و به خصوص قابلیت دوباره استفاده کردن از بسته دو مسأله مهمی هستند که باید در نظر گرفته شود.

خلاصه آن که در هر مرحله‌ای از مراحل بالا، اگر بسته‌ای قادر به انجام عمل خود نباشد، باید بسته را از بازار خارج و پس از بهبود دوباره وارد بازار کرد. امروز

در امریکا و اروپا بسته بندی، تمام ۲۰۰ نوع مختلف صنایع تولیدی را در بر می‌گیرد. در این میان در امریکا قریب ۲۰۰ هزار شرکت تولید کننده و شرکتهای خدماتی از تکنولوژی ترازه بسته بندی استفاده می‌کنند. و حدود یک میلیون نفر در صنعت بسته بندی مشغول به کار هستند. بنا به قولی این صنعت، بزرگ‌ترین کارفرمای حقوق بده در آمریکاست. در آمریکا ۷۵ درصد تمام محصولات تولید شده بسته بندی می‌شود. این صنعت به تنهایی در سالهای اخیر توانسته بالغ بر ۵۵ میلیارد دلار محصولات تولید شده را در آمریکا بفروشد. تخمین زده می‌شود که تا سال ۲۰۰۰ مقدار فروش صنایع بسته بندی به ۷۰ میلیارد دلار برسد.

در بسته بندی از مواد مختلف استفاده می‌شود. در اروپا و آمریکا ۵۰ درصد کل کاغذ و مقوای تولید شده صرف بسته بندی می‌شود. ماده دیگری که زیاد به مصرف می‌رسد شیشه است که به تدریج جای خود را به پلاستیکهای مختلف می‌دهد. در این مورد در اروپا و امریکا قریب ۲۵ درصد کل شیشه تولیدی صرف ساخت بطری و دیگر ظروف شیشه‌ای، برای بسته بندی جامدات و مایعات می‌شود.

پلاستیک به خاطر سبکی وزن، به تدریج بازار بزرگتری را به خود اختصاص می‌دهد. امروزه صنایع بسته بندی در اروپا و آمریکا ۲۹ درصد کل پلاستیک تولید شده را مصرف می‌کنند که این درصد همواره در حال رشد است مشکل عمده پلاستیک، مقاومت آن در برابر از بین رفتن در اثر عوامل طبیعی است که خوشبختانه در اثر تولید مواد جدید پلاستیکی، این مشکل در آینده به مقدار قابل توجهی کاهش خواهد یافت. از فلزات تولیدی ۲۳ درصد کل آلومینیوم و ۸ درصد کل فولاد تولید شده صرف بسته بندی می‌شود.

در امریکا و اروپا جایگاه صنایع بسته

بندی در میان دیگر صنایع هر ساله بهبود می‌یابد به طوری که امروز صنعت بسته بندی سومین صنعت بزرگ غرب شناخته می‌شود.

در یک بسته به طور عملی چهار فاکتور مختلف نقش تعیین کننده دارند:

### ۱- کاربرد و فرم بسته -

از نظر کاربرد و فرم بسته سه نوع بسته تشخیص داده می‌شود، این بسته‌ها، بسته اولیه، بسته ثانویه و بسته ثالثه نامگذاری شده‌اند.

بسته اولیه، بسته‌ای است که در تماس مستقیم با محصول تولیدی است. این بسته اولین لایه محافظت در برابر شرایط خارجی است. برای مثال قوطی نوشابه گازدار، در ضمن بطری شیشه‌ای و یا قوطی کنسرو.

فرم دوم، بسته ثانویه است که همیشه در خارج بسته اولیه قرار می‌گیرد. این بسته، گاه می‌تواند دو یا چند بسته اولیه را در بر گیرد، برای مثال کارتن مقوایی و یا جعبه چوبی و یا پلاستیکی بطریهای نوشابه گازدار. در ضمن بسیاری از محصولات بسته ثانویه ندارند.

فرم سوم، بسته ثالثه است. این بسته عملاً در حمل بسته‌های دیگر از نقطه‌ای به نقطه دیگر عمل می‌کند. برای مثال صندوقهای تخته‌ای و یا کارتنهای مقوایی بزرگ، بسته ثالثه در نظر گرفته می‌شوند. این نوع بسته، معمولاً توسط مصرف کنندگان دیده نمی‌شود و عملاً نقش محافظ را برای بسته‌های مصرفی بازی می‌کند. این بسته‌ها به خاطر استحکامی که دارند، به خصوص در حمل و نقلهای طولانی نقش عمده‌ای دارند.

فاکتور دوم در بسته بندی، مواد بسته بندی است. بسته‌ها از موادی ساخته می‌شوند که عمل آنها جدا کردن محصول از محیط اطراف است. همان طور که قبلاً گفته شد این مواد به طور عمده شامل

کاغذ، مقوا، شیشه، فلزات، پلاستیکیها و چوب است. در این میان تعداد زیادی مواد جانبی نظیر چسب و جوهر چاپ نیز مصرف می‌شود.

فاکتور سوم در بسته بندی، ماشینهای بسته بندی هستند. این ماشینها می‌توانند شامل ماشینهای باشند که مواد اولیه را به کاغذ پلاستیکی تبدیل می‌کند. به طور کلی دو گروه ماشین در بسته بندی مورد استفاده قرار می‌گیرند. اول، ماشینهایی که ورقه پلاستیکی را به ظرف شکل سرفته شده تبدیل می‌کنند، در آنها را می‌بندند و در بسته‌های ثانویه یا ثالثه جا می‌دهند.

فاکتور چهارم که نقش کلیدی در این صنعت دارد، مردم هستند. به رغم پیشرفت چشم گیر ماشینهای اتوماتیک و نیمه اتوماتیک، بخش زیادی از بسته بندی توسط دست صورت می‌گیرد. برای این منظور افراد باید آموزش کافی را ببینند و با کار مناسب، مدیریت تولید را به نفع تولید بهتر جهت بدهند. از طرف دیگر به علت این که استفاده کنندگان از محصولات بسته بندی شده مصرف کنندگان هستند، آنها عملاً با نظر خود و یا خریدن یک بسته به صنایع بسته بندی جهت می‌دهند. این مساله به تنها مهم‌ترین عامل تولید بسته به نظر می‌رسد بلکه بدون دخالت دادن نظر مصرف کنندگان، هیچ گونه پیشرفتی در شکل و نوع بسته نمی‌توان توقع داشت. امروزه فقط در آمریکا یک فرد، در سال، حدود ۲۷۰ کیلو گرم از بسته‌های مختلف مصرف می‌کند. این مصرف به نظر می‌رسد که طی چند سال آینده نیز تقریباً ثابت بماند. طبیعتاً برای چنین مصرف بالایی از مواد صنایع بسته بندی، تولید کنندگان باید حساسیت زیادی نسبت به نظر مردم داشته باشند تا بتوانند همواره بخشی از بازار را به تولیدات خود اختصاص دهند.

