

معايير التعبئة والتغليف في قطاع الأحذية وأهميتها في الحفاظ على جودة الحذاء

سارة خالد محمد طه العتر
مدرس بقسم الصناعات الجلدية
كلية الإقتصاد المنزلى - جامعة حلوان

ملخص البحث:

في ظل التغيرات الدائمة في عالم سريع التطور يأتي الاهتمام بمرحلة تغليف وتعبئة الأحذية بالتزامن مع تزايد الاهتمام بصناعة الأحذية بجميع مراحلها وفي ختامها مرحلة التغليف والتعبئة التي تؤدي العديد من الوظائف بالنسبة لكلاً من المنتج وبيئته والتجزئة والمستهلك، فلم يعد يقتصر دورها على حماية المنتج والحفاظ على جودته بل تخطى ذلك للقيام بعدة وظائف أخرى تسويقية ودعائية.

ونظراً لتنوع الأحذية وتصنيفاتها واختلاف موديلاتها وخامات تصنيعها ما بين الجلود الطبيعية والصناعية والأقمشة وكذلك كثرة المدخلات في مراحل إنتاجها بالإضافة لتنوع خامات تغليفها وتعبئتها، تتبع أهمية البحث من تناول أنواع الأحذية الأساسية (الرجالي والنسائي والأطفالى والأحذية الرياضية) وما يناسب كل منها من خامات تغليف وتعبئة تحافظ على جودة الحذاء وتضمن وصوله للمستهلك بأفضل صورة ممكنة.

وتناول البحث أهمية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية بمستوياته، والخامات المختلفة المستخدمة في عملية تغليف وتعبئة الأحذية وما يناسب منها مختلف أنواع الأحذية، بالإضافة للعوامل المؤثرة عليها، إلى جانب دراسة المعايير الصحيحة لتغليف وتعبئة الأحذية بأنواعها من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية من خلال زيارة بعض مصانع الأحذية وتطبيق استمارة استبيان عليهم، ومقابلة بعض تجار تجزئة بيع الأحذية وتطبيق استمارة استبيان أخرى عليهم.

وتوصل البحث إلى وجود علاقة بين نوع الحذاء واختيار خامات التغليف والتعبئة وعلاقة بين اختيار خامات ومواد التغليف والتعبئة للمنتج والخامات المستخدمة في تصنيع الحذاء نفسه، وإسهام عملية تعبئة وتغليف الأحذية في الحفاظ على جودة الحذاء وسلامة تخزينه إذا ما تم مراعاة شروط التخزين السليم، وتوصلت الباحثة لأهم المعايير الخاصة بتغليف وتعبئة الأحذية سواء للإنتاج المحلى أو للتصدير للخارج للنهوض بصناعة الأحذية في مصر.

الكلمات المفتاحية: التغليف والتعبئة - التعبئة والتغليف - خامات التغليف والتعبئة - صناعة الأحذية - جودة الأحذية - معايير التغليف.

Abstract:

In light of the constant changes in a rapidly developing world, interest in the stage of packaging of footwear comes with increasing interest in the shoe industry in all its stages, and at the end the stage of packaging. Which performs many functions for both the producer, the retailer, and the consumer. Its role is no longer limited to protecting the product and maintaining its quality. Rather, more than that to perform several other marketing and advertising jobs.

Given the diversity of footwear and their types, models and manufacturing materials between the Leather, Artificial leather and fabrics, as well as the large number of inputs in the stages of their production. In addition to the diversity of their packaging and wrapping materials. The importance of the research comes from examining the basic types of footwear (men's, women's, children's and sport footwear) and the suitable packaging materials for each of them that maintains the quality of the shoe and ensures their reaches to the consumer in the best way.

The research deals with the importance of packaging in the shoe sector at all levels. And the different materials used in the process of packing footwear and what is suitable for different types of them, in addition to the factors affecting them. Beside studying the standards for packing of footwear types through theoretical study and field study by visiting some footwear factories and applying a questionnaire, interviewing some footwear retailers and applying another questionnaire to them.

The research result: there is a relationship between the shoe type and the choice of packaging and wrapping materials. There is a relationship between the choice of packaging materials and the footwear manufacturing materials itself. The contribution of the process of packaging footwear in maintaining the footwear quality and its storage quality. The research reached the most important Standards for packaging footwear in local production or export abroad to enhance the footwear industry in Egypt.

Keyword: Packaging - Packaging Materials - footwear Industry - footwear Quality - Packaging Standards.

المقدمة ومشكلة البحث (Introduction):

مع زيادة الاهتمام بصناعة الأحذية كونها من الصناعات التي تعمل على جذب الأيدي العاملة وتعزيز اقتصاديات الدول، أدى ذلك إلى ظهور الصناعات الأخرى المهمة والمغذية لها والتي تؤثر بشكل كبير ومباشر على جودة المنتجات، ومن هذه الصناعات التغليف والتعبئة، والتي تمثل المرحلة الأخيرة في التجهيز النهائي للمنتج، وتهدف بشكل أساسي للحفاظ على المنتج وسلامة وصوله للمستهلك وتضمن حمايته من العديد من العوامل بالإضافة لجذب المستهلكين.

ويُعد التغليف أحد أهم الأولويات التي يهتم بها السوق والتي تحتل الصدارة في الوقت الحاضر، فلم تعد وظائفه تقتصر على الدور التقليدي في حماية السلع والمنتجات فحسب، بل تجاوز ذلك وأصبح يؤثر على عادات وقرارات الشراء للمستهلك حيث أصبح التغليف والتعبئة وسيلة هامة لتسويق المنتجات والتأثير على خيارات المستهلك، وتحتل عملية التغليف والتعبئة مكانة خاصة في قطاع الأحذية حيث تقوم بالعديد من الوظائف الأساسية والثانوية بالنسبة لكل من المنتج وبائع التجزئة والمستهلك.

