

بسم الله الرحمن الرحيم



آموزشکده فنی و حرفه ای دختران شیراز

مدرس: سحر میمندی

مقطع تحصیلی: کاردانی

رشته تحصیلی: گرافیک

نام درس: تکنولوژی و کارگاه بسته بندی

مقدمه

تا قبل از انقلاب صنعتی، در زمانی بسیار طولانی، تحول چشمگیری در بسته بندی حاصل نشد. اما با انقلاب صنعتی، نه تنها تنوع کالاهای تولیدی، بلکه مقدار تولید هر محصول نیز رشد ناگهانی و غیرمنتظره یافت و برای فروش این تولیدات نیاز به تبلیغات و بازاریابی و بسته بندی های زیبا و چشمگیر بود.

از قرن نوزدهم بسته بندی به فرایندی رایج تبدیل شد و تولیدکننده ها کالاهایشان را در بسته بندی های مشخص عرضه کردند و علاوه بر جنبه های حفاظتی و بهداشتی، زیبایی بسته بندی مورد توجه قرار گرفت.



امروزه بسته بندی به گونه ای طراحی می شود که علاوه بر نگهداری و حفظ کالا به فروش بیشتر و سریع تر کمک کند. تا جایی که جایگزین فروشنده شده و با فرم ها و نقش ها، رنگ های مناسب و درج اطلاعات لازم در مورد کالا بر روی آن به بسیاری از پرسش های خریداران پاسخ می دهد.

بسته بندی های زیبا و جذاب، در حفظ هویت و ماهیت کالا تاثیر چشمگیری داشته اند و در بازار رقابتی امروز ابزار بسیار مؤثری می باشند.

تعریف بسته بندی

بسته بندی عبارت است از هنر و علم آماده سازی انواع کالا که شناساندن و نگهداری محصول از تولید تا مصرف را به عهده دارد. طبق تعریف موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران « بسته بندی عبارت است از تهیه و تعبیه ظرف یا محافظتی که سلامت کالا را در فاصله تولید تا مصرف حفظ نماید.»

در واقع بسته بندی به معنی ساختاری است که از کالا در فاصله زمانی بعد از تولید و در مراحل حمل و نقل و انبارداری و توزیع تا مصرف نهایی محافظت کرده و از صدمات و خطرات احتمالی فیزیکی و شیمیایی جلوگیری می کند، به گونه ای که کمترین آزار در حین تولید تا مصرف به محتوای محصول و از سوی دیگر به محیط زیست وارد گردد.

به طور خلاصه می توان گفت که بسته پوششی است که ضمن محافظت از کالا، حمل آن را سهل و آسان می کند، و امکان شناسایی خصوصیات و مشخصات محصول درون بسته را برای خریدار فراهم می سازد.

عوامل متعددی مانند حمل و نقل، توزیع، انبار کردن، بهداشت، حفاظت و ایمنی، مقاومت در برابر عوامل بیرونی، هزینه ها و بازیافت به بسته بندی مربوط می شوند، و در هر کالایی با توجه به نوع کالا و چگونگی مصرف آن، هر کدام از این عوامل در درجه بیشتر یا کمتر اهمیت ارزیابی می گردند.

به تعبیری یک بسته بندی، چراغ قرمزی است در برابر توقف عابران جلوی ویتترین خرده فروشی ها و به حق آن را به عنوان «فروشنده خاموش» می شناسند.

اهمیت بسته بندی

بسته بندی شناسنامه یک محصول تازه و هویت آن در بازار به حساب می آید، شناسنامه ای که طی سالیان سال ثابت است و به ندرت پیش می آید که تغییری در آن ایجاد شود. به خاطر همین عمر طولانی، رنگ آمیزی، هندسه بسته بندی، طرح، نشانه محصول، اسم محصول و تک تک عوامل دیگری که بسته بندی را شکل می دهند از اهمیت خاصی برخوردار می باشند.

بین کیفیت و گیرایی بصری بسته بندی، با فروش محصولات، رابطه ی مستقیم و تنگاتنگ وجود دارد. امروزه تولید بسته ها به یک صنعت، هنر و فعالیت اقتصادی بزرگ تبدیل شده است. بسته بندی در همه جا حضور دارد و جزو تفکیک ناپذیر تولید و عرضه ی کالا است.

