

Sadržaj

Uvod	3
1. Funkcije ambalaže	4
1.1 Zaštitna funkcija ambalaže	4
1.2 Distributivna funkcija ambalaže	4
1.3 Prodajna funkcija ambalaže	5
1.4 Sigurnosna funkcija	5
1.5 Ekološka funkcija	5
2. Oštećenja ambalaže	6
3. Izbor ambalaže i sistema pakovanja	8
3.1 Ambalaza od vlaknastih materijala	9
3.2 Ambalaza od plasticnih materijala	10
3.3 Ambalaza od metalnih materijala	11
3.4 Ambalaza od stakla	12
3.5 Ambalaza od kompleksnih materijala	13
Zaključak	14
Literatura	15

Uvod

Globalizacija privrednih tokova, između ostalog, u robnom prometu postavlja veoma važan i složen zadatak, a to je da se proizvodi, čije se mesto proizvodnje i potrošnje ne poklapa, što brže i bezbednije dopreme do krajnjeg korisnika. U svemu ovome ambalaža i pakovanje proizvoda imaju veoma važnu, pa čak i odlučujuću ulogu.

Materijal od koga se izrađuje ambalaza mora biti sposoban da vrši potpunu zaštitu proizvoda u toku transporta, skladištenja i svih manipulacija.

Ono što je bitno, da bi se proizvod mogao isporučiti potrošačima, a to znači da bi se zaštitio i sigurno transportovao, i da bi se njime lako i bez opasnosti rukovalo, mora biti stavljen u određeni sud, omot, okvir, ram ili materijal, odnosno u određenu ambalazu.

Ambalazom se proizvod zasticuje da ne gubi na svom sadržaju, da bi se zaštitio od stranih uticaja na putu od proizvođača do krajnjeg korisnika, da bi se olaksalo njegovo prenošenje i transport. Ambalazom se zasticuje okolina od štetnih uticaja proizvoda, i to kod zapaljivih, otrovnih i eksplozivnih supstanci.

Ambalaza omogućuje povoljno uskladištenje, a takođe i laku upotrebu proizvoda, a služi i reklamama.

Stavljanje proizvoda u ambalazu, zatvaranje i obeležavanje upakovanog proizvoda nazivamo pakovanje.

Može se reći da savremeni proces proizvodnje završava se ambalaziranjem, odnosno pakovanjem proizvoda koji predstavlja presudan faktor pri plasmanu. Zbog utrosenog materijala, opreme i radne snage ambalaza povećava cenu koštanja proizvoda. Tako da udeo ambalaze u prodajnoj ceni proizvoda može biti i preko 50% , a kod luksuznih predmeta i 70%. Podatak ovaj nam ukazuje da treba tražiti najpovoljnija rešenja kako bi ambalaza zadovoljila sve uslove.

U prodajnoj ceni ambalaze, na njen udeo utiču mnogobrojni faktori: vrste materijala za ambalaziranje, opremljenost procesa proizvodnje, veličina pakovanja, nivo potrošnje i potrošnje na tržištu, zatim i troškovi transporta, uskladištenja, oblik, cvrstoca, zapremina ambalaze i težina, razne manipulacije i drugo.

Osobine ambalaže mogu biti veoma različite te to omogućava da se za svaki proizvod izabere ona koja mu najviše odgovara. Ona može biti različitih oblika i veličina, veće ili manje čvrstoće, fleksibilna ili kruta; može biti propustljiva ili nepropustljiva za gasove, tečnosti, pare, masnoće, mirise, svetlost. Neke treba da podnesu procese pasterizacije, sterilizacije, smrzavanja. Osim toga ona treba da bude lepa i dopadljiva, funkcionalna i prihvatljive cene.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com