وتمر الأحذية خلال عمليات الإنتاج بالعديد من المراحل التصنيعية ويُستخدم لذلك العديد من الماكينات والأيدي العاملة، كما تعد من الصناعات التي تشتمل على الكثير من الخامات الأساسية والخامات المساعدة ومستلزمات التصنيع، لذا تأتي مرحلة التغليف والتعبئة في نهاية هذه المراحل لتحافظ على المنتج والخامات والموارد والجهود المبذولة في إنتاجه وتصون المنتج من التعرض للتلف أو الهدر، كما تدعم تقديم صورة مناسبة تعكس جودة الحذاء المُقدم للمستهلك.

وتتضمن عملية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية العديد من المستويات بدءاً من حشو الحذاء ومروراً بمستوى أولي وثانوي للتغليف ووصولاً لمرحلة التعبئة والشحن بالإضافة لتنوع منتجات الأحذية ما بين الأحذية الرجالي والنسائي والأطفال والأحذية الرياضية وما يتطلبه كل نوع من مواصفات خاصة للتغليف والتعبئة.

وترى (سرحان، سامية، ٢٠١٧، ٣) أنه كنتيجة طبيعية للتطورات الاقتصادية والاجتماعية واشتداد المنافسة، التي بدأت مع بداية الثورة الصناعية وتعمقت بشكل كبير في العقود الأخيرة، لم يقتصر دور عملية التغليف في المحافظة على السلعة من التلف، بل امتد هذا الدور ليشمل عملية الترويج لها وقد تزايد هذا الدور بشكل كبير إلى الحد الذي حدا ببعض مفكري التسويق إلى القول بأن الغلاف يبيع نفسه.

وفي هذه الصناعة شديدة التنافسية، تُعيد الكثير من العلامات التجارية للأحذية التفكير في كيفية تعاملها مع عبواتها، فيقدّر تقرير (MarketWatch) أن سوق تغليف الأحذية سينمو بنسبة ٤.٩٪ من عام ٢٠٢١ إلى عام ٢٠٢٦. (<https://www.billerud.com/brand>) . وقد نمت صناعة التعبئة والتغليف المصرية بشكل ملحوظ في السنوات القليلة الماضية، كما شهدت تطورًا كبيرًا فيما يخص التصميم الإبداعي للعبوات ليس فقط من الجانب البنائي للعبوات بل والجانب التصميمي للأغلفة والعبوات، بالإضافة لتأثر الخامات المستخدمة بشكل كبير بالتقدم التكنولوجي واستحداث العديد منها حيث ظهرت العديد من الخامات الصديقة للبيئة في إطار التركيز على التنمية المستدامة.

وفي حين بلغت صادرات قطاع الجلود والأحذية والمنتجات الجلدية خلال النصف الأول من العام ٢٠٢٢ بقيمة ٥٢ مليون دولار مقابل ٤٢ مليون دولار خلال نفس الفترة من عام ٢٠٢١ بنسبة زيادة بلغت ٢٤% (وزارة التجارة والصناعة، نوفمبر ٢٠٢٢) وفي ظل إطلاق الحملات الإعلامية للتشجيع على شراء الصناعة المحلية، وإعادة ثقة المستهلك في المنتج الوطني، لتشجيع الشركات على التوسع وتحقيق الاكتفاء الذاتي ومن ثم تصدير المنتجات لمختلف الأسواق، حيث إن تقليل استيراد الأحذية تعتبر خطوة للأمام نحو تعميق الصناعة المحلية وعودتها من جديد بقوة إلى المشهد.

كما يرى (مهنا، نبيل، السباعي، ليلي، ٢٠١٨، ٢٣) ضرورة تحديث وتجديد صناعة التصدير من خلال تطوير التعبئة والتغليف والارتفاع بمستوى جودتها في الأسواق المحلية وأسواق التصدير على السواء حيث أن القصور في المعرفة التكنولوجية الحديثة في مجال التعبئة والتغليف يعتبر من المعوقات في سبيل تطوير وتنمية الصادرات"، وهو ما يعكس أهمية ودور التغليف والتعبئة في النهوض بصناعة الأحذية محليًا وللتصدير للخارج.

ونظرًا لأهمية مرحلة التعبئة والتغليف في قطاع الأحذية تناولتها العديد من الدراسات مثل دراسة (رمضان، رمضان، النحيف، مجدي، ٢٠٠٢) التي هدفت إلى إعداد التكنولوجي المتخصص الذي تحتاجه مؤسسات التعبئة والتغليف ليوكب المستوى العالمي من خلال تصميم برامج تتسم بالمرونة والتطوير لمواجهة المنافسة والتجارة العالمية من خلال إعداد خريج وتأهيله بمقومات خاصة تؤهله لسوق العمل، ودراسة (Liu, Yu, et al., 2013) التي تقترح استراتيجية تحسين تصميم مجموعة من صناديق تغليف الأحذية، لتحقيق أقصى قدر من استغلال المساحة المتاحة من الطائرة خلال الشحن وفي الوقت نفسه استخدامها لشحن أكبر كم ممكن من صناديق الأحذية، مع استخدام أطوال متعددة من صناديق الأحذية لتحسين التصميم واختيار التصميم الأنسب لحجم الطائرة والتصميم الأمثل لقيمة الارتفاع المتاح داخل الطائرة وأظهرت الدراسة التجريبية فعالية الاستراتيجية.

ومن الدراسات التي سلطت الضوء على استغلال التكنولوجيا الحديثة في التغليف دراسة (Gracia, Luis, et al., 2017) التي تعرض دمج النظام الآلي في بعض مراحل تصنيع الأحذية مثل التغليف والتعبئة، بهدف تحسين خطوات الإنتاج، ويركز البحث على برمجة مستشعرات نظام الروبوت لتحسين وظائف المناولة لسير العمل بشكل أفضل بهدف التحكم الآلي بعملية تغليف الأحذية، ودراسة (العجوز، منى عبد الحميد، وآخرون، ٢٠١٩) التي تناولت الدور الكبير للشبكات الرقمية التقليدية في طباعة عبوات التعبئة والتغليف لما لها من مميزات عديدة، وركز البحث على حل إحدى هذه المشكلات واستنتاج زوايا جديدة تعطي جودة أعلى لطباعة الألوان.

