

بسته بندی ترکیب آشنایی است که سال ها آن را شنیده ایم و در زندگی روزمره به کار گرفته ایم. با این حال شاید کمتر از تاریخ و چگونگی پیدایش آن خبر داشته باشیم. در این مقاله سعی داریم نگاهی کوتاه بر چگونگی پیدایش بسته بندی و سپس نکته های مهم و کاربردی در طراحی بسته بندی مناسب، داشته باشیم.

همه چیز از ناپلئون شروع شد

بسته بندی صنعتی (آن گونه که امروز می شناسیم)، نخستین بار در سال ۱۸۰۵ و برای ارتش ناپلئون بناپارت معروف طراحی شد. این بسته بندی، گونه ای بسته بندی فلزی بود که برای غذا های کنسرو شده به کار می رفت.



پس از این، در سال ۱۸۱۷، بسته بندی های کاغذی و مقوایی در انگلستان رایج شدند و در نهایت جعبه های مقوایی تاشو، در سال ۱۸۷۹ به بازار نفوذ کردند. رفته رفته این حرفه رشد کرد و گسترش یافت و در سال ۱۹۵۲، مدرسه ی ایالتی میشیگان، رشته ی تحصیلی جدیدی را به نام طراحی و بسته بندی معرفی، و جامعه ای از دانش آموخته های این رشته را روانه ی بازار و صنعت کرد.

امان از دست آمریکا

بر خلاف طراحی و بسته بندی که زایشی، سلیقه ای و خود جوش داشت، برچسب زدن بر روی کالا، قوطی و جعبه های مختلف، نخستین بار در ایالات متحده آمریکا اجباری شد. تولید کننده ها ملزم بودند همه ی اطلاعات و داده های مورد نیاز و ضروری را بر روی این برچسب ها درج نمایند. در نهایت این حرکت مسیر خود را ادامه داد و به نمای امروزی اش دست یافت.



www.ToorangPrint.com

بسته بندی چیست؟

بر اساس تعریف موسسه ی استاندارد ایران، بسته بندی، ظرف یا محافظی است که از لحظه ی تولید تا لحظه ی مصرف، از کالا نگهداری کند. می دانیم که این تعریف جامع و کلی است. در اصل مراد از نگهداری، پیشگیری از هر گونه آسیب دیدن است که البته آسیب ها شکل های گوناگون دارند.

بسته بندی و تبلیغات

اگر شما هم مانند خیلی از مصرف کننده ها نسبت به کارکرد های مهم طراحی و بسته بندی در بازاریابی و فروش نا آگاه هستید، کافی است سری به یک فروشگاه بزنید و برند و طراحی های مختلف از یک کالا را مشاهده و اثر آن ها بر تصمیم خود را ارزیابی نمایید. گذشته از این، از آن جایی که نگارنده در این مورد بسیار داد سخن در داده است، تنها به آوردن ارجاع هایی از یادداشت های پیشین نگارنده در این باره اکتفا می کنیم و قضاوت را به خواننده وا می سپاریم.



www.ToorangPrint.com

۱. انتخاب قالب مناسب: بسته به جنس و نوع کالا، باید قالب بسته بندی مناسبی برای کالای خود در نظر بگیرید.

پارچه مناسب تر است یا کاغذ؟

کاغذ مناسب تر است یا پلاستیک؟

پلاستیک مناسب تر است یا شیشه؟

شیشه مناسب تر است یا گونی؟

پاسخ پرسش های یاد شده، همه به تحلیل، دریافت و شناخت تامین کننده از بسته بندی کالا و البته خود کالا بستگی دارد. توجه به محل نگهداری کالا از دیگر مورد هایی است که بر گزینش قالب بسته بندی اثر گذار است. برای نمونه اگر قرار است کالایی درون انباری و یا در شرایط رفت و آمدی زیاد استفاده شود، بهتر است قالب آن از شیشه نباشد.

۲. شفاف یا مات

که محتوای درون بسته بندی قابل دیدن باشد؟ پاسخ این پرسش بستگی زیادی به نوع کالا دارد. اگر کالا از جنس مواد غذایی است، بهتر است که بسته بندی شفاف و به گونه ای باشد که بتوان بدون باز کردن بسته بندی، درون مایه ی آن را نگاه و بررسی کرد. حبوبات، آجیل و دیگر ماده های مشابه، در این دسته جای دارند.



۳. رنگ و طراحی

برای بسته بندی ماده های غذایی، رنگ های اشتها آور هم چون زرد، نارنجی و قرمز پیشنهاد می شود. گرچه نگارنده هر گونه ساده انگاری درباره ی رنگ بندی و ترکیب رنگ را چه در طراحی و چه در بسته بندی نفی می کند و باور دارد که طراح باید درک و شناخت درستی از تناسب میان رنگ و جنس، بسته بندی و مصرف کالا داشته باشد.

در پایان، این توصیه ی نگارنده را فراموش نکنیم که «بر خلاف گذشته، امروز طراحی و بسته بندی، نه یک "شاید"، که "باید" هر کسب و کاری است و بی توجهی به آن، پیامد های منفی برای کسب و کار به همراه خواهد داشت».