#### مسائل امروز بسته بندی ایران

در ایران صرفه جویی در هزینه تمام

شده و گاه دست نیافتن به مواد اولیه بسته بندی بسیاری از کارها را بدون توجه به محاسبات اقتصادی و گاه بهداشتی، از بسته بندی مطلوب خود محروم کرده است. این عامل حتی به بعضی از اقلام وارداتی نیز سرایت کرده و مثلاً کبره و روغن فله کوپنی را که در بقالیها و مغازه‌های کوچک بریده و توزیع می‌شود، به صورتی غیر بهداشتی درآورده است. از سوی دیگر نبود یا کمبود یا گرانی بیش از اندازه ظرف و بسته بندی، بسیاری از واحدهای تولیدی را به تعطیلی کشانده است. این وضع در مورد مایعاتی که در شیشه یا بطری پلاستیکی عرضه می‌شود، مشهودتر است. این نکات ارزش یادآوری را دارد:

۱- آنچه کمبود مواد لازم برای بسته بندی را به یک مشکل و یک امر زیان آور اقتصادی درآورده است اثر آن روی صادرات «غیر نفتی» است. اما در عین حال توسعه این رشته از صادرات در سالهای اخیر، صنعت بسته بندی را سرپا نگهداشته و در بعضی زمینه‌ها باعث رشد، خلاقیتها و ارائه ابتکارهای جدیدی شده است که می‌تواند تشویق شود و توسعه یابد.

۲- بسته بندی در کار صادرات غیر نفتی، چندان جدی و مسأله ساز است که می‌بایست دولت به عنوان گامی در راه توسعه صادرات، امکان ورود ماشین آلات جدید بسته بندی و مواد لازم را فراهم آورده و با تسهیلات در اختیار واحدهای صادر کننده قرار دهد. در این مورد می‌توان به تجربه مفیدی که پس از تسهیلات فروش چوب به بهای دولتی برای بسته بندی کالاهای صادراتی حاصل آمد، اشاره کرد.

۳- مثالهای متعددی وجود دارد که نشان می‌دهد فراهم آوردن امکان تهیه بسته بندی‌های ارزان و زیبا و مناسب در داخل کشور، خواهد توانست به میزان قابل توجهی صادرات غیرنفتی را گسترش دهد و از ضایعات در این زمینه که عملاً موجب

کاهش درآمد ارزی مملکت خواهد شد جلوگیری کند. تهیه فهرستی از کالاهای دارای بازار صادراتی که به جهت نداشتن بسته مناسب، صادر نشده‌اند، می‌تواند یک نتیجه‌گیری اقتصادی - علمی در این زمینه را آسان کند.

۴- در مورد میوه، خشکبار، مواد بهداشتی و پاک کننده می‌توان تأثیر منفی فقدان بسته بندی مناسب را به خوبی مشاهده کرد. در سال ۱۳۶۶ که بورس برای صدور میوه ایران - به جهت اعلام لغو پیمان ارزی - آغاز شد، عملاً بیش از نیمی از میوه‌های صادر شده، در اثر نداشتن بسته بندی مناسب ضایع شده و در مورد بقیه نیز سود اصلی آن به جیب پخش کنندگان خارجی وقت که عملاً میوه صادراتی را که به صورت فله صادر شده بود در بسته بندی مناسب گذاشته و گاه به سه برابر قیمت خرید در بازارهای جهانی عرضه کردند. این امر در مورد مرکبات و انار به خوبی قابل اندازه‌گیری بود.

هم اکنون در دو نقطه از شیخ نشینهای جنوب خلیج فارس، تاجران وجود دارند که کالاهای رسیده از ایران را در بسته بندی‌های کوچک و متناسب توزیع کرده و دوباره آن را صادر می‌کنند که از این راه سود کلانی نصیب آنها می‌شود.

پسته و خشکبار ایران که در گونیهای ۲۰ کیلویی صادر می‌شود، در آنجا در بسته‌های ۱۰۰ تا ۲۰۰ گرمی بسته بندی و به بازارها عرضه می‌شوند. در این تغییر شکل عرضه، گاه محصولات ایران نام و عنوان دیگری به خود می‌گیرند.

۵- یکی از زیانهای بارز رکورد صنعت بسته بندی در ایران، صادرات کلی و فله کالاهای است که عملاً باعث می‌شود که از میزان ارزآوری کالاهای به میزان زیادی کاسته شده و سود آن نصیب دیگران شود. کافی است، به بسته بندیهای چند تایی پسته و بادام ایران که در فروشگاهها،



# مشکلات زیست محیطی و ابتکار تعاون

در منطقه آسیا - اقیانوسیه

سوابق تاریخی نشان می‌دهد که تعاونیها نیازهای اجتماعی - اقتصادی جوامع را بطور کامل تحقق بخشیده‌اند و در بسیاری از کشورها به موفقیت‌هایی دست یافته‌اند. تعاونیها اساساً با حمایت خانواده‌هایی با درآمد کم یا متوسط تشکیل می‌شوند تا آنان را از نظر رفاهی و سطح خودکفایی به درجه مطلوب برسانند.



اشاره:

رابی تولوس، مدیر منطقه آسیا و اقیانوسیه سی. ای، مقاله حاضر را در سمپوزیوم بین‌المللی ابتکارات زیست محیطی تعاون ارائه نمود. این سمپوزیوم از سوی اتحادیه تعاونی مصرف ژاپن در تاریخ ۲۵ اکتبر ۱۹۹۷ در دانشگاه واسدا - توکیو برگزار شد.

عنوان «آینده مشترک ما» تهیه و ارائه نمود. از آن پس، در باب هزینه‌های رشد اقتصاد مبتنی بر الگوهای جدید در اقتصاد متمایل به بازارهای خارجی، بویژه هزینه منابع طبیعی و سیستم‌های زیست محیطی که خود منشاء فعالیت اقتصادی و رفاه انسانی هستند، پرسش‌هایی مطرح شد. این فرصتها و دست‌یافته‌ها، توأمان با تهدیدهایی که بطور جدی محیط زیست جهانی را در فشار می‌گذارند، نهضت تعاون را در چنان هزار تویی کم می‌کند، که راه کمک برای حفظ و حمایت از محیط زیست را مشکل می‌یابد. به همین هدف، دفتر منطقه‌ای آسیا و اقیانوسیه اتحادیه بین‌المللی تعاون (IDA ROAP) به برپایی یک سلسله کارگاه‌های آموزشی و انتشار مجموعه‌ای از نشریات اقدام نمود که نخستین آنها چکیده‌ای با عنوان «جایی برای زیستن - نقش تعاونیها در حمایت از محیط زیست» بود و در سال ۱۹۹۰ منتشر شد.

اولین بار در سال ۱۹۹۵ مجموعه‌ای از تعهدات اتحادیه بین‌المللی تعاون (آی.سی.ای) در قبال توسعه پایدار، عیناً به اصول جدید این اتحادیه با مضمون «احساس مسئولیت در قبال جامعه» منتقل شد.

به همین اعتبار، سال ۱۹۹۵ اهمیت خاصی برای تعاونگران سراسر دنیا دارد چرا که در این سال تدوین و پذیرش رسمی بیانیه هویت تعاون آی - سی - ای (ICIS) و اساساً بیانی نو از تعاریف، ارزشها و اصول تعاونیها ارائه شد تا هرچه بهتر جو

می‌برند. اینگونه برنامه‌ها فرصتی حیاتی برای عمل به تعهدات بنیادین ملی و منطقه‌ای در ارتباط با توسعه پایدار انسانی و اقتصادی فراهم می‌کند.