ومن الدراسات التي اهتمت بدراسة تخصص التغليف والتعبئة دراسة (حوف، هيله مانع، دعبس، رانيا، ٢٠١٩) والتي هدفت لإكساب المعارف المرتبطة بالتعبئة والتغليف في صناعة الملابس، وقياس فاعليتها على الطلاب، وتحديد التصميم التعليمي المستخدم في برنامج الوسائط المتعددة المقترح، مما يساهم في تحسين جودة تعبئة وتغليف المنتجات الملبسية بما قد يساعد على النهوض بصناعة الملابس الجاهزة.

وفي إطار التنمية المستدامة للتغليف والتعبئة تناولت دراسة (Zavodna, Lucie Sara, Trejtnarova, Lucie, 2021) التي هدفت لدراسة العديد من التجارب للتغليف المستدام وأسباب لجوء الشركات إليها حيث قدمت الشركات عبوات يمكن التخلص منها بطريقة صديقة للبيئة أو إعادة استخدامها، مع التركيز على دراسة حالة شركة (PUMA) لصناعة الأحذية مع التغليف المستدام، ودراسة (Jestratičević, Iva, et al., 2022) التطورات النظرية والعملية الجديدة في مجال التغليف المستدام وتطبيق نهج VR وهو مسار تدريجي طُبّق على ٤٧٨ علامة تجارية عالمية للبيع بالتجزئة تتبع نهج التعبئة والتغليف المستدام، ووضع معايير جديدة نحو التغليف المستدام في صناعة الأحذية، وكذلك دراسة (حسين، أسماء عبد المنعم، أبوظبل، منى مصطفى، ٢٠٢٢) والتي ترى أنه على الرغم من التغليف أصبح من أهم الأولويات التي يهتم بها السوق إلا أن حجم المخلفات الناتج عن مواد التعبئة والتغليف في زيادة مطردة مما يشكل تهديد مستمر على الاستدامة البيئية، ومن هنا أصبح التغليف المستدام مطلباً ضرورياً دون الإضرار بالوظائف الأخرى للعبوة، مما يساعد على تقليل استخدام الخامات ومن ثم خفض التكلفة.

كما ركزت بعض الدراسات على دور التغليف والتعبئة في جذب المستهلك منها دراسة (حسين، أسماء، سالم، عبير، ٢٠٢٢) والتي هدفت لدراسة دور التغليف التفاعلي الابتكاري في تطوير تصميم عبوات التغليف لتطوير المنتجات وتسويقها وجذب انتباه المستهلك للمنتج.

وانطلاقاً مما سبق من أهمية قطاع الأحذية وعراقته في مصر، وفي إطار الجهود المبذولة للنهوض بقطاع الأحذية في جمهورية مصر العربية رأت الباحثة ضعف توفر المعلومات وغياب المعايير التي تحكم عملية تعبئة وتغليف الأحذية، وعدم وضع مواصفات تحدد جودة العملية والتي تنعكس على جودة الحذاء؛ ولذا تم تخصيص هذا المبحث لدراسة الأغلفة والعبوات من مختلف جوانبها وإبراز أهميتها وأهم الوظائف المميزة لها وضع المعايير لها مما يسهم في رفع كفاءة وجودة العملية بالتالي جودة صناعة الأحذية محلياً وعالمياً.

ويمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤلات الآتية (Research Problem):

- ١- ما أهمية عملية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية؟
- ٢- ما الخامات المستخدمة في عملية تغليف وتعبئة الأحذية؟ وعلاقتها بنوع الحذاء؟
- ٣- ما العوامل المؤثرة على عملية تغليف وتعبئة الأحذية؟
- ٤- ما أثر عملية التغليف والتعبئة على جودة الحذاء والحفاظ عليه؟
- ٥- ما المعايير الصحيحة لتعبئة وتغليف الأحذية بأنواعها المختلفة؟

أهمية البحث (Importance):

- ١- قلة الأبحاث العلمية التي تناولت دور التغليف والتعبئة بشكل خاص في قطاع الأحذية.
- ٢- المساهمة في تحسين جودة تغليف وتعبئة الأحذية، بما قد يساعد على النهوض بالصناعات الجلدية في مصر.
- ٣- تسهم نتائج هذه الدراسة في تطوير بعض مقررات قسم الصناعات الجلدية بمرحلتى البكالوريوس والدراسات العليا.
- ٤- زيادة الوعي بأهمية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية بمختلف فئاته.

أهداف البحث (Objectives):

- ١- إلقاء الضوء على الأهمية البارزة للتعبئة والتغليف في قطاع صناعة الأحذية.
- ٢- التعرف على الخامات المختلفة لتغليف وتعبئة الأحذية وعلاقتها بنوع الحذاء.
- ٣- دراسة العوامل المؤثرة على عملية تغليف وتعبئة الأحذية.
- ٤- دراسة تأثير عملية التغليف والتعبئة على جودة الحذاء والحفاظ عليه.
- ٥- وضع المعايير الصحيحة لتعبئة وتغليف الأحذية بأنواعها المختلفة.

منهج البحث (Methodology):

اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال الدراسة النظرية: لدراسة أهمية التغليف والتعبئة وفي قطاع الأحذية ومستوياته والخامات المستخدمة لذلك وما يناسب منها أنواع الأحذية المختلفة.

الدراسة الميدانية: من خلال زيارة بعض مصانع الأحذية وتطبيق استمارة استبيان عليهم، بهدف التعرف على أهمية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية والخامات المستخدمة لذلك، ومدى تأثير عملية التغليف والتعبئة على جودة الحذاء والحفاظ عليه طول فترة التخزين باختلاف نوع الإنتاج سواء كان محلي أو سيتم تصديره للخارج، ومقابلة بعض تجار تجزئة بيع الأحذية وتطبيق استمارة استبيان بهدف معرفة أثر التغليف والتعبئة على جودة المنتج قبل وصوله للمستهلك ومدى تأثره بشكل العبوة وأثر ذلك على المبيعات.