بسته بندی روز به روز بیشتر به عواملی پایه، در بالا بردن رونق اقتصادی مطرح شده و به یکی از شاخص های مهم توسعه یک جامعه بدل می شود.

بسته بندی به سبب محافظت از محصولات در مقابل صدمات و خرابی ، موجب کم شدن ضایعات کالا می شود. همچنین این امر موجب کاهش آلودگی ها شده و از جهاتی به حفظ محیط زیست یاری می رساند .

اهداف و وظایف بسته بندی

- یکی از وظایف اصلی بسته بندی محافظت از محصول است.
- بسته بندی با برچسب های استاندارد این امکان را می دهد تا متوجه شویم چه محصولی داخل بسته قرار دارد و شرایط حفظ و نگهداری آن چگونه است.
- اشیاء قرار داده شده درون بسته نیاز به محافظت در برابر سایر عوامل مانند ضربه، لرزش، فشار، حرارت و غیره دارند.
- عدم نفوذ پذیری بسته یک فاکتور اساسی و مهم در طراحی بسته بندی است. محافظت در برابر اکسیژن، بخار آب، گرد و خاک، اشعه ماوراءبنفش در بسته بندی مد نظر قرار می گیرد.

- حفظ کیفیت محتویات داخل بسته و طولانی کردن عمر آن یکی از مهمترین وظایف بسته بندی است.
- اطلاع رسانی و اطلاعاتی مانند نحوه انبار و استفاده از محصول، ترابری، چگونگی حذف یا نابود کردن بسته ها یا محصولات، بروی بسته ها چاپ می شود که باید با استانداردهای بین المللی نیز مطابقت داشته باشند.
- ایمنی بسته بندی نقش مهم و اساسی در کاهش ریسک امنیتی برای سلامت محموله دارد. بسته ها با پوشش مقاومتری مناسب بهتر می توانند در کاهش آسیب و همچنین جلوگیری از دستبرد به محصول مطلوب واقع شوند.

- بسته ها می توانند برای کاهش خطر دستبرد و دسترسی غیر مجاز به کالا، سازماندهی و مهندسی شوند، ساختمان بعضی از بسته ها برای جلوگیری از دسترسی غیر مجاز عایق مقاومتی دارند و بعضی نیز دارای مهر لاک برای جلوگیری از باز شدن و دستبرد می باشند.
- بسته ها باید ویژگی هایی را به همراه داشته باشند که باعث سهولت در توزیع، جابه جایی، نمایش، باز و بسته نمودن دوباره، فروش، استفاده و استفاده مجدد از آن گردند.

در یک نگاه کلی، سه عامل اصلی در بسته بندی باید در نظر گرفته شود :

1. شکل ظاهری یا اصطلاحاً هندسه بسته بندی
2. طراحی گرافیک بسته بندی
3. مواد به کار رفته در تولید بسته بندی و کیفیت آنها

بازارسنجی

طراحی غیر اصولی و نامناسب یک بسته بندی در مقایسه با طراحی نامناسب بسیاری کارهای گرافیک دیگر به ضرر و زیان بیشتری منتهی می شود و از راهیابی آن کالا به بازار و کسب سهم فروش در بازار ممانعت می کند و به شکست یک محصول در بازار منجر می گردد.

گروه سنی و جنسیت مخاطبان، سطح دانش و تحصیلات آنها، ویژگی های بومی و سنت های آنها، قشر و طبقه اجتماعی و وضعیت اقتصادی همه عواملی هستند که با دانستن آنها به شناخت بهتری از خریداران احتمالی کالا و وضعیت کالا در بازار می توان رسید.

قبل از اقدام به طراحی بسته بندی، باید در مورد کالا اطلاعات لازم را بدست آورد. کجا تولید و کجا مصرف می شود و چه فاصله ای را در حمل و نقل طی می کند و چه مدت در انبار می ماند، تاثیرات نور و حرارت بر آن چگونه است و ...

اطلاعات لازم به طراح گرافیک منتقل می شود تا بر اساس آن، طرح های پیشنهادی را تهیه کند. این اطلاعات مشخص می کنند که از عکاسی باید استفاده کرد یا تصویرسازی، استفاده از حروف چگونه باید باشد و اینکه چه رنگ یا رنگ هایی تقدم دارند و

ممکن است این بررسی را یک گروه تحقیق و بازاریاسنجی صورت دهند یا زیر نظر مدیریت فروش شرکت ها انجام گیرد.