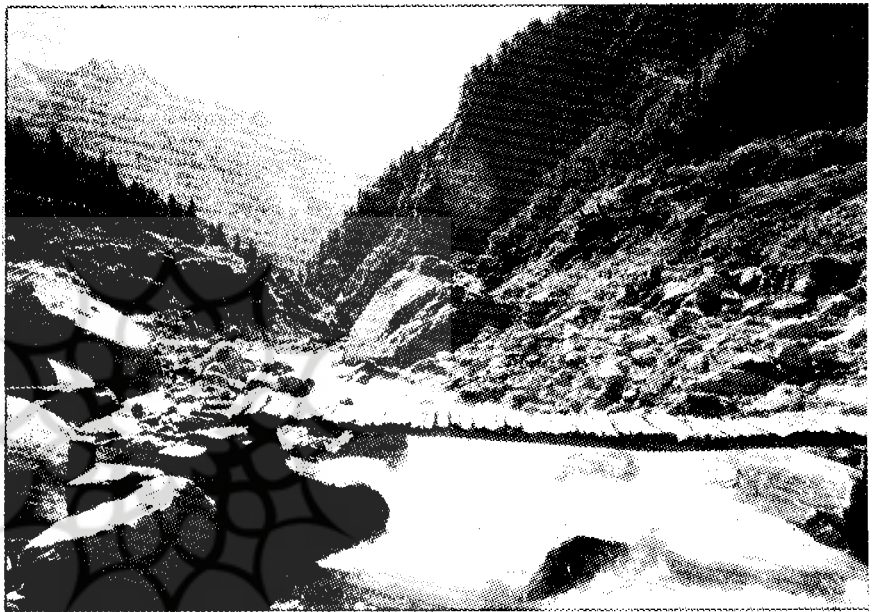
در سال ۱۹۷۲ سازمان ملل متحد، کنفرانس محیط زیست انسانی استکهلم را برگزار نمود که در نهایت به تصویب «برنامه محیط زیست سازمان ملل» انجامید.

بیستمین سالگشت این کنفرانس با عنوان «اجلاس زمین» در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو منعقد شد. پیش از این اجلاس، سازمان ملل بانی برگزاری کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED) بود که در سال ۱۹۸۷ گزارشی با

از مجله گفتار تعاون  
جلد ۷ شماره ۳  
سپتامبر - دسامبر ۱۹۹۷  
نوشته: رابی تولوس  
مترجم: مرجانه سلطانی

## پیشگفتار

در حالیکه تعاونگران سراسر دنیا از عمق فجایع زیست محیطی دهه ۱۹۸۰ در بهت و حیرت بسر می‌برند، بسیاری از سازمانهای عضو اتحادیه بین‌المللی تعاون (آی.سی.ای)، همچون اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن (JCCU) انجمن تعاون کانادا (CCA) و مرکز تعاون سوئد (SCC) با ابتکار عمل و برنامه‌های خود، آگاهی عمومی را در مورد سیر قهقرایی محیط زیست بالا



مصرف ژاپن خود را متعهد به انجام این ضرورت مهم داشته تا نقش تعاونیها در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع محل زیست آنها پررنگتر از گذشته شود.

بر اکثر تعاونگران این منطقه پوشیده نیست که پاره‌ای از ابتکارات توسعه‌ای اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، «نسل جدید» تعاونیها را بوجود آورد که همه در زمینه‌هایی چون بهداشت جامعه، جوانان، امور زنان و حمایت از محیط زیست فعال هستند. ابتکارات توسعه‌ای اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن از مفهوم توسعه پایدار به گونه‌ای حمایت می‌کند که نیازهای ضروری قشر کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه تامین شود و در عین حال محدودیتهای ناشی از مسائل فن آوری و جامعه که گاه بر توان محیط زیست در تامین اینگونه نیازها اثر معکوس دارد را نیز از نظر دور نخواهد داشت.

سوابق تاریخی نشان می‌دهد که تعاونیها نیازهای اجتماعی - اقتصادی جوامع را بطور کامل تحقق بخشیده‌اند و در بسیاری از کشورها به موفقیت‌هایی دست یافته‌اند. تعاونیها اساساً با حمایت خانواده‌هایی با درآمد کم یا متوسط تشکیل می‌شوند تا آنان را از نظر رفاهی و سطح خودکفایی به درجه مطلوب برسانند. تعاونیها تنها با حضور خود به نیروی بازدارنده‌ای می‌مانند که اثرات منفی ناشی از تدابیر رشد و توسعه و پیامدهای سوء آن را که گاه به غفلت از محیط زیست می‌انجامد، تسکین و تخفیف می‌دهند. یکی از ابعاد موفقیت تعاونیهایی که ریشه در بطن مردم دارند، به این حقیقت باز می‌گردد که اینگونه تعاونیها قابل و قادر به تامین نیازهای اعضای از طریق ارائه خدماتی چون اعتبار، تولید، بازاریابی فرآوری محصولات، عرضه محصولات کشاورزی و گردآوری ذخایر مالی می‌باشند. اگرچه

مردمی و خدمتگزار به مردم، پیوند محکمی با جوامع خود دارند. بر تعاونیها فرض است که اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» را به فعل برسانند، چرا که توسعه پایدار، ابتدا باید نیازهای اولیه جامعه را به شکلی مرتفع نماید که اعضاء و معیارهای مصرف را در چارچوب امکانات بوم شناختی خود بشناسند و بپذیرند. مفهوم واقعی توسعه پایدار را می‌توان در فرایند تغییر در کساربرد منابع، مدیریت سرمایه‌گذاریها، نوع گرایش در توسعه فن آوری و تغییرات نهادی جستجو کرد که همه توانش لازم برای برآوردن نیازهای امروز و فردای انسانها را تقویت می‌کنند. از اینرو بسیار بجاست که سمپوزیوم بین‌المللی به میزبانی اتحادیه تعاونیهای

متحول اجتماعی - اقتصادی جهان بازتاب یابد.

در متن اصول تعاون سال ۱۹۹۵ و مقایسه آن با سند سال ۱۹۶۶ تغییرات عمده‌ای به چشم می‌خورد. به متن جدید دو اصل اضافه شده و دو اصل سند قبلی در هم ادغام و به یک اصل تبدیل شده است.

اولین اصل جدید، «استقلال و عدم وابستگی» تعاونیهاست که در واقع بر نظارت و هدایت تعاونیها به دست اعضاء تأکید دارد. دومین اصل جدید که به اعتقاد نگارنده مقاله، ارتباط بسیار نزدیکی با موضوع سمپوزیوم بین‌المللی تعاون دارد، اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» است.

تعاونیها به عنوان سازمانهایی کاملاً

در متن اصول تعاون سال ۱۹۹۵ و مقایسه آن با سند سال ۱۹۶۶ تغییرات عمده‌ای به چشم می‌خورد. به متن جدید دواصل اضافه شده و دواصل سند قبلی در هم ادغام و به یک اصل تبدیل شده است.

اولین اصل جدید، «استقلال و عدم وابستگی» تعاونیهاست که در واقع بر نظارت و هدایت تعاونیها به دست اعضا تأکید دارد. دومین اصل جدید که به اعتقاد نگارنده مقاله، ارتباط بسیار نزدیکی با موضوع سمپوزیوم بین‌المللی تعاون دارد، اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» است.

