

# بسته‌بندی پوشاک

مهندس مصطفی امام‌پور (لیسانس صنایع چوب و کاغذ)

سرپرست کمیته استاندارد مرکز مطالعات و پژوهش‌های لجستیکی

پست الکترونیکی: emampourmos@yahoo.com

تاریخ دریافت مقاله: فروردین ۱۳۸۹ / تاریخ پذیرش مقاله: خرداد ۱۳۸۹

یکی از بزرگ‌ترین محدودده توسعه مهارت‌های موجود در این زمینه مربوط به بسته‌بندی پوشاک (جهت خرده‌فروشی) می‌باشد.

اگر چه در بسیاری مواقع سعی می‌شود روش نقل و انتقال پوشاک به مغازه‌ها از جنبه محافظتی یا به منظور جلب مشتری رضایت‌بخش باشد، اما عملاً تمامی هزینه اختصاص یافته به بسته‌بندی جهت ایجاد بازار فروش، مورد استفاده قرار نمی‌گیرد. اغلب این موضوع به دلیل اشتباه مالک فروشگاه در عدم شناخت نیازهای خود یا به علت فقدان آگاهی از این امر است که تغییر در روش‌های خرید پوشاک، چگونه باعث عوض شدن روش‌های فروش می‌شود. (۱)

تجارت پوشاک برای مدتی طولانی رویه منحصر به فردی را برای بسته‌بندی دنبال می‌کرد. جعبه‌های سخت که با کاغذهای فانتزی پوشانده می‌شدند (شکل شماره ۱) و جعبه‌های نرم و تاشو که نوشته‌ها بر روی آن‌ها چاپ می‌شد و گاهی اوقات نیز دارای تلق بودند، هر دو نوع برای سالیان متمادی مورد استفاده قرار می‌گرفتند.

## ۱- چکیده:

در این مقاله ضمن مطالعه و تحقیق در خصوص ضرورت بسته‌بندی پوشاک به سابقه طولانی مدت بسته‌بندی پوشاک به همراه اهمیت روش‌های بسته‌بندی‌های کاربردی نیز پرداخته خواهد شد. با توجه به نتیجه‌گیری که در پایان مقاله صورت گرفته است به طبقه‌بندی بسته‌بندی‌های مختلف پوشاک در سنین مختلف نیز تأکید شده است.

## ۲- واژه‌های کلیدی:

بسته‌بندی، پوشاک، جعبه، پلی‌اتیلن، پاکت (۴)، طراحی، کیسه، قفسه، کارتن (۷)، فروشگاه، دوخت حرارتی، نخ، فروش و نوارچسب

## ۳- اهمیت بسته‌بندی پوشاک

بعد از جنگ جهانی دوم اهمیت بسته‌بندی (۵) به عنوان عامل کمکی جهت فروش محصول، عملاً در کلیه بخش‌های صنایع افزایش یافت.

ب- فروش کالا به طریقی که سود حاصله افزایش پیدا کند؛

ج- دستیابی به یک بسته‌بندی که کلیه نیازمندی‌ها را پوشش دهد، وظیفه حفاظت از کالا را بدون نقص انجام دهد و برای مصرف مناسب باشد.

بنابراین، ضروری است که ابتدا نیازمندی‌ها مشخص گردند و اگر قرار باشد کالا را از کارخانه به شکلی به دست مصرف‌کننده برسانیم که باعث افزایش فروش و سود حاصله شود، انجام چه کارهایی لازم است؟



شکل ۱- جعبه‌های سخت پوشاک

#### ۴- انواع بسته‌بندی پوشاک

برای پوشاک و البسه نیاز به دو نوع بسته‌بندی می‌باشد:

اول تأمین بسته‌بندی البسه برای خرده‌فروشی و دوم روشی است که آن‌ها به طور عمده به خرده‌فروش می‌رسند.

این روش‌های بسته‌بندی را می‌توان به پنج گروه تقسیم نمود. اگر چه هر کدام از این گروه‌ها وظایف ویژه‌ای دارند، اما تا حدودی با هم مرتبط بوده و دارای صفات مشترکی هستند.

الف- بسته‌بندی برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای؛

ب- بسته‌بندی به صورتی که مشتری بتواند خودش جنس را انتخاب کند، حال اینکه تعدادی فروشنده برای کمک وجود داشته باشند یا نداشته باشند؛

ج- بسته‌بندی به صورتی که جنس با کمک فروشنده به فروش برسد.

د- بسته‌بندی کلی یا حمل‌ونقلی برای اجناسی که بدون بسته‌بندی به فروش می‌رسند (مانند جوراب یا لباس زیر)؛

ل- بسته‌بندی کلی یا حمل‌ونقلی برای اجناسی که به صورت تک واحدی به فروش می‌رسند (مانند کفش و پیراهن).

مشاهده می‌شود که سه گروه اول، بسته‌بندی‌های تکی یا نمایشی را شامل می‌شوند یعنی بسته‌بندی‌هایی

با ظهور پلی‌اتیلن، صنایع پوشاک نیز به پیروی از سایر صنایع، سریعاً به ارزش بسته‌بندی‌های شفاف پی بردند.

جلوه و ظاهر بسته‌بندی توجه قابل ملاحظه‌ای پیدا کرد و بالعکس به وظیفه و عملکرد بسته‌بندی توجه بسیار کمی مبذول شد. در صورتی که باید در نظر داشته باشیم که محافظت، یکی از کاربردهای بسته‌بندی می‌باشد. با تنوعی که در اندازه، شکل، مواد مصرفی و قیمت کالاهای تجاری به وجود آمد تنها راه ممکن، تعمیم نوع بسته‌بندی بود.

به علاوه تمایل مشتری نه تنها از لحاظ انتخاب انواع مختلف لباس فرق می‌کرد بلکه تفاوت‌های سنی و درآمد شغلی نیز بر روی آن تأثیر می‌گذاشت.