حدود البحث (Search Limits):

- **حدود موضوعية:** أهمية التغليف والتعبئة في قطاع صناعة الأحذية بالنسبة للمنتج وبائع التجزئة والمستهلك، ومستويات التغليف للأحذية والعوامل المؤثرة في تصميم أغلفة وعبوات الأحذية والخامات المستخدمة لذلك، ودراسة ووضع معايير للتغليف والتعبئة الجيد للأحذية بأنواعها المختلفة، ودراسة مدى تأثير عملية التغليف والتعبئة على جودة الحذاء وخامات ومستلزمات تصنيعه، والحفاظ عليه، بالإضافة لتناول أبرز المشاكل المتعلقة بالتغليف والتعبئة في قطاع الأحذية.

- حدود مكانية: عدد من محافظات مصر (القاهرة الكبرى - الشرقية).
- حدود زمانية: للدراسة الميدانية خلال شهرى سبتمبر وأكتوبر ٢٠٢٣.
- حدود بشرية: عدد (٦) من مسؤولي مصانع الأحذية وعدد (٨) من تجار التجزئة للأحذية.

فروض البحث (Hypothesis):

١. توجد علاقة بين نوع الحذاء واختيار خامات التغليف والتعبئة.
٢. توجد علاقة بين خامات ومواد التغليف والتعبئة للمنتج والخامات المستخدمة في تصنيع الحذاء نفسه.
٣. تسهم عملية تعبئة وتغليف الأحذية في الحفاظ على جودة الحذاء وسلامة تخزينه.

أدوات البحث (Tools):

- المقابلة الشخصية.
 - الملاحظة.
 - استبيان موجه لأصحاب المصانع المنتجة للأحذية.
 - استبيان موجه لموزعيّ وبائعيّ التجزئة للأحذية.
- عينة البحث (Sample):** تكونت عينة البحث من عدد:
- (٦) من مسؤولي مصانع الأحذية بأنواعها المختلفة.
 - (٨) من مسؤولي البيع في محلات البيع بالتجزئة للأحذية الرجالي والنسائي.
 - (٩) من السادة أعضاء هيئة التدريس لتحكيم استبيانات الدراسة الميدانية.

مصطلحات البحث (Terms):

معايير (Standards): نموذج معين يجري تقدير الأشياء به، كمعيار الوزن ومعايير الصحة والخطأ، وغير ذلك، وهو ما يستعمل كمرجع للحكم. (المعجم: معجم المعاني، د.ت) • هو ما يُؤخَذُ مقياساً لغيره، وكُلُّ ما تُقَدَّرُ به الأشياء من كيل أو وزن.

(المنجد في اللغة العربية المعاصرة، ٢٠٠٠، ١٠٣٨)

• والعيارُ ما اتُّخذُ أساساً للمقارنة. (المعجم: المعجم الوسيط، ٢٠١١)

• والمراد من المعيار تقديم أساس موثوق يتفق عليه للناس، وتغطي المعايير جميع المجالات، وعندما يتعلق الأمر بإنتاج منتج أو تقديم خدمة فيعتبر المعيار وسيلة للقياس لمشاركة نفس التوقعات حول منتج أو خدمة.

التغليف (Covering): التغليف هو العملية التي يتم بمقتضاها تجهيز السلعة، وتقسيمها وفق رغبات المستهلك، ووضعها في حيز يحويها ويحافظ عليها بكامل قواها الأدائية طوال عمرها الافتراضي. (أبو الغيط، هايدي، ٢٠٢١، ٥٥٣)

التعبئة (Packing): تعرف بأنها النشاط الذي يتم به وضع المنتج داخل غلاف وعبوة كمرحلة أخيرة قبل تخزينه أو تسويقه. (حوف، هيله مانع، دعبس، رانيا، ٢٠١٩، ٦٢)

التغليف والتعبئة يعرف إجرائياً: بأنه مجموع العناصر والخامات الأساسية التي تكون مع المنتج وتحيط به في عدة مستويات داخل الحذاء وحوله وداخل العبوة، ورغم أنها لا تنتمي إليه إلا أنها تباع معه من أجل الحفاظ على جودته وحمايته، وتضمن سلامته خلال عمليات النقل والتداول والتخزين في الظروف البيئية المختلفة، حتى يصل للمستهلك النهائي في صورة لائقة وجذابة.

الأحذية (Footwear): كل ما يرتدى في القدم لحمايتها ومساعدتها على أداء وظائفها المختلفة، ويتكون من جزئين رئيسيين: الطبقة العلوية (وجه الحذاء) وغالباً ما تصنع من الجلود بأنواعها المختلفة أو بعض الأقمشة الثقيلة والطبقة السفلية (النعل) الذي يصنع من خامات متنوعة تتسم بالمرونة سواء كانت طبيعية أو صناعية، ويدخل في عملية تصنيع الحذاء الكثير من الخامات المساعدة ومستلزمات الإنتاج. (العتر، سارة، ٢٠٢٢، ٧٧٤)

١. مفهوم التغليف والتعبئة:

التغليف وفق (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦) هو "نظام منسق لإعداد البضائع للنقل والتوزيع والتخزين والبيع بالتجزئة واستخدامها النهائي؛ ولذا فهو وسيلة ضمان التسليم الآمن للمستهلك النهائي في حالة سليمة وبأقل تكلفة، ومن الجانب الآخر فالتغليف وظيفة تقنية واقتصادية تهدف إلى تقليل تكاليف التسليم مع تعظيم المبيعات وبالتالي الربح"، وتعرفه (بن منصور، إلهام، ٢٠١٧، ١٥٣) بأنه أحد المكونات والعناصر المادية الشكلية للسلعة حيث تساعد على تشكيل إدراك وتصور المستهلك عن السلعة، كما يمثل أحد أنواع الجاذبيات البيعية.

وتغليف المنتج في أبسط صورة هو الطريقة التي يتم وضع المنتج بها قبل البيع، فبعض المنتجات قد تتطلب أنواعاً محددة من التغليف والتعبئة للسلامة مثل المواد الغذائية، كما تشير تغليف وتعبئة المنتج لكامل عملية التصميم والإنتاج من خلال نقل المعلومات إلى المشتري:

- فالتغليف والتعبئة يجب أن يعرف بوضوح المنتج والعلامة التجارية، فأكثر المعلومات المهمة ذات الصلة بالمنتج يجب بيانها بشكل واضح، مثل مقاس الحذاء أو مكونات تصنيعه.