از آنجا که نیروهای خارجی نمی‌توانند مدیریت منابع طبیعی و محیط زیست را تحمیل کنند، با تأکید بر تفویض تصمیم‌گیری و رویکردهای سازندهٔ اجماع‌پذیر در زمینهٔ توسعهٔ اجتماعی، باید کار را به مردم هر کشور سپرد.

مسائل زیست محیطی در طبیعت چند بعدی است و تنها رویکردی چندوجهی می‌تواند توازن را بین کاربرد منابع و رشد اقتصادی برقرار کند و بدین شکل اثرات نامطلوب بر محیط زیست را به حداقل برساند. حقیقت مطلب آن است که دیگر نه دولتها می‌توانند به تنهایی با مسائل زیست محیطی دست و پنجه نرم کنند و نه دانشمندان و اهل علم به تنهایی قادر به حل این معضل جدی هستند.

دولتها و دانشمندان باید به پشتوانهٔ مشارکت مردمی و تلاش توده‌ها، دانش و شناخت زیست محیطی را ارتقاء بخشند.

دولتها نیازمند چارچوبهای نهادینهٔ مشخصی هستند که جوامع را در حل مشکلات زیست محیطی درگیر کند. در این بافت، تعاونیها با حمایت از گروههای کارشناس و خبره که دانش فنی و علمی خود را بی‌دریغ عرضه کنند، می‌توانند نقش ارزنده‌ای در پیشبرد برنامه‌های آموزش اعضا اداء نمایند.

مادامیکه رشد اقتصادی در آسیا و اقیانوسیه چشمگیر بوده است،<sup>۱</sup> دیگر نمی‌توان انتظار داشت که این سناریوی

مسائل زیست محیطی، بیش از آنکه بر اثرات زیانبار مسامحه در محیط زیست دقت و مراقبت کنند، به راهیابی علتها متمرکز شوند.

بر همین منوال، با بالا رفتن سطح آگاهی و شناخت بخش تعاون در سراسر جهان، سیاستهای ترسیم شده تا برنامه‌های عملی منسجم با امعان نظر به ملاحظات زیست محیطی و اقتصادی دنبال شود. در واقع ژاپن، اروپا و آمریکای شمالی پیشگامان این حرکت جدید بودند.

با این وجود، تعاونیها در بسیاری کشورهای منطقه آسیا و اقیانوسیه بیش از پیش به موضوع محیط زیست به موازات مسائل مربوط به زنان علاقمند شده‌اند.

به عنوان شاهدهی بر این مدعا، می‌توان ابتکار عملهای جسورانهٔ تعاونیهای کشاورزی IFFCO در هند و NACF در کره را مثال آورد که بی‌تردید توجه بی‌پیرایه و از سرصدق آنان را به محیط زیست نشان می‌دهد. بخش اتحادیه اعتبار در برخی کشورهای آسیایی از پیش سیاستهای اخلاقی پرداخت وام را اختیار کرده که اهداف آن با حفظ و حراست از محیط زیست هماهنگ است.

حال که بازار بحثهای مربوط به محیط زیست در این منطقه داغ می‌باشد، بر ما تعاونگران است که موقع را مغتنم شمرده و تعاونیها را از پشت صحنه به مقابل دید و قضاوت همگان هدایت کنیم.

در گذشته تعاونیها اینگونه خدمات را بسرعت و دقت کافی عرضه می‌نمودند، اما اکنون تأمین نیازهای اعضا تنها به صرف نشان دادن میزان کارایی تعاونی دیگر پذیرفتنی نیست. آنچه باید در سرفصل روایت تعاون و تعاونی قرار گیرد، اثرات سوء منتج از تولید و مصرف در محیط زیست است.

از اینرو، اقدام اتحادیهٔ تعاونیهای مصرف ژاپن در برداشتن این گام هشداردهنده و برپایی مجدد سمپوزیوم بین‌المللی، قطعاً دستور کار جدیدی را برای تحولات منطقه‌ای و جهانی پیش روی تعاونیها قرار خواهد داد. تعاونیها غالباً با سنگین نمودن بار تعهدات اقتصادی خود، به بیراههٔ افراط می‌روند و بی‌آنکه تعمدی در کار باشد راه حقیقت را که بدون توجه و مراقبت از محیط زیست و اجرای برنامه‌هایی در جهت پیشرفت اجتماعی نمی‌توان به توسعه پایدار دست یافت، از چشم آنان پنهان می‌ماند. در کمتر از دو دههٔ پیش، دولتها در کشورهای صنعتی و همچنین کشورهای در حال توسعه سیاستهای "Trydown" را اتخاذ می‌کردند که صرفاً بر توسعهٔ اقتصادی به بهای قربانی کردن محیط زیست متمرکز بود. اما صورت مسئله طی دههٔ گذشته، بخصوص پس از اجلاس زمین در سال ۱۹۹۲ در ریودوژانیرو بطور چشمگیری تغییر کرد و در نتیجه دولتها و سازمانها باتوجه به

نیک فرجام در مورد مسائل زیست محیطی منطقه نیز تکرار شود. مکانیزم کنونی تولید، و به عبارتی صنعتی شدن برای رشد اقتصادی، می‌تواند تحلیل و فرسایش بیشتر منابع طبیعی و ترس از نابودی تدریجی محیط زیست را به دنبال داشته باشد. از سوی دیگر، با رشد جمعیت و تشدید فعالیت‌های کشاورزی، شهرنشینی عمومیت یافتن فقر و بالا رفتن سطح مصرف در برخی بخش‌های جامعه، فرسودگی مستمر در منابع رخ می‌دهد.

استهلاک سریع منابع طبیعی، بارانهای رادیو اکتیو که میزان آلودگی در هوا و آب را افزایش می‌دهد، تراکم جمعیت شهرنشین، ضایعات جامد و سخت و گرم شدن کره زمین، نیاز مبرم به تسریع توسعه پایدار در منطقه را نشان می‌دهد.