اگرچه برای بسته‌بندی پوشاک روش کلی وجود ندارد اما اصل اولیه آن در این عبارت خلاصه می‌شود: "هدف یک بسته‌بندی خوب و مناسب عبارتست از افزایش فروش و سود حاصله با استفاده از بسته‌ای که جاذبه فروش داشته باشد و وظیفه خود را به صورت مناسب و بدون نقص انجام دهد و تولید آن نیز مقرون به صرفه باشد." لذا اهداف اصلی عبارتند از:

الف- ارائه کالا به صورتی که نتیجه آن افزایش فروش باشد؛

که در آن‌ها پوشاک مورد نظر به همان صورت و درون بسته‌بندی به دست خریدار می‌رسند. (شکل شماره ۲)



شکل ۲- بسته‌بندی تکی یا نمایشی

این گونه بسته‌ها اگر با توجه به شکل و اندازه پوشاک مربوطه به خوبی طراحی شوند، در خانه هم می‌توان آن‌ها را جهت نگهداری پوشاک در وضعیت مناسب، مورد استفاده قرار داد.

#### ۵- تأثیر بسته‌بندی پوشاک در فروش

در تمام موارد هدف آن است که ذهن مشتری را برای خرید لباس آماده نماییم. این امر می‌تواند به شکل یک فروش ناگهانی و آنی و یا صرفاً انتخابی باشد. بین اشکال، انواع، رنگ‌ها و یا قیمت لباس‌ها در نهایت عامل تعیین کننده مورد توجه قرار دادن کالا در هنگام فروش می‌باشد. این مورد توسط شش پارامتر به وجود می‌آید:

الف- کیفیت: کیفیت کالا باید مورد توجه خریدار قرار گیرد؛

ب- قیمت فروش: قیمت فروش لباس علاوه بر هزینه ماده خام اولیه و کلیه هزینه‌های کارگران تولیدی برای مواد خام، توسط هزینه‌های مربوط به کارگران نیز مشخص می‌شود.

این مخارج نه تنها شامل تولید کالا می‌باشند، بلکه هزینه‌های تولید، جابه‌جایی کالا در کارخانه، انبار، حمل‌ونقل و ... را نیز دربر می‌گیرند؛

ج- بها دادن به پول پرداختی: باید به خاطر داشت که بسته‌بندی مجلد یک لباس، بیش از آن چه که به جلوه و زیبایی لباس بیفزاید، باعث بالا رفتن و تورم قیمت آن می‌شود؛

د- وضعیت: لباس مورد نظر باید دارای "تازگی کارخانه‌ای (۱) باشد. البته این اصطلاح معمولاً برای مواد غذایی به کار می‌رود، اما برای بسیاری از اجزای پوشاک که ممکن است در حین حمل‌ونقل از کارخانه به محل فروش خراب شوند نیز کاربرد دارد. این خرابی ممکن است چیزی جز چرک شدن لباس نباشد اما در این صورت نیز لباس دیگر "تازگی کارخانه‌ای" را نخواهد داشت؛

دو گروه بعدی بسته‌بندی‌هایی را پوشش می‌دهند که شامل تعدادی از بسته‌های تکی و یا شامل البسه به طور فله و عمده مثلاً به صورت ۶ یا ۱۲ تایی می‌باشند. در این نوع بسته‌بندی، کالایی را که خارج از بسته‌بندی خود به معرض نمایش گذاشته شده را پس از فروش مجدداً درون بسته‌بندی قرار می‌دهند. کاورهایی که برای نگهداری و حمل‌ونقل کت و شلوارها به کار می‌روند مثالی برای این امر هستند. (شکل شماره ۳).



شکل ۳- بسته‌بندی با کاور



شکل ۴- قفسه پوشاک

در بسیاری مواقع فروشنده قبل از به معرض نمایش گذاشتن لباس، آن را اتو می‌کند. انجام چنین کاری اصولاً اشتباه است زیرا هر قدر هم که این کار ماهرانه انجام گیرد، باز هم لباسی که دوباره پرسکاری و اتو شده باشد، احتمالاً همان ظاهری که هنگام خارج شدن از خط تولید را دارد، نخواهد داشت.

به علاوه این وظیفه فروشنده نیست که به دلیل عدم تفکر توزیع‌کننده در انجام قسمتی از وظایفش، شرایط مطلوب لباس را تجدید نماید. برای لباس‌هایی که در قفسه به فروش می‌رسند به نظر می‌آید که در هنگام حمل و نقل و انبار شدن، آویزان کردن آن‌ها به شکل طبیعی که برایشان مشخص شده، لازم باشد. این کار را می‌توان با حمل لباس‌ها از کارخانه تا فروشگاه بر روی قفسه‌های متحرک یا توسط جابه‌جایی آن‌ها درون وسایل نقلیه قفسه‌بندی، انجام داد. اگر منطقه توزیع و پخش محصولات امکان ترتیب یافتن این روش حمل و نقل را فراهم آورد، احتمالاً مناسب‌ترین راه‌حل پاسخ برای مشکل چروک شدن لباس خواهد بود.

البته حفاظت‌هایی در مقابل لک و خاک آلود شدن لباس نیز باید فراهم گردد. باید با کاورهایی که از مواد مناسب مانند PVC (۲) تهیه شده‌اند، قفسه‌ها را پوشانند. در حالتی که لباس‌ها به وسیله وسایط نقلیه قفسه‌بندی شده حمل می‌گردند، هر کدام از آن‌ها باید به کاورهای سرتاسری (که معمولاً از جنس پلی‌اتیلن هستند) مجهز باشند.