- التغليف يعمل على حماية المنتج والحفاظ عليه من التلف أو التدخل الخارجي أو التلوث والفساد والاختلالات الكيميائية كما أن لديه وظيفة وقائية للمنتج حتى بعد الشراء.

- تعمل هذه العبوة أيضاً على الحفاظ على المنتج بهدف النقل أو التخزين فينبغي أن تكون ملائمة وسهلة الاستخدام، ومن الضروري أن تحافظ عبوات البيع على المنتج معزولاً تماماً عن بيئته خلال التخزين.

- مع تنامي الوعي بالحاجة للعيش المستدام يبحث العديد من المستهلكين عن التغليف والتعبئة (الأخضر)، أي التغليف والتعبئة التي يمكن إعادة تدويرها أو إعادة استخدامها.

أما عبوات المبيعات (وتسمى أيضاً عبوات المستهلك أو التجزئة أو الأولية)، هي عبوات المبيعات عند نقطة الشراء، وهو المصطلح المستخدم لتعيين طبقة التغليف التي تكون على اتصال مباشر بالمنتج، ولذا يتم تصميم عبوات المبيعات بما يتناسب مع وضع المنتج نفسه مع الأخذ في الاعتبار طبقات التعبئة الثانوية الموجودة، وتُملَى خصائص المنتج (الشكل والأبعاد والحجم) الأولويات الرئيسية لهذه العبوة. (<https://alsenaee.com>)

كما يمكن إجراء تصنيف التغليف وفق العديد من الفئات المختلفة، وأهم التصنيفات هي: مادة التركيب، الغرض من الاستخدام وطبقة التغليف ومثانة الاستخدام ومجال الاستخدام ومدى اتصال العبوة بالمنتج. (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦، ٧)

لتغليف وتعبئة الأحذية ٥ مستويات هي على الترتيب:

١- المستوى الأول: يمثل حشو الحذاء بقصد الحفاظ على مظهره وقوامه وشكله طول فترة التخزين وحتى يصل للمستهلك، وتختلف الخامات المستخدمة في الحشو باختلاف نوع الحذاء والخامة المصنوع منها.

٢- المستوى الثاني: يمثل الغلاف الأولي وهو الذي يحتوي على الحذاء أي ذو اتصال مباشر بالسلعة مثل الكيس بخاماته المختلفة أو الورق الخفيف (ورق بفرة) الذي يحيط بالحذاء.

٣- المستوى الثالث: يمثل الغلاف الثانوي فهو مجمع من الأغلفة الأولية مع العبوة الكرتون التي تحتوي على الحذاء وتحتوي على بيانات الحذاء، وقد يكون عليها بعض الملصقات، وتتبع أهمية تصميمه في كون العبوة أول ما يراه المستهلك عند شراءه للحذاء.

٤- المستوى الرابع: يمثل غلاف النقل فهو مجمع من عدد من العبوات يتراوح بين (٥-٢٠) كرتونة حذاء التي تحفظها أثناء النقل والشحن والتخزين لتحمي المنتج من عوامل التلف أو التشويه لتصل بأمان إلى وجهة البيع بالتجزئة أو المستهلك، والحفاظ على العبوة الأولية في حالتها الأصلية أثناء التخزين ولذا فهو يهتم الموزعين قبل المستهلكين.

٥- المستوى الخامس: (European Commission, 2016) خاص بالشحن للتصدير وهي العبوة المستخدمة لتسهيل مناولة ونقل عدد من وحدات المبيعات أو الحزم المجمعة من أجل منع المناولة اليدوية أو الأضرار خلال النقل، ونظرًا لطبيعة الشحن يجب صنع عبوات النقل بحيث تمتص الصدمات أو الحوادث غير المقصودة، فضلاً عن الحماية من عناصر مثل الرطوبة أو درجات الحرارة الزائدة أو الطقس القاسي، فيجب أن تكون العبوات خفيفة الوزن وقوية وسهلة الاستخدام وتشغل أقل مساحة ممكنة.

II. أهمية التغليف والتعبئة:

تمثل الأغلفة والعبوات مجموعة من العناصر المادية التي رغم أنها لا تنتمي إلى المنتج إلا أنها تباع معه، وتتعدد وظائف التغليف وتتنوع، وعليه ترى الباحثة أهم الوظائف التي يحققها التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية ما يلي لكلاً من:

المستهلك	المنتج وتاجر التجزئة
١. المساهمة في وصول الحذاء بالصورة الجيدة واللائقة للمستهلك من حيث الحفاظ على قوام وشكل الحذاء المناسب.	١. المحافظة على شكل المنتج في مظهر وحالة جيدة أثناء نقله وانسيابه من المنتج إلى المستهلك.
٢. معرفة جميع خصائص وبيانات المنتج مثل: نوع الحذاء، علامته التجارية، مقياس الحذاء ولونه، ورقم الموديل "الأرتكل" بالإضافة لبلد المنشأ أو المستورد بناءً على الأنظمة والقوانين المطبقة عالمياً.	٢. الحفاظ على الحذاء ونظافته وقلة تعرضه للعوامل الجوية مما يؤدي للحفاظ على جودة المنتج.
٣. جذب انتباه المستهلك عن طريق لون وشكل وتصميم وخامات التغليف والتعبئة.	٣. حماية المنتجات من تعرضها للتلف أو الإصابة أو التشوه فهي تقوم بحمايتها خلال عملية التغليف والتعبئة.
٤. نقل المعلومات ويتضمن ذلك معلومات عن كيفية الحفاظ على الحذاء بحالة جيدة خلال فترة	٤. الترويج للمنتج من خلال الشكل الجذاب للعبوة وطريقة التغليف.
	٥. سهولة حمل المنتجات وتداولها داخل المخازن أثناء التفرغ والشحن والنقل.
	٦. يجب أن يساعد الغلاف والعبوة المناسبين على