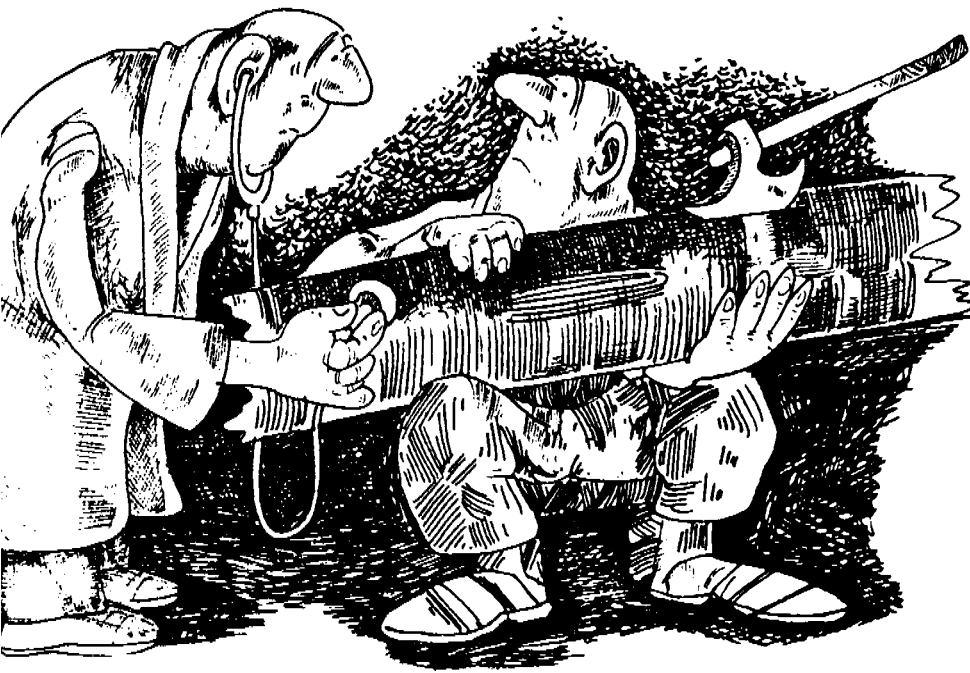
با رخداد سومین اجلاس کنفرانس Cop-3 در تاریخ دسامبر ۱۹۹۷ در کیوتو، ابتکار تازه اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، اقدامی بجا و در خور بود چرا که درست پس از آن هفتمین سمینار آسیا و اقیانوسیه با موضوع تغییرات جوی در اوائل جولای ۱۹۹۷ در فوجی یوشیدا، ژاپن برگزار شد. دست آورد کنفرانس فوجی یوشیدا، و سمپوزیوم بین‌المللی اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن، انگیزه لازم برای برپایی اجلاس Cop-3 را تأمین نمود.

### گرم شدن کره زمین

زمانیکه این نوشتار در دست تهیه بود، فاجعه‌ای در سوماترای شمالی واقع در اندونزی روی می‌دهد و طی آن ۲۳۴ انسان در حادثه سقوط هواپیما به دلیل مه‌گرفتگی فرودگاه کشته می‌شوند.

در این حادثه شوم، مه غلیظ جنگل مقصر شناخته می‌شود و چاره زدودن مه در آتش زدن زمینهای جنگلی جزیره بورتو و سوماترا در اندونزی دیده می‌شود!

وسعت آتش به اکثر مناطق اندونزی،



در جهان بشمار می‌رود، بیش از هر کشور دیگری در جهان آسیب خواهد دید.

طبق گزارش نشست بین دول سازمان ملل در خصوص تغییرات جوی (IPCC)، انتشار گازهای گلخانه‌ای ناشی از فعالیت‌های انسانی، چهره و آب و هوای زمین را بشدت دستخوش تغییر نموده است. تا سال ۲۱۰۰، میانگین دمای کره خاک، بین ۲ تا ۲/۵ درجه سلسیوس افزایش خواهد یافت. این افزایش تخمینی در حرارت نشانگر گرم شدن زمین با سرعتی پنج برابر بیش از قرن گذشته می‌باشد.

«تغییرات جوی» به هرگونه تغییراتی در آب و هوا در طول زمان مربوط می‌شود که گاه منشاء آن تنوع‌پذیری طبیعی و گاه فعالیت انسانی است. تغییرات جوی از دیرباز با علت نیروهای طبیعی رخ می‌داد اما اکنون بخشی از آن از دست‌اندازی انسان در طبیعت ناشی می‌شود. فعالیت‌های انسانی در طول ۲۰۰ سال اخیر، بویژه احتراق ناشی از سوخت‌های فسیلی موجب انتشار قابل ملاحظه گازهای گلخانه‌ای با منشاء انسانی و عمدتاً دی‌اکسید کربن شده است. انتشار اینگونه گازها، ساختار شیمیایی جو را برهم زده و همین تغییرات

مالزی، برونزی، سنگاپور و بخش‌هایی از جنوب جزایر فیلیپین و جنوب تایلند نیز کشیده شد. گفته می‌شود درصد بالایی از این آتش‌سوزیها توسط شرکت‌های دست اندرکار امور جنگلها و مالکین اراضی جنگلی با نیت پاک کردن این مناطق به ارزانترین روش صورت گرفته است.

این مصیبت اکولوژیکی و انسانی، مثالی ساده از عملکرد شرکتها و زمیندارانی است که خواهان بیشترین بهره‌برداری در کمترین مدت ممکن به بهای از بین رفتن محیط زیست هستند. دود ناشی از این آتش‌سوزیها به گرم شدن کره زمین دامن می‌زند چرا که درجه حرارت اقیانوس به دلیل مجاورت به محل حریق بطور قابل ملاحظه افزایش یافته است.

کارشناسان معتقدند اگر گرم شدن کره زمین با آهنگ کنونی ادامه یابد، اکثر زمینهای مجمع‌الجزایر اندونزی در زیر آب مدفون خواهد شد. مناطق ساحلی نسبت به نوسانات جوی بسیار حساسند و در نتیجه سطح آب دریاها به بالا می‌آید. به همین دلیل اندونزی که اکثر اراضی آن با دریا احاطه شده و خط ساحلی آن طولانی‌ترین

شیمیایی باعث تشدید «اثرات گلخانه‌ای» شده است، گویی گازها در زیرپوشش جو زمین به دام افتاده و راه گریز ندارند.

«گرم شدن کره زمین» به افزایش نسبی دمای زمین در بلند مدت بازمی‌گردد.

مشاهدات گویای آن است که میانگین دمای سطح کره زمین به نسبت ۰/۸ درجه فارنهایت در طول قرن اخیر افزایش یافته است. بررسیها نشان می‌دهد که این سیر گرم شدن زمین به شکلی خارق العاده وسیع، سریع و مدید است که می‌تواند دلیلی بر تأثیرات سوء انسانی باشد. حساس نمودن اعضا تعاونیها به اثر تغییرات جوی و گرم شدن کره زمین کار آسانی نیست. پیش از هر چیز باید گفت: که در مورد مسئله آب و هوا بازاری برای داد و ستد و معامله و بالطبع جذبه‌ای وجود ندارد. از اینرو باید با نشان دادن اثرات گرم شدن زمین بر انسانها، ارزش پرداختن به مسائل اقلیمی را به افکار عمومی انتقال دهیم و سپس آنان را مورد سؤال قرار دهیم که برای جلوگیری از برخی اثرات منفی تغییرات جوی در حال و آینده، تا چه حد مایل به «ایثارند».

راه دیگر برای پی بردن به ارزش این مسئله، توجه به ارتباط بین گرم شدن زمین و سلامتی انسان است. مالاریا و تب مالاریا یکی از مهمترین نمونه‌های امراض اقلیمی است.