انواع بسته بندی

بسته ها انواع متفاوت دارند. برای یک مثال یک بسته انتقالی یا توزیعی نوعی از بسته بندی است که برای حمل در کشتی و جابه جایی در فروشگاه استفاده می شود. بعضی مواقع بسته ها بر اساس لایه موجود و عملکرد به دسته های اولیه، ثانویه و ... تقسیم می کنند.

- بسته بندی اولیه معمولاً کوچکترین واحد توزیع یا به کارگیری است و اولین لایه در برگیرنده محصول است که در تماس مستقیم با محصول می باشد و آن را در بر می گیرد.

- بسته بندی ثانویه بیرون از بسته بندی اولیه است که می تواند برای گروه بندی کردن بسته های اولیه باشد.
- بسته بندی سوم برای حمل و توزیع عمده به کار گرفته می شود.

مواد مناسب برای بسته بندی

موادی که در بسته بندی هر محصول یا کالای تولید شده به کار می رود باید ویژگی های زیر را داشته باشد:

- دوام و استحکام لازم برای جا به جایی های دور و نزدیک
- آسیب نرساندن به سلامتی انسان و محیط زیست و قابل بازیافت بودن
- محافظت از محتویات بسته در طول زمان استفاده
- قابلیت تولید انبوه بسته
- خوش ساخت بودن و زیبایی ظاهری

خطراتی که یک محصول را از زمان تولید تا هنگام رسیدن به دست مصرف کننده تهدید می کنند به عنوان مثال عوامل اصلی در انتخاب نوع بسته بندی شامل خطرات مکانیکی، جوی، بیولوژی و اجتماعی اند.

- خطرات مکانیکی مانند انبارداری و حمل و نقل است،
- خطرات جوی شامل مواردی مانند باران، درجه حرارت، نور آفتاب، رطوبت، اکسیژن و گازهای دیگر می باشند.

- نمونه خطرات بیولوژیک، حشرات، باکتریها، موشها، پرندگان و نظایر آنهاست.
- خطرات اجتماعی مواردی چون دله دزدی ها، قیمت گذاری ها و مواد قانونی و ممنوعیت ها را در بر

می گیرد

به طور کلی چهار گروه مواد برای صنایع بسته بندی به کار می روند:

- کاغذ و مقوا
- پلاستیک
- فلز و آلومینیوم
- شیشه

کاغذ و مقوا

بسته بندی با کاغذ و مقوا از اوایل قرن پانزدهم در اروپا شروع شد که بلزرگانان از کاغذهای چاپ شده به صورت برچسب استفاده می کردند. از قرن هفدهم کاغذ نه تنها برای پیچیدن دور کالا بلکه برای پوشاندن سطح جعبه ها نیز به کار برده شد. «در سال ۱۸۵۰، برای اولین بار، یک شکلات و یک نوشیدنی را با بسته بندی کاغذی عرضه کردند. در نیمه دوم قرن نوزدهم کالاهایی مانند کره نباتی در آمریکا با کاغذ چاپ شده بسته بندی شد. اولین مقواهای چاپ شده برای قوطی سیگار در سال ۱۸۷۹ به بازار آمد که از جنس مقواهای سخت بود.»

از آغاز قرن بیستم، با گسترش صنایع بسته بندی، استفاده از کاغذ و مقوا در بسته بندی فزونی یافت و امروزه می توان گفت که کاغذ و مقوا و نیز انواع پلاستیک بیش از مواد دیگر در صنایع بسته بندی به کار می روند.

کاغذ

مشهورترین کاغذهایی که در صنعت بسته بندی از آنها استفاده می شود:

- کاغذ پرگادین (pergadin): مناسب برای بسته بندی های چربی های خوراکی مانند کره
- کاغذ پلی گارد : polygoard مناسب برای بسته بندی هایی که باید به صورت ضد عفونی شده نگهداری شوند مانند سرنگ .
- کاژ سلیکون () : (cellikon مقاوم در برابر چسب که برای کاغذهای پشت چسب دار و برچسب های مختلف استفاده می شود.