ه- روش به نمایش گذاشتن: افزایش استفاده از بسته‌های شفاف یا نیمه شفاف برای بسته‌بندی پوشاک، روش تا کردن آن‌ها درون جعبه‌ها و برجسته نمودن عناوین و اشکال، از ضروریات مورد توجه قرار گرفتن کالا است؛

و- اطلاعات: نه تنها به دلیل افزایش فروشگاه‌های سلف سرویس یا بخش‌هایی که باید خود مشتری در آن‌ها جنس را انتخاب کند، بلکه به خاطر تنوع مواد و ترکیب نخ‌هایی که هم اکنون استفاده می‌شوند، استفاده از علامت‌های کامل، واضح و ساده‌ای در لباس مورد نیاز است.

#### ۶- رعایت اصول بسته‌بندی پوشاک

با توجه به مطالب آورده شده اگر بخواهیم اصول افزایش فروش و سود حاصله را اعمال نماییم، نکات بسیاری وجود دارند که باید آن‌ها را مورد توجه قرار داد. همچنین یکی از مهم‌ترین مسائل این است که آماده‌سازی البسه برای بسته‌بندی به اندازه طراحی بسته‌بندی اهمیت دارد. کلمه طراحی در این جا به اندازه، شکل و مواد مورد استفاده اشاره دارد.

#### ۶-۱- قفسه‌های لباس

علاوه بر پنج گروه بسته‌بندی که قبلاً ذکر شد، طبقه‌بندی ساده‌تری نیز برای خود پوشاک وجود دارد. پوشاک چه از طریق نمایش روی قفسه و یا از پشت پیشخوان، برحسب این که بازار فروش کدام را بپذیرد، به فروش می‌رسند. (شکل ۴)

#### ۶-۱-۱- لباس‌هایی که از روی قفسه به فروش

می‌رسند.

یکی از ضروریات اصلی در این زمینه این است که لباس‌ها نباید چروک و چین‌خورده باشند. هنگامی که لباس‌ها به انتهای فرایند تولیدشان می‌رسند، اتو خورده و بدون چروک می‌شوند. هدف ما باید این باشد که آن‌ها را در همان شرایط "تازگی کارخانه‌ای" در فروشگاه‌ها به معرض نمایش بگذاریم.

هنگامی که در فروشگاه به معرض نمایش گذاشته می‌شوند) تصمیم بگیریم که چوب لباسی‌ها را از روی آن‌ها برداریم، آنگاه هزینه کلی صرف شده (برای قفسه، کاورها و چوب لباسی‌ها) از هزینه مربوط به جعبه‌ها، کیسه‌ها و سایر تجهیزاتی که برای جلوگیری از چروک شدن لباس به کار می‌روند، بیشتر خواهد شد. با این وجود در هزینه صرف شده برای کارگران به مقدار زیادی صرفه‌جویی شده و خطر چروک شدن لباس‌ها نیز به حداقل کاهش می‌یابد. از طرف دیگر باید خاطر نشان ساخت که لباس‌های آویزان شده نسبت به لباس‌هایی که درون جعبه قرار دارند، فضای بیشتری را اشغال می‌کنند. (شکل شماره ۶)



شکل ۶- قفسه لباس

۱-۲-۶- لباس‌هایی که درون جعبه بسته‌بندی می‌گردند.

هنگانی که راه دیگری به جز گذاشتن لباس‌های دوخته شده در درون جعبه وجود ندارد، ملاحظات، مراقبت و مهارت‌های بیشتری را باید جهت آماده‌سازی آن‌ها برای بسته‌بندی به کار برد. مواد مورد استفاده و روش بسته‌بندی را باید مد نظر قرار داد و از تجهیزات جلوگیری‌کننده از چروک شدن لباس مانند مقواهای تاشو، زوروق و کیسه‌های پلی‌اتیلن حداکثر استفاده را نمود. (شکل شماره ۷)

اگر برای انتقال لباس‌ها نتوان برنامه‌ریزی‌های مناسبی ترتیب داد، روش دوّمی وجود دارد و آن بسته‌بندی قفسه‌ای است. در این روش لباس‌ها درون یک قفسه لباس آویزان می‌شوند که این قفسه ممکن است قابل عودت به تولیدکننده لباس باشد.

این قفسه‌ها که برای صرفه‌جویی اقتصادی حداقل دو دوجین لباس را در خود جای می‌دهند باید برای ایستادگی در برابر روش‌های متداول حمل‌ونقل، چه جاده‌ای و چه راه‌آه‌نی، به اندازه کافی محکم باشند. طراحی قفسه امری مهم بوده و برای ساختن آن می‌توان هم از تخته‌های فیبری ضخیم و محکم و هم از تخته‌های چند لایه استفاده نمود (شکل شماره ۵).



شکل ۵- بسته‌بندی قفسه‌ای

نوع دوّم معمولاً ارزان‌تر است. ضرورت اصلی در طراحی این است که قفسه باید به گونه‌ای ساخته شود که در مقابل واژگون شدن مقاومت کند. لباس‌ها از یک میله آویزان می‌شوند. قفسه‌ای که شامل دو دوجین لباس است معمولاً ارزان‌تر از چهار جعبه که هر کدام نیم دوجین لباس را در خود جای می‌دهند، خواهد بود. با این وجود اگر از کاورهای لباس سرتاسری استفاده کنیم و برای اجتناب از جابه‌جایی غیر ضروری لباس‌ها



شکل ۷- بسته‌بندی پوشاک در جعبه

تاشدگی لباس‌ها به گونه‌ای باشد که پس از آویزان کردن، چروک‌های ناشی از آن‌ها، در تاشدگی طبیعی آن نوع لباس خاص، محو و ناپدید گردد. این عمل در مورد تاشدگی‌های ضربدری ممکن نمی‌باشد لذا در صورت امکان نباید از این نوع تا کردن استفاده نمود و یا حداقل باید آن را به یک عدد محدود ساخت.