<p>الاستخدام أو المعلومات المطلوبة للعناية به.</p> <p>٥. تعمل التغليف والتعبئة المميز على تعزيز صورة العلامة التجارية في ذهن المستهلك وارتباطه بها ونقل بعض المعلومات عنها.</p> <p>٦. إمكانية إعادة تدوير العبوة أو إعادة استخدامها لحفظ وتخزين الأحذية الموسمية أو عند التنقل.</p>	<p>تخزين الأحذية لفترة من الزمن بدون تلف خصوصًا مع تنوع وكثرة مستلزمات التشغيل الداخلة في تصنيع الأحذية من (جلود - نعال - مواد لاصقة - مواد التشطيب) بشرط مراعاة شروط التخزين السليم.</p> <p>٧. تقليل الهدر من خلال محافظة الغلاف والعبوة على المنتَج عند إيصاله إلى المشتري وعدم اضطرار المنتَج إلى تعويض المنتجات التي تتلف أثناء النقل والتداول.</p>
---	---

٣.٣. تصميم عبوات الأحذية:

يشتمل تصميم التغليف والتعبئة على عدد من الاعتبارات المهمة التي تتراوح بين مواصفات المنتَج وما يتعلق بالناحية الوظيفية وكذلك السمات الخارجية والجمالية للعبوة، لأن المستهلك لا يُقبل على المنتج لاحتياجه فقط ولكن نتيجة أيضًا تأثره بالشكل والهيئة التي عليها المنتج ومدى قدرة العبوة في التأثير عليه، وتحقيق رغباته ليتخذ قراره الإيجابي باقتناء السلعة.

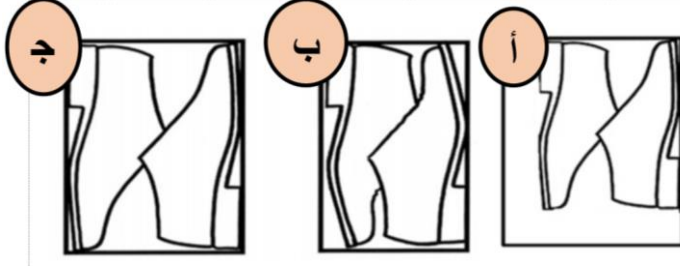
(حسين، أسماء، سالم، عبير، ٢٠٢٢، ١٦٨)

ولذا تتعدد العوامل المؤثرة التي تنعكس على جودة وجماليات تغليف الأحذية، حيث أن تصميم عبوة المنتج وغلافها الخارجي تتداخل فيه عوامل تتصل بالإنتاج والتكاليف والتسويق والجوانب الفنية والتشكيلية والجوانب التقنية والتكنولوجية والأرجونومية وحتى النواحي القانونية والبيئية، لذلك يجب أن يكون هناك تكامل دائم بينها، لتحقيق النتيجة المرجوة من التغليف وينقسم تصميم التغليف إلى مرحلتين:

(أ) **التصميم البنائي للعبوة:** وهو اختيار التصميم البنائي المناسب للعبوة وكذلك نوعية خامة العبوة وأبعاد العبوة وقياساتها بما يتوافق مع تقنيات التعبئة ومراعاة أسلوب فتح العبوة وغلقتها والراحة عند التداول والاستخدام، من خلال مراعاة أرجونومية التصميم وموائمة تصميم عبوات التغليف مع أبعاد الجسم البشرية. (حسين، أسماء، سالم، عبير، ٢٠٢٢)

كما أن تنوع أحجام العبوات بما يتناسب مع نوع الحذاء جانب آخر ينبغي مراعاته فحجم العبوة المناسب يحافظ على الحذاء بشكل أفضل، فعبوة الأحذية الخفيفة (Slipper) ينبغي أن تكون ذات حجم أصغر من عبوة مخصصة لحذاء ذو رقبة (boot)، فالعبوة ذات الحجم الزائد عن حجم المنتج تؤدي لتصادمه واحتكاكه مما يفسد قوامه.

كما أن عبوة ذات حجم ضيق على الحذاء تضغط عليه وتفسد مظهره وتضعف قوامه، فيجب أن يكون حجم صندوق الأحذية مناسبًا لحجم الأحذية شكل (١، ج)، مما يضمن عدم وجود حركة زائدة للأحذية كما في الشكل (١، أ) داخل الصندوق؛ أو صندوق الأحذية صغير جدًا الشكل (١، ب)، مما قد يؤدي إلى تلف المنتج.

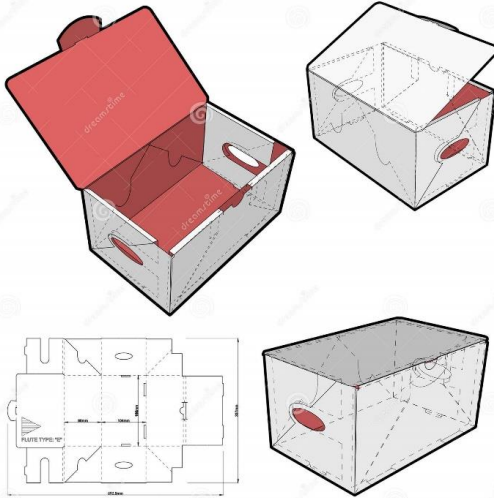


شكل (١- أ، ب، ج) حجم صندوق الأحذية (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦، ٢٥)

"كما يعمل تصميم العبوة على تقليل تكاليف الشحن بشكل كبير خصوصًا عند التصدير للخارج، حيث أن تصميم كل كرتونة لتناسب نوع حذاء معين، يضمن توفير النفقات فطبعًا دراسة أجرتها شركة (BILLERUD Managed Packaging) المختصة بخدمات التعبئة والتي قامت بتنفيذ تصميمات جديدة للعبوات لإحدى شركات الأحذية فأن التصميم الجديد لتغليف النقل وفر للشركة ١.٣ مليون دولار من تكاليف الشحن في السنة الأولى وحدها".
(<https://www.billerud.com>)

وينقسم تصميم عبوة الحذاء من الناحية البنائية إلى نوعين:

- عبوة مكونة من جزئين إذا كانت ذات غطاء منفصل، سواء كان الغطاء علوي أو جانبي، صورة (١- أ، ب).
- عبوة مكونة من قطعة واحدة متصل بها الغطاء، وقد تكون سابقة التشكيل أو يتم تشكيلها عند التعبئة، ورغم أن النوع الثاني أكثر صعوبة من جهة التصميم إلا أن هذا النوع من العبوات يتميز بتوفير مساحة خلال تخزينه (وفقًا للدراسة الميدانية) صورة (٢).