- کاغذ سولفیت و سولفات : برای بسته بندی برخی مواد خوراکی مانند آدامس و شکلات به شرط آغشته شدن با مواد شیمیایی مجاز.
- کاغذ گریس پروف (grease proof) : جهت دولایه شدن با فویل آلومینیوم و نگهداری چربی های خوراکی برای زمان طولانی.
- کاغذ واتر پروف (waterproof) : برای نگهداری مایعاتی مانند شیر، دوغ و ...
- کاغذ (kraft) : معمولاً به رنگ قهوه ای روشن و در لفافهای چای، گوشت، محصولات یخ زده و ... استفاده می شود.

مقوا

مقواهای بسته بندی را می وان به دو گروه کلی تقسیم « تک لایه » و « چند لایه » تقسیم کرد:

- مقواهای تک لایه شامل مقوای کرافت (kraft board)، مقوای طوسی رنگ حاصل از مقواهای ضایعاتی (chip board)، مقوای اتیکت (tag board)، و انواع مقواهای ظروف غذا و نوشیدنی می شود و بدون روکش و آسترند.

- مقواهای چند لایه از خمیرهای متفاوت و در چند لایه تهیه می شوند. کاربرد مقواهای چندلایه در جعبه های تا شونده نیز بسیار رایج است. از ویژگیهای خوب این نوع مقوا قابلیت تا خوردن و چاپ پذیری مناسب آن است.

مقواهای موجدار معروف به مقوای کارتن هم از مقواهای چند لایه اند که امروزه در صنایع بسته بندی کاربرد بسیار گسترده دارند. تعدادی از بسته های مقوایی، قوطی های کنسرو، بطری ها، شانه های تخم مرغ، میوه جات و نیز وسایل بزرگی مانند یخچال و تلویزیون می تواند در انواع مختلف کارتن ها قرار گیرد و حمل شود.

مزایای کاغذ و مقوا

- از انعطاف پذیری خوبی برخوردارند.
- قابلیت شکل و چاپ خوبی دارند.
- ممانعت کننده خوبی در برابر نور است.
- قابل بازیافت است و در محیط نیز به سرعت تجزیه می شود.

معایب کاغذ و مقوا

- در مقابل نفوذ رطوبت مقاومت خوبی ندارد.
- نفوذ گاز و روغن از آن امکان پذیر است.
- قابلیت دوخت خوبی ندارد.

پلاستیک

بعد از جنگ جهانی دوم، استفاده از مواد پلاستیکی به طور معمول در صنایع بسته بندی رواج پیدا کرد و امروزه کاربرد آنها در این امر از نظر میزان مصرف در دره اول اهمیت قرار دارد. پیشرفت ها و تحولات تازه در صنعت پلاستیک، مواد تازه ای را برای استفاده از بسته بندی در اختیار گذاشته است.

« پلیمرها » « polymere » مولکول های بلندی هستند که از تعدادی مولکول های کوچکتر که « منومر » « monomer » نامیده می شوند تهیه می شوند.

پلیمر بندرت به صورت خالص مصرف می شود و با افزودن مواد دیگری به آن، اصطلاحاً پلاستیک نامیده می شود.

پلاستیک های مختلف بسته بندی، براساس تواناییهایشان در ایزوله کردن کالا از محیط های آلوده و با جذابیت و جلایی که به کالا می دهند شناخته می شوند.

امروزه مصرف چهارنوع پلاستیک در زمینه بسته بندی سیر صعودی دارد:

پلی اتیلن با دانسیته کم (LDPE) ، پلی اتیلن با دانسیته بالا (HDPE)، پلی پروپیلن (Polypropylene)، پلی استر (Polyester).

الی اتیلن یکی از آشناترین پلاستیک ها در زندگی روزمره بشر امروزی است. ظروف بسته بندی و جعبه های پلاستیکی، اجناس خانگی و بطری و لیوان، اسباب بازی ها و انواع پاکت از معمولی ترین وسایلی هستند که با پلی اتیلن ساخته می شوند. فیلمهای پلی اتیلن مشتقات زیادی دارند و نایلون برای بسته بندی انواع مواد خوراکی مانند ویفر، بیسکویت، شکلات، مواد غذایی منجمد، نوارچسب، لوازم بهداشتی، دارویی و ... مصرف می شود.