پس از مشخص شدن نوع تاشدگی باید اندازه جعبه را به گونه‌ای مشخص کرد که برای لباس تاشده مناسب باشد.

د- جعبه‌های خیلی کوچک یا خیلی بزرگ (جعبه‌هایی که برای بعضی از سایزهای لباس خیلی بزرگ یا کوچک می‌باشند) ممکن است نتیجه تلاش‌هایی باشند که جهت استفاده از محدوده‌های کوچک‌تری از اندازه‌های متفاوت جعبه‌ها صورت می‌گیرد (یعنی این که از یک اندازه جعبه برای سایزهای متفاوتی از لباس استفاده شود).

این کار یکی از موارد اقتصاد کاذب است. استفاده از جعبه‌های خیلی کوچک نیز معمولاً نتیجه این طرز تفکر است که در جعبه می‌توان بر لباس‌ها اعمال فشار نموده و از حرکت آن‌ها که موجب چروک شدن می‌شود، جلوگیری کرد. این نکته صحیح است، اما فشار بیش از حد بر روی لباس‌ها، چروک‌های بیشتری ایجاد می‌کند.

### ۶-۳- جلوگیری از چروک شدن

مقواهای تاشده‌ای که از تحرک لباس‌ها جلوگیری کنند و کاغذهای زرورقی که به صورت صحیح استفاده شده باشند، (نه این که صرفاً به طور صاف روی لباس‌ها قرار گرفته باشند) می‌توانند تا حدودی از دوام و ثبات چروکیدگی‌ها، جلوگیری نمایند.

امروزه استفاده از فیلم پلی‌اتیلن برای نمایش، محافظت یا صرفاً به عنوان پوششی برای جلوگیری از نفوذ گرد و خاک می‌باشد؛ اما استفاده دیگر آن کاهش چروکیدگی است. لایه‌ای از هوا در درون کیسه‌های پلی‌اتیلنی، از اعمال وزن بر روی لباس جلوگیری

علل چروک شدن بیش از حد لباس‌ها عبارتند از:

الف- جنس مواد استفاده شده در لباس به گونه‌ای است که پس از چروک شدن به راحتی صاف نمی‌شود. بعضی از مواد سنتتیک جدید، با این که گفته می‌شوند در مقابل چروک مقاوم هستند، اما در حقیقت چروک آن‌ها عملاً ثابت و دائمی است. در این مورد راه‌حل موجود این است که لباس‌ها را دقیقاً قبل از حمل بسته‌بندی کرده و تا حد امکان آن‌ها را کمتر تا کنیم. تعداد آن‌ها نیز باید به اندازه‌ای باشد که سنگینی بیش از حدی را بر لباس اعمال ننمایند؛

ب- بسیاری از لباس‌ها پس از پرس، با وجود مرطوب نمودن بسته‌بندی می‌شوند، باید خاطر نشان ساخت لباس‌ها هنگامی که مرطوب هستند به راحتی چروک می‌شوند. لباس‌هایی که در حالت مرطوب تا شده و بعد هم تحت فشار قرار گرفته باشند، به علت این تاشدگی چروک می‌شوند و چروک آن‌ها نسبتاً ثابت می‌ماند. لباس‌ها را باید قبل از تا کردن و قرار دادن درون جعبه، کاملاً در همان محل کار هوادهی کنیم یا این که در دمایی آن‌ها را نگهداری نماییم که باعث خشک شدن کامل لباس‌ها شود؛

ج- نباید لباس‌ها را صرفاً به گونه‌ای تا کرد که در جعبه مربوطه قرار گیرند. باید توجه کرد که وضعیت



شکل ۸ - استفاده از جعبه های مقاوم برای جلوگیری از چروک شدن لباس

در مورد پوشاکی که بسته‌بندی اولیه بر روی آن صورت گرفته و از پشت پیشخوان به فروش می‌رسند، باید خاطر نشان ساخت که کیفیت، ارزش پول پرداختی و شرایط مورد نیاز لباس‌هایی که توسط فروشندگان به فروش می‌رسند دقیقاً باید به اندازه پوشاک قفسه‌ای باشد. اگر چه به علت این که مشتری می‌تواند از مسئول فروش سؤال‌های مورد نیاز را بنماید، دیگر روش نمایش محصول و دادن اطلاعات در مورد آن زیاد مهم نیست. در مورد لباس‌هایی که توسط مشتری انتخاب می‌شوند و در فروشگاه‌های سلف‌سرویس، نمایش محصول و دادن اطلاعات در مورد آن بسیار ضروری و حیاتی است. اطلاعات لازم جهت افزایش "جذب" فروش "لباس" می‌توانند بسیار متفاوت باشند.

اما در هر حال مشتری انتظار دارد که به راحتی و به سرعت متوجه شود که:

- کالا چیست؟ چه مارکی دارد، جنس و نوع کالا چه می‌باشد (مثلاً لباس خواب کوتاه)؛
- سایز آن چیست؟
- قیمت آن چقدر است؟ (به ویژه در فروشگاه‌های زنجیره‌ای)؛

می‌کند. این نوع "بسته‌بندی در بعضی مواقع بسته‌بندی بالنی" نامیده می‌شود.

البته دو موضوع حائز اهمیت است:

الف- وزن پایه فیلم (که حداقل آن ۱۲۰ است) باید برای مقابله با وزن لباس کافی باشد. هر چه این مقدار بیشتر باشد هوای حبس شده نیز بیشتر شده و صاف شدن لباس پس از اعمال فشار نیز راحت‌تر انجام می‌گیرد؛

ب- سیل (۳) بسته‌ها باید محکم باشد ولی لزومی ندارد که در مقابل عبور هوا مقاوم باشد.