طیف جغرافیایی مالاریا معمولاً به مناطق استوایی و نیمه استوایی محدود می‌شود چرا که انگلهای مالاریا برای رشد به میانگین درجه حرارت بالای ۱۶ درجه سلسیوس نیاز دارند. اما ردپای مالاریا در ارتفاعات بلند آفریقا و در شرایط غیرمتعارف و نابهنگام نیز مشاهده شده است. افزایش دمای سطح دریاها ناشی از مسائل جوی به حادث شدن خطر بزرگ و بای آبزیان و مسمومیت جانداران صدف دار می‌انجامد.<sup>۲</sup>

## **ابتکارات توسعه‌ای اتحادیه تعاونیهای مصرف ژاپن از مفهوم توسعه پایدار به گونه‌ای حمایت می‌کند که نیازهای ضروری قشر کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه تامین شود و در عین حال محدودیتهای ناشی از مسائل فن آوری و جامعه که گاه بر توان محیط زیست در تأمین اینگونه نیازها اثر معکوس دارد را نیز از نظر دور نخواهد داشت.**

مهاجرت انسانها و آسیب به شالوده سلامت انسان که در نتیجه افزایش گونه‌پذیری اقلیمی و خشونت تغییرات ناکهانی آب و هوا پیش می‌آید، می‌تواند پناهگاههای انسانی و زیرساخت سلامت بشر را تهدید نموده و بطور غیرمستقیم به انتقال بیماری کمک کند. آسیب‌پذیری انسان به بیماریها می‌تواند با سوء تغذیه ناشی از اثرات جوی بر کیفیت محصولات کشاورزی دوچندان شود.<sup>۳</sup>

بنابراین شناخت اثرات جوی بر سلامت انسان اهمیت حیاتی دارد و از آنجا اکثر اعضا تعاونیها در مناطق روستایی از قشر کشاورز هستند، دست زدن به مبارزه برای کاهش گازهای گلخانه‌ای نیز امری جدی است.<sup>۴</sup>

بالا رفتن حرارت کره زمین می‌تواند پیامدهای ناخوشایندی برای تولیدات کشاورزی ببار آورد. شاید پاره‌ای اثرات سودمند باشد، اما بسیاری اثر معکوس دارد. تغییرات اقلیمی نه تنها کیفیت تولیدات کشاورزی را متأثر می‌سازد، بلکه می‌تواند کشاورزان را به اجبار به کشت محصول

خود در دیگر مناطق به نسبت شرایط متغیر آب و هوایی وادار نماید. برای نمونه، مطالعات انجام شده در ویتنام از این حقیقت غمانگیز پرده برمی‌دارد که منطقه شمالی این کشور، بویژه دلتای روخانه سرخ حساسترین منطقه به تغییرات جوی کنونی است.<sup>۵</sup>

نوسانات میزان بارندگی در این نقطه از زمین شدیدتر بوده و خشکسالی و جاری شدن سیل غالباً به محدود شدن میزان ثمرات کشاورزی منجر می‌شود، آسیب‌پذیری مناطق جنوبی ویتنام احتمالاً به افزایش بیشتر دمای زمین کمک می‌کند. هرچند در گذشته شرایط جوی پایدار و اثرات منفی بر کشاورزی کمتر شایع بود،

اما اکنون این تغییرات با آهنگی شتابدار حرکت می‌کند. خشکسالی فزاینده در ویتنام جنوبی که با افزایش دمای هوا، اتلاف آب را به صورت تبخیر همراه خواهد داشت، می‌تواند اثری جدی بر گرم شدن زمین بر جای گذارد.

دامنه محصولات قابل کشت کاهش می‌یابد. با افزایش دما و رطوبت در ماههای زمستان، بیماری طاعون هرچه بیشتر شایع می‌شود. و با در نظر گرفتن روشهایی که در آینده متداول خواهد شد، دلتای کلونگ و مناطق ساحلی، از آسیب پذیرفتن نقاط نسبت به تغییرات ناشی از گرم شدن زمین خواهند بود.

### **واکنش تعاونیها**

از اثرات گرم شدن زمین درسهایی بسیاری می‌توان آموخت. رهبران تعاونی باید آگاه باشند که یک رهیافت جامع و مانع برای توسعه کارساز خواهد بود. تعاونیها باید بدانند که شیوه‌های بازدارنده چاره سازند و نه اکتفا به شیوه‌های واکنشی.

اگر تعاونیها با کاراتر و فعالتر نمودن خود، واکنشی در مقابل جهانی‌سازی نشان بدهند، کاری عقلایی کرده‌اند، اما الزاماً بهترین کثر را نکرده‌اند، همواره بین گذر

توسعه اقتصادی و نیاز به حفاظت از محیط زیست بر مبنای اصول پایداری، تعارضی فطری وجود دارد. تعاونیها باید مکانیسمی ایجاد کنند تا دلبستگیهای زیست محیطی خود را با سیاستهای رشد اقتصادی تعاونی عجین نموده و از بین تلفیق، تعارض فطری را به وحدت تبدیل کنند.

با استناد به اصل شماره ۱۷ بیانیه ریو، ارزیابی اثرات زیست محیطی، هرگاه تعاونیها وارد عمل شوند، نیاز به طرح و برنامه ریزی دارد. این ارزیابی همچنین باید با برآورد خطرات زیست محیطی همراه باشد تا خطرات غیرضروری ناشی از فعالیتهای تعاونی در اکوسیستم طبیعی را کاهش دهد.

### الف - ارزیابی اثرات زیست محیطی

ارزیابی اثرات زیست محیطی عبارتست از نوعی بررسی و تحلیل فعالیتهای از پیش طراحی شده که با هدف تأمین توسعه بهنجار و پایدار زیست محیطی انجام می شود. ارزیابی موثر اقتصادی اثرات زیست محیطی طرحها نیازمند خوراک اطلاعاتی کاملی از مسائل محیط زیست است. از اینرو به تعاونیها قویاً پیشنهاد می شود که اگر خواستار رسیدن به پایداری هستند، ارزیابی اثرات زیست محیطی را در درجۀ توسعه طرحهای خود بگنجانند.

هرچند بسیاری از سیاستها به نفع پیشبرد رشد اقتصادی سوگیری شده اند، اما باید در سیاستگذاریهای جدید با استفاده از اینگونه ارزیابیهای زیست محیطی، بی آنکه رشد اقتصادی به مخاطره افتد، هدفی بلند مدت را برای حفظ پایداری در پیکر اقتصاد تزریق نمود.

بسیار منظر، روش شناسی (IAE) (ارزیابی اثرات زیست محیطی)، باید به نحوی انجام شود که ارزشهای پولی متناسب با تغییرات اثرات فیزیکی ناشی از گرم شدن زمین و دیگر مسائل زیست

محیطی مشخص گردد. کشورهای چین، هند، اندونزی، مالزی، پاکستان، فیلیپین، سریلانکا و تایلند، شرایط و مقررات قانونی لازم برای مؤسسات دولتی را مقرر نموده اند تا تأییدیه ارزیابی اثرات زیست محیطی برخی طرحهای خاص کسب شود.

روش ارزیابی اثرات زیست محیطی که در حال حاضر اجرا می شود، کمابیش با معیارها مطابقت داشته و مراحل اصلی بررسی، آزمونهای اولیه در محیط زیست، تهیه گزارشهای مربوطه، مرور یافته ها و تصمیم نهایی، کنترل و حسابرسی را دربر می گیرد. بسیاری از کشورها براساس برخی عوامل به بررسی طرحها می پردازند: اثرات بالقوه زیست محیطی آنها، بکارگیری طرح کلی و فرمول بندی

### بقیه از صفحه ۵

اقدام سودمند و مؤثر است.

۴- اعتراف به نقش ارزشمند زیردستان در پیشرفت امور، و اظهار صریح و همراه با تشکر آن گاه و بیگاه می تواند مکمل سایر روشهای انگیزشی باشد.