پلاستیک ها میتوانند بسیار محکم و نفوذ ناپذیر باشند در حدی که به سختی سوراخ شوند. از سوی دیگر می توان آنها را به گونه ای تولید کرد که به سهولت باز شوند.

میتوان آنها را به گونه ای ساخت که هوا، آب، اکسیژن و دیگر گازها و یا رایحه و مزه از آن خارج نشود. از سوی دیگر میتوان آن را نفوذپذیر ساخت تا به مواد غذایی بسته بندی هوا برسد.

امروزه بسته بندی های پلاستیکی بدریج جای بطری های شیشه ای را می گیرد و بسیاری از بسته بندی های کاغذی و مقوایی نیز جای خود را به پلاستیک های انعطاف پذیر می دهند. اما استفاده از پلاستیک از نظر حفظ محیط زیست تائید شده نیست، چون در حدی زیاد است که اگر تولید کننده ای موظف به حفظ محیط زیست نباشد، برای کالای خود از بسته بندی پلاستیکی استفاده می کند.

دیگر مزایای پلاستیک

- دارای وزن کم و قیمت نسبتاً مناسب
- از قابلیت شکل پذیری بالایی در دستگاه های اتوماتیک بسته بندی برخوردارند.
- در مقابل تعداد زیادی از اسیدها و قلیا ها مقاومند، در نتیجه واکنش کمتری در مقابل اینها نشان می دهند.
- با اضافه کردن افزودنی هایی می توان بر خواص آنها افزود. مثلاً می توان مقاومتشان یا نرمی و خشکی آنها را تغییر داد.
- در مقابل این مزیت ها مشکلات بسیاری از لحاظ زیست محیطی ایجاد می کنند.

فلز و آلومینیوم

در صنایع بسته بندی فلز به دو صورت فویل و ورق مورد استفاده قرار می گیرد.

بعضی محصولات مانند تن ماهی یا سایر مواد کنسرو شده فقط با بسته بندی فلزی نگهداری می شوند.

از ظروف جداره نازک فلزی در بسته بندی محصولات مربوط به رنگ آمیزی و در بسته بندی لوازم پزشکی و آرایشی استفاده می شود. این نوع فلزات نازک به طرز قابل توجهی مقابل آسیب دیدگی شیمیایی و مکانیکی مقاوم اند، اما آلومینیوم که سبک تر و شکل پذیرتر است به سرعت با عوامل شیمیایی به فعل و انفعال می پردازد. از آلومینیوم برای ساختن درپوش و همچنین کنسروهایی که در آنها در قوطی به راحتی باز می شود استفاده می کنند.

اکثر ظروفی که با فشار پر شده اند و حاوی مایعات اند (مثل اسپری ها) بر مبنای قوطی های فلزی کنسرو و با همان ساختار ساخته می شوند. فلز به صورت ورق برای انواع کمپوت یا چای هم به کار می رود.

قوطی های فلزی بسیار بادوام و ماندگارند و گاهی برای بسته بندی کالاهایی مانند بیسکویت یا شکلات به کار می روند که لزوما نباید قوطی ماندگار فلزی داشته باشند و می توان از مقوا هم برای بسته بندی آنها استفاده کرد.

آلومینیوم، به صورت فویل با ضخامت های مختلف به صورت دولایه یعنی لمینیت شده، با انواع کاغذ یا پلاستیک، برای بسته بندی های مواد غذایی و دارویی، چه مایع و چه جامد، به کار می رود و این کاربرد دیگر فلز در صنایع بسته بندی است.

آلومینیوم، به صورت فویل با ضخامت های مختلف به صورت دولایه یعنی لمینیت شده، با انواع کاغذ یا پلاستیک، برای بسته بندی های مواد غذایی و دارویی، چه مایع و چه جامد، به کار می رود و این کاربرد دیگر فلز در صنایع بسته بندی است.

ظروف فلزی

تاریخ ساخت ظروف فلزی به ۲۳ سال قبل از میلاد مسیح نسبت داده می شود. در سال ۱۸۰۴ میلادی نیکلاس آپرت به طور تجربی برای نگهداری مواد غذایی به روش های خشک کردن، دودی کردن و بسته بندی مواد غذایی در قوطی فلزی دست یافت، سپس از این روش در صنعت کمپوت و کنسروسازی استفاده گردید.