یکی از مناسب‌ترین روش‌های بستن کیسه، پیچاندن بالای آن است تا جایی که به نزدیک لباس برسد، سپس اضافی کیسه به شکل کلاهک درآمده و با نوار بسته می‌شود. سیل حرارتی برای بستن کیسه روش سریع‌تری می‌باشد. یک دستگاه سیل حرارتی (چه پایبی و چه دستی) که بتواند یکباره تمام پهنای کیسه را مسدود نماید، مطلوب‌تر می‌باشد. اما باید اطمینان حاصل کرد که هوای درون کیسه در اثر فشار دست اپراتور خارج نمی‌شود.

۶-۴- پوشاکی که از پشت پیشخوان به فروش می‌رسند.

بعضی از انواع پوشاک، بدون بسته‌بندی یا خارج از بسته‌بندی برای فروش به معرض نمایش گذاشته می‌شوند. برای مثال جوراب‌ها، روسری‌ها، کلاه‌های زنانه و غیره. برخی از لباس‌ها نیز فقط بسته‌بندی اولیه می‌گردند و ممکن است در فروشگاه‌های سلف سرویس، در قسمت‌هایی که خود مشتری باید پوشاک را انتخاب کند یا در قسمت‌هایی که کاملاً توسط فروشندگان اداره می‌شوند به فروش برسند. پوشاک بدون بسته‌بندی چه به صورت فله و چه در درون بسته‌های حمل و نقلی، مشکلات و نیازمندی‌های مشابهی با پوشاک قفسه‌ای دارند. (شکل شماره ۸)

- دستورالعمل شستشوی آن چگونه است؟

- این اطلاعات می‌توانند بر روی خود بسته‌بندی نوشته شده باشند یا به صورت برچسب به پایین لباس چسبانده و یا به خود لباس آویخته شوند؛

۶-۴-۱- انواع بسته‌ها برای پوشاکی که از پشت پیشخوان به فروش می‌رسند: سه نوع بسته‌بندی وجود دارد که هر کدام از این سه نوع خود دارای انواع یا مواد مختلفی می‌باشند.

الف- جعبه‌های سخت و محکم: این جعبه‌ها ممکن است توسط کاغذ پوشانده شوند یا از مقواهای آستردار و یا چاپ شده که به تکه‌های مختلف بریده و به صورت ساده یا نمایشی (تزئینی) مونتاژ شده‌اند، ساخته شده باشند؛

جعبه‌هایی که به شکل سخت ساخته می‌شوند (حال ساخته شدن آن‌ها هر گونه که می‌خواهد باشد) فضای قابل ملاحظه‌ای را اشغال می‌کنند. بعضی از این جعبه‌ها را به طور کامل از مقوای گاهی می‌سازند که علی‌رغم استحکام زیاد، شکننده بوده و هنگام خم شدن، به راحتی می‌شکنند. سایر انواع مقواها در صورتی که به اندازه کافی محکم باشند، استفاده بیشتری داشته و قابلیت انعطاف آن‌ها نیز بیشتر خواهد بود. در صورت استفاده از انواع دیگر جعبه‌ها که از مقوای آستردار ساخته می‌شوند یا حتی چاپ شده می‌باشند، این شانس وجود دارد که در فضای اشغال شونده صرفه‌جویی کنیم البته اگر تیراژ مورد نیاز این اجازه را بدهد که مقواها را به طور مونتاژ نشده خرید و خودمان آن‌ها را مونتاژ کنیم (شکل ۸). از این جعبه‌ها سه مدل متفاوت وجود دارد:

۱- با مفتول منگنه شده: اگر چه ممکن است بعضی مواقع دلایل خوبی برای استفاده از جعبه‌های منگنه شده وجود داشته باشد. ولی به عنوان یک قانون کلی به علت خسارتی که ممکن است به وسیله سوزن‌های منگنه به لباس وارد شود، باید از این نوع جعبه‌ها اجتناب ورزید.

۲- سیل شده با لاتکس: در این نوع بر روی قسمت‌هایی از سطح داخلی مقوا، لاتکس قرار داده و با فشار دادن دو قسمت پوشانده شده با لاتکسی، آن‌ها را به هم می‌چسبانند. لازم است انتهای جعبه‌ها را به اندازه کافی برش دهند تا بتوان آن‌ها را بر روی دیواره داخلی برگرداند. این عمل باعث به هدر رفتن مقوا می‌شود. عدم چسبندگی بین دیواره خارجی انتهای جعبه و لبه‌های آن ممکن است سبب قوس برداشتن مقواها گردد (شکل ۱۰).

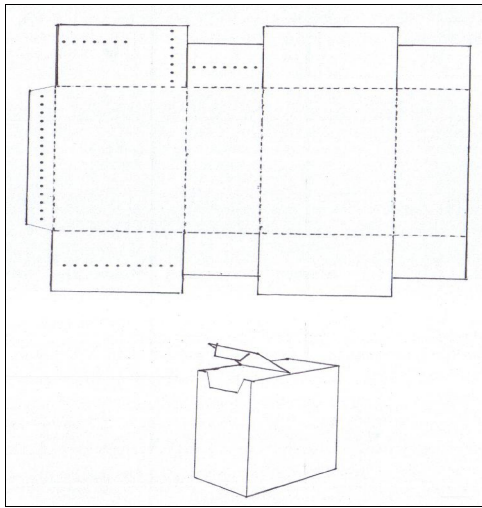
۳- سیل حرارتی شده: اگر چه در این حال ممکن است انتهای جعبه به طرف دیواره داخلی آن برگردانده شود اما این کار کاملاً ضروری نیست. به دلیل این که سیل حرارتی را می‌توان برای سرتاسر سطح داخلی قسمت انتهایی اعمال نمود، چسبندگی کامل دیواره جعبه به لبه‌ها امکان‌پذیر می‌گردد. همچنین در این حالت به سطوحی که لازم باشد دوباره به همین ترتیب سیل شوند و به قسمت‌های دیگر جعبه بچسبند، نیازی نیست.