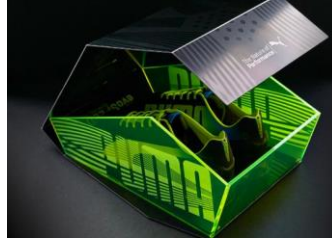
صورة (٢) عبوة من قطعة واحدة
(<https://www.dreamstime.com>)



صورة (١- أ، ب) عبوة من جزئين
(<https://juvale.com/products>)

ب) التصميم الجرافيكي للعبوة: ويتم فيه اختيار عناصر تصميمية ذات دلالات تعريفية بالمنتج تخضع لهوية العلامة التجارية وتقنيات الطباعة المتاحة على الخامة المستخدمة في التغليف (حسين، أسماء، سالم، عبير، ٢٠٢٢)، كما قد تحتوي العبوات على طباعة كجزء من التصميم يتضمن بيانات الحذاء، ويتضمن شعار العلامة التجارية، وقد تستخدم الملصقات والتي تعلق على جانب واحد من العبوة وتحتوي على بيانات الحذاء وصورة توضيحية له وغير ذلك. كما تتنافس الشركات في تصميم عبوات مميزة خاصة بعلامتها التجارية فقد تضيف بعض العلامات التجارية رسومات تغليف مخصصة لها أو ميزات متفردة لجذب انتباه العملاء، فعلى سبيل المثال استخدمت إحدى الشركات خامات مختلفة في صنع العبوة لإضفاء لمسة نهائية لامعة على صندوق الأحذية صورة (٣)، وتركز شركات أخرى على جعل صندوق الأحذية مميزاً مع إضافة شعار العلامة التجارية (اللوجو) أو شعار منقوش على الجزء الخارجي من الصندوق صورة (٤).

أما من الناحية الإبداعية فالتصميم الإبداعي للتغليف يرتبط بطبيعة المنتج وحجم العبوة، وتتعدد الأشكال التصميمية لتغليف المنتج الواحد وقد تختلف في الشكل والحجم حتى إذا بقي الحجم الفعلي للعبوة ثابتاً، حيث يمكن للمصممين التأثير على الحجم المتصور من خلال تغيير بعض عناصر تصميم العبوة، أو عن طريق تغيير الخامة المستخدمة، Chandon, Pierre (2012, 19)، ويشمل الإبداع شكل الأغلفة وبنية العبوات وقوامها واستخدام خامات جديدة لجذب انتباه العملاء ودفعهم لاتخاذ القرار الشرائي، وتوضح صورة (٥) تصميم إبداعي لتغليف الحذاء والذي يسمح باستخدام العبوة لاحقاً كحقيبة للتنقل أو التخزين.



صورة (٣) خامات تغليف لامعة صورة (٤) إضافة شعار العلامة التجارية صورة (٥) تصميم إبداعي لتغليف الحذاء

<https://www.pinterest.com>

ويعتبر التغليف من المجالات التي يمكن أن يؤدي إبداع طفيف فيها إلى تحسين ملحوظ في السلعة وزيادة في رقم مبيعاتها، فالأغلفة المبتكرة تدر فوائد ومزايا على المستهلكين وتحقق أرباحاً للمنتجين. (وهو ما يتفق مع نتائج الدراسة الميدانية التي قامت بها الباحثة في قطاع الأحذية).

- وترى الباحثة أنه يمكن تلخيص العوامل المؤثرة على تصميم عبوات وأغلفة الأحذية فيما يلي:
- التكلفة: العلاقة بين تكلفة التعبئة وبين طبيعة ومستوى المنتج، ومدى قدرة المستهلك على الدفع.
 - التغذية العكسية: رأي قنوات التوزيع وتجار التجزئة عن طريقة التداول والتخزين لعبوات الأحذية.
 - رأى المستهلك: جذب المستهلكين وتشجيعهم على تجربة الحذاء وقياسه، من خلال ما يحدثه لدى المستهلك من إيجابيات رمزية عن جودة الحذاء، وما يعكسه في نفسه من مزايا يشجعه على اقتناء المنتج.
 - مراعاة الجنس: اختلاف شكل التغليف والتعبئة وفقاً للنوع، فالعبوات التي تُصمم للسيدات تكون في أشكال براقة وتتصف بالأناقة وبالمظهر الجذاب، أما العبوات التي تُصمم للأطفال فقد تحتوى تصميماتها على رسوم كرتونية جذابة.
 - الأرجونومية: الجوانب التقنية والأرجنومية لفتح العبوة وغلقها عند البيع، وكذلك سهولة استخدامها لاحقاً عند الحاجة لتخزين الحذاء بها.
 - التكنولوجيا: التقدم التكنولوجي واستخدام البرمجيات والتكنولوجيا الرقمية في مجال التصميم، واستحداث خامات جديدة في مجال التصنيع.
 - كما تضيف (أبو الغيط، هايدي، ٢٠٢١، ٥٥٤): العوامل السياسية والقانونية: ناتجة عن السياسات المتبعة في كل دولة ومدى التزامها باتفاقيات دولية.
 - العوامل الاجتماعية والثقافية: ناتجة عن ثقافة الجمهور المستهدف وميوله وأذواقه.
 - العوامل السكانية: ناتجة عن المستوى التعليمي والاقتصادي للجمهور المستهدف.
 - العوامل الاقتصادية: ناتجة عن توافر المواد الخام الاقتصادية وتكنولوجيا التصميم والتصنيع المحلية.
 - العوامل البيئية: ناتجة عن الاتجاه نحو البيئة والمنتجات الخضراء.