در سال ۱۹۰۶ میلادی سازمانی تحت عنوان سازمان ملی صنایع کنسرو تاسیس و سپس مرکز تحقیقاتی برای این صنعت آغاز به کار کرد.

در سال ۱۹۵۸ قوطی آلومینیومی برای اولین بار تولید شد. تولید این قوطی ها به علت داشتن مزایایی شامل حمل و نقل آسان و مقاومت نسبتا بالا در مقابل تغییرات شیمیایی، به سرعت توسعه یافت.

معایب ظروف فلزی

- در آنها پدیده خوردگی در مقایسه با مواد اولیه بسته بندی دیگر سریع تر انجام می شود. در اثر خوردگی تغییراتی در سطح داخل قوطی، منجر به بادکردگی قوطی فلزی می تواند باعث تغییررنگ و کاهش ویتامین های مواد غذایی گردد.

ظروف آلومینیومی

بیش از چهل سال است که ظروف آلومینیومی بخش عمده ای از مواد اولیه در صنعت بسته بندی را تشکیل می دهد. فراوانی این فلز به عنوان منبع طبیعی، خواص ذاتی، تحمل حرارت و بازیابی آن به کمک انرژی پیشرفته، باعث شده است که بسته بندی انواع مواد مورد استفاده قرار گیرد. به طور متوسط ۴۰ درصد از کل بسته بندی نوشابه های مصرفی را قوطی های آلومینیومی تشکیل می دهند.

مزایای ظروف آلومینیومی

آلومینیوم در مقابل اکسیژن و رطوبت از حساسیت کمتری برخوردار است، سبک بوده و از مقاومت خوبی در مقابل خوردگی و فساد شیمیایی برخوردارند.

شیشه

عطرها و مواد آرایشی و بسیاری مواد دیگر از شیشه استفاده می شود.

تولید ظروف شیشه ای آسان است . توسط کوره های گداخته و ماشین های ذوب کننده ساخته می شوند و قابلیت استفاده دوباره هم دارند.

در مواردی مانند برخی نوشیدنی ها، سس ها و موارد مشابه، به تدریج مواد پلاستیکی جای شیشه را گرفته است، زیرا زیرا سبک تر و به مرتب ارزان تر است. اما در مواردی مانند عطرها، که نیاز به جلوه ای زیبا و اشرافی برای محصول است، هیچ ماده شفاف دیگری جای شیشه را نمی گیرد. حتی در ترشیجات و مرباجات هم پلاستیک ها نتوانسته اند جای شیشه را بگیرند.

حتی شیشه های نامرغوب و ارزان قیمت حسی را به مصرف کننده منتقل می کنند که با حس دیدن پلاستیک شفاف بسیار متفاوت است. از این رو اگرچه ممکن است در آینده بعضی کاربردهای فعلی شیشه در صنعت بسته بندی باز هم کاهش یابد، اما در مواردی هیچ ماده دیگری نمی تواند به اندازه شیشه مناسب باشد.

مزایای شیشه و ظروف شیشه ای

- شیشه از نظر شیمیایی خنثی است و به عبارتی آن با ماده محتوی خود هیچگونه واکنشی انجام نمی دهد.
- طعم و مزه محصول بسته بندی شده درون شیشه بدون تغییر حفظ می شود.
- شیشه غیر قابل نفوذ، فاقد بو و بهداشتی است.
- ظروف شیشه از استحکام خوبی برخوردار است و به اشکال، اندازه ها و رنگ های مختلف ساخته می شود.
- شیشه شفاف بوده و اجازه رؤیت محتوای خود را به خریدار می دهد.

معایب شیشه و ظروف شیشه ای

- شیشه حساس به شوک های حرارتی و عوامل خارجی بوده، لذا میزان درصد شکست شیشه یا ظروف شیشه ای در مقابل با مواد اولیه بسته بندی دیگر بالاست.
- ظروف شیشه ای وزن زیادی دارد که باعث افزایش هزینه حمل و نقل آن نسبت به انواع دیگر مواد بسته بندی است.
- این خط وجود دارد که در هنگام پر نمودن محصول در ظروف شیشه ای قسمتی از آن خرد شده، به مواد غذایی انتقال یابد.