ب- کارتن‌های تاشو (کارتن‌های مونتاژ شده): این کارتن‌ها می‌توانند با تلق، بدون تلق، چاپ شده یا چاپ نشده باشند؛ (شکل شماره ۹)



شکل ۹- کارتن تاشو و قابل جمع شدن





شکل ۱۰- جعبه‌هایی که به صورت مونتاژ نشده حمل می‌شوند (با سیل لاتکس)

دو نکته دیگر هنگام استفاده از فیلم پلی اتیلن باید مورد توجه قرار گیرد. اول مسئله وضوح کالا است. تلاش‌های مستمری برای بهبود وضوح و دیدن درون بسته، بدون این که بر سایر ویژگی‌های آن اثر نامطلوب بگذارد، صورت گرفته است. به خصوص در کالاهایی نظیر جوراب‌های زنانه، به علت عدم وضوح رنگ نمی‌توان به خوبی داخل بسته را دید و این مسئله‌ای است که از اهمیت زیادی برخوردار است.

دوم تأثیرات بعضی از انواع پارچه‌های سنتتیک (پارچه‌هایی که از نخ‌ها و الیاف مصنوعی تهیه می‌شوند) بر روی پلی اتیلن را باید مد نظر قرار داد. مثلاً یک نوع نخ نایلون توسط فرایندی که به کمک نوعی روغن بر روی نخ‌هایی بافتنی انجام می‌گیرند، ساخته می‌شود. لباس تهیه شده از این نخ باید بدون شست و شو بسته‌بندی شود. در غیر این صورت اثر چربی لباس باقی می‌ماند. این چربی می‌تواند بر روی پلی اتیلن اثر بگذارد و آن را چسبناک نماید و احتمالاً باعث پس دادن و حرکت جوهر مربوط به چاپ روی فیلم پلی اتیلن شود. بسته‌های پلیستر که اغلب برای بسته‌بندی قطعات سخت افزار به کار می‌روند، برای بسته‌بندی پوشاکی چون روسری و جوراب نیز استفاده می‌شوند. انواع

کارتن‌های تاشو ممکن است یک تکه یا دو تکه باشند. در مورد اول، مانند آن چه که در مورد جعبه‌های سخت گفته شد، باید از منگنه کردن کارتن اجتناب ورزید. انواع دو تکه آن‌ها دارای برش و تاشدگی بوده و دستگیره‌هایی جهت بلند کردن به آن‌ها چسبانده می‌شود. در هنگامی که به طور صاف و بدون تاشدگی استفاده شوند، توسط خم کردن کناره‌ها و قسمت انتهایی و یا قرار دادن وسایل محکم کننده در هر گوشه، جعبه‌هایی سخت و محکم به دست می‌آیند. اگر از لحاظ تولیدی مزیتی وجود داشته باشد، درپوش نیز به خود جعبه منگنه می‌شود.

در صورت استفاده از جعبه‌های پیش ساخته، با چسباندن تکه تکه دیواره به لبه‌ها به همین نتیجه می‌توان دست یافت، با این وجود روش سیل حرارتی بهتر است.

ج- بسته‌های شفاف: در این حالت بسته‌بندی می‌تواند به صورت کیسه ساخته شده از فیلم‌های قابل انعطاف یک جعبه یا استوانه سخت و محکم و یا یک بسته‌بندی پلیستر (۴) باشد.

علاوه بر فیلم‌های سلولزی بازیافت شده که به خوبی شناخته شده‌اند، فیلم‌های قابل انعطاف و شفاف دیگری نیز اکنون در دسترس است. هم اکنون پلی اتیلن به صورت کیسه و به مقدار زیاد برای بسیاری از لباس‌ها جهت عرضه و نمایش پوشاک استفاده می‌شود، همچنین بسته‌های بالنی برای بسته‌بندی قلّه و انبوه و بالاخره کاورهای کامل یا نیمه کامل (نیم تنه‌ای) برای پوشاک قفسه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند.

یک نکته را باید برای کلیه فیلم‌های پلاستیکی مدنظر قرار داد آن مسئله جذب گرد و خاک است. وجود گرد و خاک روی کیسه می‌تواند هنگام جابه‌جایی پوشاک توسط اشخاص به درون آن انتقال یابد. نفوذ گرد و خاک به درون کاور لباس‌ها، همانند بیرون آن، موضوعی است که به آن توجه زیادی نمی‌شود.

مختلفی از این نوع بسته‌بندی وجود دارد معمولاً از یک مقوا به عنوان بستر این نوع بسته‌بندی استفاده می‌گردد و نوشته‌ها، تصاویر، اطلاعات و برخی جزئیات مربوط به فروش را می‌توان در روی مقوا چاپ نمود.

#### ۶-۵- دربندی جعبه‌ها

انواع متعددی از نوارچسب‌های مخصوص دربندی وجود دارند. نوع متداول‌تر آن‌ها از یک ماده چسبناک پوشیده شده است که در اثر رطوبت فعال می‌شود (چسب‌های آب چسب). انواع نوارچسب‌های حساس به فشار نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند.

استفاده از نخ یا ریسمان برای دربندی و بستن جعبه ممکن است باعث صدمه دیدن آن بشود. گره‌های نخ‌ها یا ریسمان‌ها ممکن است باز شوند و یا همچنین میل به بلند کردن بسته توسط آن‌ها را پدید آورند که این امر منجر به پاره شدن لبه‌های جعبه و خسارت دیدن محتویات آن می‌شود.

سیم‌ها و تسمه‌های فولادی را نباید هیچ‌گاه برای بستن جعبه‌های مقوایی به کار برد.