۵- توزیع عادلانه درآمدها و پاداشها امری است که باید جدأ مورد توجه قرار گیرد.

۶- بازخواست و حتی تنبیه منطقی را نباید از نظر دور داشت، زیرا در جای خود نوعی تشویق برای کسانی محسوب می شود که خوب کار کرده اند.

۷- استفاده از برخی سنتها یا روشهای سنتی غلط نیست مشروط بر آنکه این سنتها مانع حرکت و ادامه کار نباشد. برای مثال، نگاه داشتن تعدادی از اسرار و رموز کار به صورت محرمانه از جمله کارهایی است که ریشه و تاریخ کهن مناسبات بشری دارد و به نظر نمی رسد هیچوقت از روابط انسانی حذف شود.

۸- حل عادلانه و سیاستمدارانه مشکلات

شده، تهیه پرسشنامه ها، فهرست علامت گذاری شده، و تهیه ماتریس برای نمایش عددی، بررسی مقدماتی محیط زیست است.

تعاونیها از نظر پیوند محکم با اعضاء خود و بالطبع با جامعه، بر دیگر نهادها رجحان دارند. از اینرو آموزش و تربیت تعاون به همان نسبت که به مسائل زنان و توسعه می پردازد، نباید از موضوع محیط زیست غافل بماند، چرا که بدین ترتیب نه تنها از تأمین نیازها اعضاء عدول نشده است، بلکه همسنگ با اهداف بلندمدت حفظ پایداری نیازها نیز وسعت خواهند یافت، به دیگر سخن، ارزیابی اثرات زیست محیطی معجونی شفافبخش از دو اصل «احساس مسئولیت در قبال جامعه» و «مشارکت اقتصادی اعضاء» تعاونی است.

احتمالی ارزشی یا عقیدتی یا سیاسی بدون توسل به زور و نیروهای خارج از سازمان، از جمله توصیه هایی است که به استناد بررسیهای انجام شده ارزش اندیشیدن دارد. در هر سازمان هرچه سرو صدای کمتری به خارج نفوذ کند، احتمال توفیق آن افزایش می یابد.

۹- مخاطره از ویژگیهای همیشگی مدیران قدرتمند و پیشگام بوده و هست و به نظر می رسد مخاطره های حساب شده همواره بخشی از کارهای مدیران نوآور باشد.

۱۰- و بالاخره باید مجدداً به استفاده حتمی و همیشگی از نظرات سازنده و حتی انتقادآمیز زیردستان اشاره کرد که سودمندی آن بارها اثبات شده است.

1. Rosabeth Moss Kanther

2. Feasible

۳. از اینجا به بعد مثالهای نویسنده حذف شده تا اختصار رعایت شود ضمن اینکه مثالا با شرایط جامعه ما همخوانی ندارد.

4. Challenges

5. Risk Taking

John T.Kao.The Entrepreneurial

Organization, Printice - Hall,1991.

- اگر هدف جلسه ارائه گزارش فعالیتها یا عملکرد مالی تعاونی است، می‌بایست هرگونه اطلاعات مربوط را مدیران تعاونی بسیار ساده، روان و کوتاه تنظیم کنند تا هنگامی که در جلسه، نماینده آنان (معمولاً رئیس هیئت مدیره) این گزارش را به اطلاع اعضاء می‌رساند، موضوع را به راحتی درک کنند و احساس خستگی نکنند. بدیهی است اعضای جلسه عموماً بزرگسالان هستند که از سخنرانیهای طولانی و رسمی سریعاً خسته می‌شوند.

به کمک بسیج همگانی و برنامه‌ریزی صحیح از طریق رسانه‌های عمومی (انجام این قبیل اقدامات، در مقایسه با سایر برنامه‌های توسعه خوداشتغالی بازده مساعدتری داشته است).

۲- برگزاری دوره‌های آموزشی یک‌هفته‌ای با عنوان "شرکت در آزمایشگاه ایجاد انگیزه" با پیروی از طرح اصولی دیوید مک لین و با ایجاد تعدیل مناسب در محتوی طرح توسط هیأت علمی مجرب و آموزش دیده دانشگاهی.

۳- اجرای طرح سه‌مرحله‌ای شناسائی و برنامه‌ریزی تولید مناسب با اتکاء به پشتوانه اطلاعاتی قوی در زمینه آخرین اطلاعات در مورد خطوط مختلف تولید همراه با ارائه سخنرانی توسط کارشناسان با سابقه و معروف در رشته‌های مختلف و بالاخره مباحثه، مناظره و تبادل نظر کارآفرینان شاغل با متخصصین و کارشناسان.

۴- اجرای طرحهای منظم همکاری فیما بین شرکت‌کنندگان در دوره‌ها با مقامات دولتی باتوجه به واقعیتهای موجود و مسائل و مشکلات حاد، ای که عملاً با آن روبرو هستند.

۵- هیأت علمی کلیه رشته‌های تخصصی مؤسسه ملی توسعه سرمایه‌گذاریهای کوچک همگی دست اندرکار برگزاری این دوره‌ها می‌باشند.

۶- آموزشهای عملی؛ بخش عمده و نقطه قوت دوره‌های اجرایی آموزش توسعه خوداشتغالی مرکز اطلاع رسانی (۴) این توسعه سرمایه‌گذاریهای کوچک است.

مشابه همتای مرد خود بوده و در اغلب جنبه‌های شخصیتی همانند وی عمل می‌کند.

نمودار زیر درک‌گونی ویژگیهای شخصیتی را در زنان کارآفرین نشان می‌دهد:

- منفعل ← نیروبخش و پراثری
- وابسته ← مستقل
- بی‌کفایت ← شایسته
- منزوی ← اجتماعی
- واقع‌گرا ← آرمانی
- متزلزل ← متکی بنفس
- شکیبیا ← کمال‌طلب
- خونسرد ← پراشتیاق
- خشک ← انعطاف‌پذیر
- مردد ← هدفدار

بطور خلاصه انگیزه و عوامل لازم برای شروع یک فعالیت: تجاری به ترتیب اولویت عبارتند از:

- استقلال رأی، رضایت شغلی
- میل به موفقیت، فرصت مناسب
- پول، قدرت

- ضرورت اقتصادی، تأمین شغلی

بطور خلاصه وجود انگیزه‌هایی نظیر رضایت شغلی و میل به موفقیت توأم با استقلال تأثیر مثبتی در کلیه زمینه‌های تجاری داشته و موجب ایجاد عزم و اراده قوی برای نیل به موفقیت می‌شود.

برخی از ویژگیهای اجرای برنامه‌های آموزش بین‌المللی توسعه خوداشتغالی که توسط "NISIE" به اجرا درآمده؛ بدین شرح است:

۱- شناسائی و گزینش کارآفرینان مستعد

زن کارآفرین در گردونه امور هیچگاه عهده‌دار نقش فرعی نیست و هرگز وقت خود را صرف انجام بررسیهای طولانی و مصلحت‌اندیشی بی‌مورد و اتلاف هفته‌ها وقت برای دریافت نصایح و نظرات دیگران جهت تصمیم‌گیری در امور نمی‌نماید. وظیفه وی بالا بردن رشد فعالیت اقتصادی و ایجاد دارائی و کسب درآمد است، پاداش وی نیز هم از جنبه مادی و هم از نظر معنوی بسیار با ارزش و بزرگ است.