رنگ در بسته‌بندی

بدون شک هر انسانی از وجود چیزهایی زیبا مثل یک بسته‌بندی جالب و دوست‌داشتنی لذت می‌برد و اینگونه بسته‌بندیها به زندگی تنوع و نشاط می‌بخشد. بسته‌بندی باید در خریدار ایجاد علاقه و اعتماد نماید و برای او خوشایند باشد، هویت مناسب به کالا بدهد و آن را به گونه‌ای جالب و چشمگیر عرضه نماید، گواه محاسن و امتیازات محصول باشد و انعکاس‌های روانی مورد نظر را تامین کند، «رنگ» برای دستیابی به این اهداف عاملی بسیار اساسی است.

رنگها، آسانتر از نامها و علائم در خاطر می‌مانند و احساسات و تمایلاتی که به وسیله آنها ایجاد می‌شود به حدی دقیق و ظریف است که کلمات توان بیان آن را بطور کامل ندارند.

رنگ قرمز

طول موج رنگ قرمز به گونه‌ای است که در یک مجموعه رنگها بسیار سریع به چشم می‌خورد و به خاطر همین ویژگی، یکی از رنگهای رایج برای هشدار و اعلام خطر می‌باشد. قرمز رنگی است شاد و پر نیرو، فعال و گرم و تحریک کننده که میل به حرکت و کار و فعالیت را در انسان به وجود آورده، خود را به چشم ناظر تحمیل می‌کند و هم حالت جدی بودن و وقار و هم حالت مهربانی و جذابیت را القا می‌نماید. این رنگ، به سبب میل به فعالیت که در انسان به وجود می‌آورد، ضربان قلب را تند می‌کند و فشارخون را افزایش می‌دهد.

رنگ زرد

رنگ زرد، درخشش و نوری بیش از تمام رنگها دارد، به ویژه اگر در کنار رنگهای تیره از جمله سیاه قرار بگیرد. زرد که رنگی گرم است و بعد از قرمز نارنجی پر حرارت ترین رنگ در دایره رنگها می باشد خود را به جلو می راند و نیروهایش را به اطراف پراکنده می کند و هیچ گونه عمق و ژرفایی در آن وجود ندارد.

این رنگ شاد، فعال و خونگرم است و مانند قرمز استفاده زیاد آن اعصاب را تحریک می کند و برای افرادی که ناراحتیهای عصبی دارند مضر است.

رنگ آبی

رنگ آبی، ژرف است و این ژرفا انسان را تا بی‌نهایت و جاودانگی می‌کشاند. رنگی است که حرکتی درونی دارد و به سبب این ویژگی، روح انسان را به اعماق درون خود می‌برد. احساس آرامش و آسوده بودن را تداعی می‌کند و مبین مفهوم لایتناهی است. رنگی الهی و آسمانی است و با روان انسان پیوند می‌خورد و تا لعماق روح نفوذ می‌کند و نماد جاودانگی می‌باشد.

این رنگ، مورد علاقه اشخاص بالغ است و نمودار نوعی پختگی است ولی با وجود این گویی خاطرات کودکی را بیدار می‌کند.

رنگ سبز

رنگ سبز، آرامش بخش است ولی آرامشی را که ایجاد می‌کند مانند آبی، درونی و خواب آور نیست، بلکه آرامشی است که از ایجاد صلح و صفا، امنیت و تعادل ایجاد می‌شود. این رنگ، امید و زندگی را تداعی می‌کند و حرکتی که در آبی به درون و عمق می‌رود و در زرد به جلو و اطراف پراکنده می‌شود، در سبز ادغام می‌شوند و اعتدالی را به وجود می‌آورند.

وقتی که رنگ سبز متمایل به زرد می‌شود قدرتی فعال و احساس جوانی و حالتی بهاری را القا می‌کند. اگر آبی موجود در سبز بیش از زرد باشد این رنگ جدی و مملو از تفکر می‌گردد.

رنگ نارنجی

رنگ نارنجی که از ترکیب زرد و قرمز به وجود می آید رنگی فوق العاده گرم و درخشان است و یادآور درخشش و گرمای خورشید می باشد. سبک و پرتحرک است و برای افرادی که تحرک کمی دارند، چه از نظر جسمی و چه از جنبهء روحی، مفید می باشد.