۶-۶- بسته‌های مخصوص انبار کردن کالا یا حمل و نقل معمولاً ساده‌ترین و ارزان‌ترین نوع بسته‌بندی، جعبه‌های مقوایی هستند که بهتر است برای بلند کردن دارای دستگیره باشند. کیفیت ماده مورد استفاده برای ساخت جعبه به اندازه و وزن محتویات آن بستگی دارد. برای جعبه‌های بزرگ‌تر مقوای فلوت‌دار (کرکره‌ای) ارزان‌تر بوده و بهتر حمل می‌گردد (شکل شماره ۱۱). صرفه‌جویی در هزینه مصرفی بستگی به تعداد جعبه‌های مورد نیاز دارد. برخی استانداردهای مربوط به بسته‌بندی و تا کردن جعبه‌های مونتاژ می‌تواند انواعی از این جعبه‌ها را برای بسته‌بندی اقسام مختلفی از پوشاک، مناسب سازند. این جعبه‌ها باید همواره جزو موجودی انبار کارخانه تولیدکننده پوشاک باشند.

۶-۷- روش به معرض نمایش گذاشتن تولیدکننده در اغلب موارد به روش عرضه البسه بسته‌بندی شده کنترلی ندارد. به نکات زیر توجه فرمایید:

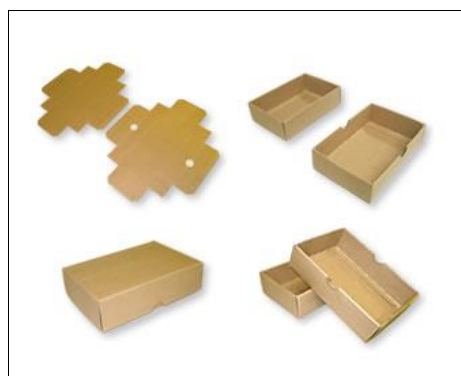
الف- فیلم سلولز اصلاح شده: فیلم‌های معمولی هنگامی که در معرض رطوبت قرار بگیرند آمادگی بسیار زیادی برای جذب رطوبت خواهند داشت.

هنگامی که قرار باشد پوشاک بسته‌بندی شده برای مدتی در شرایط مرطوب به معرض نمایش گذاشته شود، بهتر است از فیلم‌هایی که دارای پوشش ضد رطوبت هستند و دیرتر چروک و سیل می‌شوند، استفاده کنیم. فیلم‌های سلولزی به راحتی چروک می‌شوند و نوری که به آن‌ها تابیده می‌شود در زوایای بسیار زیادی منعکس شده و باعث خیره شدن مشتریان می‌گردد.

ب- فیلم‌های پلی‌اتیلن: انواع جدیدتر این فیلم‌ها با جلا و براقیت زیاد می‌تواند همان تأثیر فیلم‌های سلولزی را برای مشتریان و خریداران به وجود آورد. تا آن جا که ممکن است باید بسته‌های تهیه شده با فیلم‌های پلی‌اتیلنی را طوری چید تا انعکاس نور منطبق بر زاویه دید مشتری نباشد. به طور کلی در فروشگاه‌های سلف سرویس (که فروش کالا بدون کمک فروشنده صورت می‌گیرد) درب بسته‌های پوشاک تهیه شده از این فیلم، سیل می‌شود. در این جا طراحی مناسب بسته‌ها می‌تواند فروش را بیشتر کند. قابل یادآوری است در زمانی که

مشتری علاوه بر دیدن کالا علاقه‌مند به باز کردن بسته باشد، سیل کردن بسته می‌تواند عاملی منع‌کننده برای خرید باشد و سبب کاهش فروش گردد. در این مواقع طرح بسته باید اجازه دهد تا مشتری کالا را لمس نماید.

برای این منظور مؤسسه ISO و سایر مؤسسات مشابه، کمیته‌هایی را برای تدوین استانداردهای لازم تدارک دیده‌اند، طبقه‌بندی بسته‌ها برای پوشاک، ضرورت مطالعه روی پالت‌ها و ظرفیت بسته‌ها را ایجاد می‌نماید. کلیه این مؤسسات یک سری ابعاد پایه را برای بسته‌های پوشاک تدارک دیده‌اند که به این پالت‌ها و بسته‌بندی‌های حمل‌ونقلی استاندارد مربوطه بستگی دارد. برای اطلاعات بیشتر می‌توان به استانداردهای بسته‌بندی پوشاک ASTM, BS, ISO و ... مراجعه نمود.



شکل ۱۱- شکل گسترده و مونتاژ شده جعبه‌های حمل با سیل حرارتی (۳)

#### ۸-۶- بسته‌بندی بعد از فروش

یکی از مواردی که تولیدکنندگان پوشاک سعی در بهبود آن دارند، وضعیتی است که مشتریان انتظار دارند تا پوشاک خریداری شده را به خانه ببرند. اکثر خرده‌فروشان بسته‌هایی را برای حمل پوشاک توسط مشتریان، تدارک می‌بینند. این بسته‌ها از کاغذ و مقوا یا ترکیبی از هر دو می‌توانند باشند، اما اغلب دارای سایز مناسبی برای دربر گرفتن پوشاک نمی‌باشند، لذا لباس‌ها به طور صحیح درون بسته‌ها قرار نمی‌گیرند.

بدین ترتیب فروشنده‌ها ناگزیرند تا پوشاک را تا نموده و در این بسته‌ها (بسته‌های بعد از فروش) قرار دهند. رضایت‌مندی و تمایل مشتریان، علاوه بر اقتصادی بودن بسته‌بندی، ممکن است با یک بسته‌بندی خوب و با کیفیت بالا که دقیقاً برای پوشاک مورد نظر طراحی شده است و دارای آویز (چوب لباسی) می‌باشد نیز تأمین شود. طراحی خوب بسته‌بندی، برای پوشاک با کیفیت بالا که به طور مناسبی برای فرایند بسته‌بندی آماده گردیده است، سبب می‌شود که "تازگی کارخانه‌ای" لباس حفظ گردد و خود بسته‌بندی نیز توسط مشتری و برای استفاده مستمر نگهداری گردد.