در نظر وی عقب‌نشینی از این موضع بهر دلیل به بهای قربانی کردن خود چه از جنبه احساسی و چه مادی خاتمه خواهد یافت.

زنان کارآفرین نیاز به صرف انرژی بسیار برای کسب درآمد و موفقیت در فعالیت اقتصادی خود دارند، زیرا هر نوع موفقیتی بستگی تام به سرعت و شدت جریان کار دارد. از آنجا که وی مالک مستقیم و صاحب کار است، لذا می‌بایست الهام‌بخش و مشوق سایر کارکنان باشد. میزان عمق این قابلیت بستگی تام به میزان اعتماد به نفس و انعطاف‌پذیری وی دارد.

اغلب زنان کارآفرین بسیار پراثری، مستقل، متکی بنفس، اهل رقابت و بسیار هدفدار هستند و معمولاً به امور کلی و عمومی بیش از مسائل خاص توجه دارند و میزان نرمش و انعطافشان در برابر مسائل همواره بیش از سرسختی آنان است.

خصوصیات زنان کارآفرین ناقض این عقیده که "زنان بشدت وابسته و منفعل هستند" بوده و بر آن بطلان کشیده است. در حقیقت عملکرد یک زن کارآفرین دقیقاً

برگزاری این دوره در خارج از محیط کار عملی نیست و لزوماً یادآوری می‌گردد که مفهوم آموزش عملی و ادغام این مفهوم با برنامه آموزش توسعه خوداشتغالی از طرحهای ابتکاری NISIET است.

این مؤسسه آموزشهای عملی خود را بر طبق نیازمندیهای خاص شرکت کنندگان برنامه ریزی و ترتیب می‌دهد و در طی این مراحل تسهیلات لازم برای دستیابی شرکت کنندگان به اطلاعات دست اول در زمینه‌های مختلف از قبیل: نحوه گزینش تولیدات مناسب، طراحی کارخانه، ایجاد کارخانه، برنامه ریزی تولید، دسترسی به مواد خام و مدیریت عمومی کارخانه را ارائه مینماید.

تبادل نظر با مدیران و صاحبان کارخانجات، شرکت کنندگان را در شناخت زوایای دقیق و ظرایف مطالب فوق‌الذکر کمک نموده و یک تصویر واقعی از مشکلات فراراه راه‌اندازی یک واحد کاری مشابه ارائه می‌نماید. به تجربه ثابت شده که این تمرین از نقطه نظر کارآفرینی کاملاً رضایتبخش بوده و اغلب شرکت کنندگان این بخش از تمرینات را در برنامه آموزشی مفیدترین بخش کار ذکر نموده‌اند.

### نظارت و حمایت‌های بعد از آموزش

اهمیت اعمال نظارت بعد از آموزش برای مؤسسات برگزارکننده دوره‌های توسعه خوداشتغالی به اندازه‌ای اهمیت دارد که اقدام به تهیه دیسکتهای آموزشی حاوی اطلاعات دقیق برای کمک به تبدیل یک فرد عادی به یک کارآفرین می‌نمایند. زیرا اغلب کارآفرینان حتی پس از طی دوره آموزشی با هزاران ابهام از جنبه اشکالات شخصی و نیز در ارتباط با مؤسسه روبرو خواهند بود. علاوه بر آن در خلال گزینش یک محصول تولیدی مناسب، انتخاب خط تولید و تهیه پروژه نیاز به برخورداری از راهنمایی و کمک قبل از اجرای هر طرح وجود دارد.

اجرای هر طرح در مقیاس وسیع نیاز به حمایت و مشاوره بعد از طی دوره آموزشی داشته و می‌بایست توسط هیأت علمی ذی‌ربط انجام می‌شود تا شرکت کنندگان به مدد اقدامات بعدی و حمایت آنان از خود یک کارآفرین بسازند.

1. Governmental Organisations.
  2. Non Governmental Organisations.
  3. National Institute of Small Industry Extension Training.
  4. Entrepreneurship Development.
- مرکز اطلاع‌رسانی نوسه سرمایه‌گذارهای کوچک =



بقیه از صفحه ۶۳

رستورانها، خطوط هواپیمایی عرضه می‌شوند، توجه کنیم یک ضرورت و تقسیم ساده نشان خواهد داد که چه سودی از دست تولید کنندگان و صادرکنندگان ایرانی بیرون رفته است.

۶- در بسیاری از موارد، وارد کردن بسته‌های مناسب - با طراحی متخصصان ایرانی - که در خارج ساخته شده نیز مقرون به صرفه است. در این موارد می‌باید قوانین گمرکی اجازه ورود موقت این بسته‌ها را بدهد. اما به علل نامعلوم عملاً مشکلات اداری مانع از آن شده است تا صادرکنندگان ایرانی از این شیوه هم استفاده کنند.

۷- رکورد صنعت بسته بندی در ایران را می‌توان ناشی از دو عامل دانست: نخست

فقدان، کمبود و گرانی مواد و وسایل و بی‌علاقگی و ناآگاهی صادرکنندگان، که به علت نا آشنایی با بازار مصرف و برداشتهای تکنیکی و هنری بسته بندی، فروش عمده و ارزان و بی دردسر را ترجیح می‌دهند.

۸- بازار شیخ نشینهای جنوبی که میزان هنگفتی از کالاها، از آن جا دوباره صادر می‌شود، به عنوان ویتترین و آزمایشگاهی در اختیار صادرکنندگان ایرانی است تا به زمینه‌ها شکل و بسته بندی کالاهای متنوع و رقیب بی‌پرده و بر اساس آن نحوه ارائه کالاهای خود را انتخاب کنند. البته این ویتترین بیشتر به کار مسؤولان اجرایی و تصمیم گیرندگان می‌آید تا به اهمیت داشتن یک بسته بندی مناسب برای کالاهای صادراتی پی می‌ببرند، و در صدد فراهم آوردن امکان ساخت بسته‌های مناسب و مدرن در داخل کشور باشند. وگرنه، طراحان و متخصصان بسته بندی با این بازار و اصولاً بازار جهانی آشنایی کافی دارند و نبود امکانات در داخل، مانع آنها برای ایفای سهم و نقش خود در توسعه صادرات غیر نفتی می‌شود.

۹- کمبودهای داخلی، با همه ابعاد گسترده و محدود کننده خود، در بعضی جهات نیز مفید افتاده است چرا که طراحان ایرانی ناگزیر ابتکارهای فوق العاده جالبی به کار برده‌اند. هم چون ارائه یک ادکلن داخلی در بسته مقوایی، یا بسته بندیهای حصیری برای خرمای صادراتی که البته هیچ کدام از اینها به علت گرانی قیمت تمام شده ادامه نیافت. ولی همان عرضه محدود آنها، در نمایشگاه‌های خارج و استقبال فوق العاده‌ای که از آن شد نشان دهنده این بود که با اندکی حمایت می‌توان از ابتکارات طراحان داخلی بهره گرفت و محدودیتها را دور زد.

مأخذ: سومین راهنمای جامع صنایع غذایی و صادراتی ایران