رنگی شاد و جوان است و باعث تحریک اعصاب می شود و در نتیجه نباید آن را به مقدار زیاد در محیط زندگی، مثلا دیوار یا کف اتاق، به کار برد، زیرا چشم را می آزارد و تمرکز حواس را از بین می برد. این رنگ در ترکیب با سفید ملایم می شود و شخصیتی زنانه می یابد.

رنگ بنفش

رنگ بنفش، رنگی با وقار و تا حدی غمگین و محزون است و سالمندان به آن علاقه بیشتری دارند. حالتی جادویی و سحرانگیز را القا می‌کند و عمق و رازی در آن نهفته است همراه با حسی از ناامنی و تزلزل.

بنفش هر گاه که به طرف روشنی سیر کند نکات مثبت آن آشکارتر و هرگاه به طرف تیرگی میل نماید جنبه های منفی آن بیشتر می‌شود.

اگر به طرف آبی سیر کند نشانی از تنهایی در بر دارد و نوعی هراس را تداعی می‌نماید.

رنگ قهوه‌ای

رنگ قهوه‌ای، «غلظت زیاد» را تداعی می‌کند و هر چه تیره‌تر باشد ویژگیهای رنگ سیاه را بیشتر داراست. این رنگ برای اشخاصی که پوست تیره دارند چندان خوشایند نیست ولی رنگ که درخشان است توجه آنها را جلب می‌کند.

رنگ قهوه ای معمولاً " بیان گر طبیعی بودن، زمینی بودن و متفاوت بودن است اما گاهی می تواند نشان گر پیچیدگی نیز باشد. رنگ قهوه‌ای ، رنگ زمین و درختان است. این رنگ ، کوه و تپه را به خاطر می‌آورد و به فرد حس تازگی و طبیعی بودن می‌بخشد.

رنگ سفید

رنگ سفید از ترکیب رنگهایی که در طیف نور است به وجود می‌آید و خاموشی و سکوتی زنده را می‌رساند و رنگ آغاز و پیدایش می‌باشد.

سفید احساس پاکی و خلوص را در انسان به وجود می‌آورد، چه از جهت مادی و چه از جنبه معنوی. رنگی شاد و لطیف است و هرگاه آن را در کنار رنگهای دیگر به کار بریم ترکیب آنها زیباتر و زنده تر خواهد شد. از این رنگ در جنگها به عنوان صلح و تسلیم استفاده می‌شود و نمادی از نور و روشنایی است و معصومیت درستی را به یاد می‌آورد.

رنگ خاکستری

رنگ خاکستری نه مانند سفید سرشار از امکان و نه مشابه سیاه غیر فعال است. گویی نمی تواند هویت آشکار و مشخصی داشته باشد.

این رنگ بیان روحیه ای است مردد و بی طرف که نماد بی تصمیمی و عدم وجود نیرو است. هر چه خاکستری تاریک تر شود بیشتر یادآور ترس، یکنواختی و غم بی دلیل است.

خاکستری سکون را تداعی می کند، ولی سکون آن با سبز فرق می کند و سکونی بدون امید است. خاکستری چون رنگی بی تفاوت است در ارائه آثار رنگی به عنوان زمینه می توان از آن استفاده کرد.

رنگ سیاه

رنگ سیاه اگر تیره و غلیظ باشد نشانه‌ای از اندوه و مرگ، متانت، ابهت، گوشه‌گیری و اضطراب است، و در جوامع بسیاری در عزاداری از آن استفاده می‌شود.

این رنگ، نشانه‌ای هم از اشرافیت دارد، به ویژه وقتی که براق باشد مبین تشخیص و فخیم بودن است. سیاه سکوت و خاموشی بدون آینده را مجسم می‌کند و در واقع رنگ پایان هر چیزی است.

رنگ‌ها روی سیاه درخشش و جلوه بیشتری دارند و رنگ زرد روی سیاه، خواناترین وضعیت رنگی است. مخلوط کردن سیاه با رنگ‌های دیگر سبب کاهش روشنی و درخشش آنها می‌شود و رنگی که با آن ترکیب شده است به سمت تیرگی می‌رود.