#### ۹-۶- بسته‌های حمل‌ونقل پوشاک

#### ۷- نتیجه‌گیری:

بسته‌بندی نوعی علم کاربرد مواد است. خط تولید و مراحل ساخت بسته‌بندی با توجه به مواد مصرفی آن تعیین می‌گردد. مواد اولیه به کار رفته در یک بسته‌بندی علاوه بر نقش قابل توجهی که در فرم و شکل آن دارند حاوی پیامی خاص از هویت، کیفیت و قیمت کالا هستند و مشخص می‌کنند که چه کسی مصرف‌کننده آن هاست از آنجایی که مواد به کار رفته در یک بسته‌بندی، بیش از سایر عوامل با قیمت تمام شده، دوام محصولات و فن آوری ساخت بسته‌بندی ارتباط مستقیم دارد اغلب این عوامل بیشترین حس را در مورد بهای کالا و کاربرد آن به خریداران منتقل می‌کند. اصولاً هر بسته‌بندی باید متناسب با کالای مورد نظر خود طراحی شود و می‌توان گفت بسته‌بندی ظرف یا پوشش محصول است. در مورد بسته‌بندی یک پوشاک نیز باید به جنس و کاربرد پوشاک توجه کرد مثلاً پوشاک مورد نظر مربوط به چه فصلی است و آیا حجم زیادی دارد یا خیر. قیمت نیز نقش بسیار مهمی در نوع بسته‌بندی دارد ممکن است یک لباس مثل جوراب یا لباس زیر قیمت کمی داشته باشد اما با توسعه کمی و کیفی در طراحی بسته قیمت کالا بسیار بالا برود و در این حالت فروش کاهش می‌یابد ولی ما می‌دانیم که هدف از بسته‌بندی، افزایش فروش آن محصول است. به علاوه در بسته‌بندی لباس به گروه سنی نیز توجه می‌شود. همه می‌دانیم که روحیه

یک پسر با یک دختر بسیار متفاوت است. در بسته‌بندی پوشاک دخترانه در هنگام خرید به زیبایی محصول بسیار توجه می‌کند و از رنگ‌های شاد و روشن در این نوع بسته‌ها استفاده می‌کند در حالی که در بسته‌بندی یک پوشاک پسرانه از رنگ‌های سنگین و محکم که صلابت مردانه آنها تقویت شود، استفاده می‌کند. تک رنگ بودن، نمایانگر پیامی محکم و مردانه است.

استفاده از رنگ‌های آبی تیره و زرشکی و مشکی و بنفش مناسب است. در هنگام خرید، نوع استفاده از عناصر و اشکال بر روی محصول نشانگر مخاطب خود است. در بسته‌بندی پوشاک پسرانه استفاده از اشکال سنگین و قوی بسیار جلب توجه می‌کند در حالی که در پوشاک دخترانه فرم نرم و سیال با رنگ‌هایی روشن کاربرد دارد. البته دوباره متذکر می‌شویم نوع لباس در طراحی بسته‌بندی تأثیر دارد.

به عنوان نمونه کاپشن یا پلیور که مخصوص فصل سرما است از رنگ‌های سرد بهره می‌برند و ضخامت بسته‌بندی نیز به دلیل سنگین بودن نسبی لباس بیشتر است و در طراحی بسته‌بندی لباسی که مربوط به فصل گرم است از رنگ‌های روشن و گرم استفاده می‌شود. البته در کلیه این بسته‌بندی‌ها سهولت در حمل و نقل باید مورد توجه قرار گیرد.

#### ۸- پی‌نوشت:

۱. کلاً محصولاتی که از کارخانه بیرون می‌آیند (به خصوص پوشاک)، حالت نو و تازگی ویژه‌ای دارند (مثلاً اطو زده و کاملاً صاف می‌باشند) این اصطلاح مترادف واژه FACTORY-FRESH می‌باشد.

#### 2. Polyvinyl Chloride

۳. منظور از سیل (Seal)، مسدود کردن درب کیسه‌های پوشاک می‌باشد که به روش حرارتی یا سایر روش‌ها صورت می‌گیرد.

#### ۴-Pack

عبارتست از محصول کامل جهت جای دادن و حفظ

کالا.

#### ۵-Packaging

عبارتست از عملیات آماده‌سازی کالاها جهت حمل و نقل (انتقال)، ذخیره‌سازی و تحویل به مصرف‌کننده (مشتری). این اصطلاح یا واژه شامل فرایندهای تمیزکاری و حفاظت، روش‌های بسته‌بندی حمل و نقلی و علامت‌گذاری نیز می‌باشد.

#### ۶ - Distribution Packaging

- بسته‌بندی توزیع عبارتست از

لایه‌ای برای پیچیدن و نگهداری که هدف اولیه به‌کارگیری آن، محافظت از محصول در خلال توزیع و فراهم آوردن تسهیلات لازم برای جابه‌جایی کالا می‌باشد.

#### ۷-Carton

#### کارتن

جعبه تاشونده که معمولاً از مقوا ساخته شده و برای عرضه محصولات به مصرف‌کننده به کار می‌رود.

#### ۹- منابع:

1. Metals HandBook – Edited by Howard - 1985.
2. ISO 90/1: Light Gauge Metal Containers- Definitions and Determination of Dimension and Capacity Part 1: Open- Top Cans, 1997.
3. Selected ASTM Standards on Packaging, Fourth Edition – ASTM, 1997.
4. STD- 2073-1D Department of Defense(DOD) Standard Practice for Military Packaging Mil-.

#### ۱۰- آدرس نویسنده:

تهران - میدان صنعت - خیابان پیروزان جنوبی نبش  
کوچه پنجم - ساختمان اسرا تلفن ۸۸۳۶۹۷۵۰