IV. خامات تغليف وتعبئة الأحذية:

لإنتاج أي منتج أو تغليفه هناك حاجة إلى المواد الخام في المقام الأول، ويُفهم مصطلح المواد الخام في هذه الحالة على أنه العناصر المادية التي يتم الحصول عليها من الطبيعة ويتم تعريفها على أنها المصادر الأولية للمواد الخام، ويتم استخدام مصادر مختلفة للمواد الخام لأن هناك مجموعة متنوعة من مواد التغليف والتعبئة التي يتم استهلاكها في قطاع الأحذية، والتي تختلف ليس فقط باختلاف العمليات التكنولوجية خلال إنتاجها، ولكن أيضاً من حيث توفرها وإمكانية الوصول إليها في البيئة. (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦، ١٧)

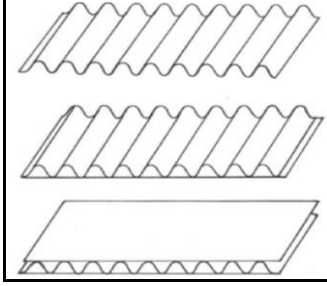
أما في المقام الثاني فالخامة هي وسيلة التعبير الفني الوظيفي، فهي تكسب التغليف المعانى والقيم الجمالية ويمكن أن تتحول إلى وسيلة إعلانية، إذا تم الاستفادة منها عملياً، وتم تحويلها إلى شئ له قيمة جمالية ووظيفة بحيث يستطيع المصمم من خلالها أن يستغل الخصائص البيئية للخامات المتنوعة ويستخدمها وفق الإحتياج التصميمي.

(أبو الغيط، هايدي، ٢٠٢١، ٥٥٢)

وقد تأثرت وتطورت خامات التغليف والتعبئة عبر العصور فوفقاً لـ (سرحان، سامية ، ٢٠١٧) ظهرت في بداية القرن التاسع عشر التعبئة الحديثة إلى حيز الوجود من خلال التصنيع والتكنولوجيا الحديثة في تقنيات الإنتاج، وانتشار النقل السريع الذي ساهم في حركة البضائع والأفراد واتساع حجم الاستهلاك وانتشار السلع الاستهلاكية، و بداية الاهتمام بحماية المنتج وكيفية إيصاله للمستهلك، إلا أن التاريخ الحديث للتغليف بدأ بعد نهاية الحرب العالمية الثانية مباشرة مع استخدام الألوان و العناصر الجرافيكية على العبوات، وحلّت العبوة والغلاف محل بائع التجزئة كمعرض أساسي للمستهلك عند الشراء، وأدى التقدم التكنولوجي بالمؤسسات إلى استخدام البرمجيات والتكنولوجيا الرقمية لتصميم العبوات والأغلفة.

وتستخدم مختلف أنواع الخامات في التعبئة والتغليف وأهمها: الورق، الكرتون، البلاستيك، المنسوجات، الخشب، المعادن، الزجاج والمواد المركبة، أما في صناعة الأحذية، يعد الورق والكرتون من أكثر مواد التغليف استخداماً، يليه فى الأهمية العبوات البلاستيكية أو المعدنية، والمواد الكيميائية بالإضافة لاستخدام الحوامل الخشبية لنقل البضائع. (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦)

ونتيجة للتقدم التكنولوجى والتطور فى صناعة مواد التغليف ظهرت الكثير من مواد التغليف الحديثة مثل أنواع اللدائن الصناعية بأنواعها من بلاستيك ونايلون، وظهور أنواع كثيرة من الورق المقوى والزجاج غير القابل للكسر، كما ترى الباحثة أن التقدم التكنولوجى فى صناعة خامات ومواد التغليف أدى لاستحداث قيم مضافة (Added value) بالنسبة للمنتجين وتجار التجزئة مثل الحفاظ على المنتج من البكتريا، وإضافة مواد لامتصاص الرطوبة ومقاومة العوامل الجوية المختلفة خصوصاً عند التصدير لبلدان أخرى، مما ساهم فى زيادة العمر الافتراضى لتخزين الأحذية، أما بالنسبة للمستهلك فتم مراعاة سهولة العناية بالحاء وتخزينه من موسم لآخر (مثل تخزين البوت والأحذية الشتوية) للعام التالى دون القلق من تلفها او تغير ألوانها أو تأثرها بالعوامل الجوية إذا ما تم إتباع الطريقة الصحيحة للتخزين.



شكل (٢) البناء الهيكلي للكرتون المضلع (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦، ١٥)

وفي قطاع الأحذية يتم بناء عبوات الأحذية بطرق مختلفة تؤثر على جودتها ومثانتها، فيتم تصميم العبوات المتخصصة وفقاً لمتطلبات منتج معين، قد تتضمن هذه المتطلبات كل شيء بدءاً من "قابلية الشحن" للمنتج نفسه وحتى كيفية تعبئة العبوة وتخزينها وتحميلها وتكديسها وتقويتها وإسقاطها وتفريغها، ويوضح شكل (٢) البناء الهيكلي للكرتون المضلع^(*).

ويعد الورق والكرتون من أقدم المواد التي لا تزال تغطي النسبة الأكبر من التغليف، وهي المواد الأكثر استخداماً على نطاق واسع في صناعة الأحذية أيضاً، وتوضح صورة (٦) أشكالاً مختلفة لعبوات الأحذية وصورة (٧) المقاسات المختلفة لعبوات الأحذية، كما تستخدم الطباعة بأساليب وتقنيات متنوعة بشكل واسع على عبوات وخامات التغليف سواء لشعار العلامات التجارية أو لإضافة بيانات المنتج بطرق إبداعية لأسباب دعائية ولتعزيز العلامة التجارية عند المستهلك.



صورة (٧) مقاسات مختلفة لعبوات الأحذية
<https://www.lazada.com.ph/>




صورة (٦) أشكال مختلفة لعبوات الأحذية
<https://www.billerud.com/managed>

(*) البناء الأكثر شيوعاً هو لوح من "الوسط المضلع" يقع بين بطانتين وهناك عدد واسع من التركيبات الممكنة اعتماداً على متطلبات التعبئة والتغليف، فعندما تكون هناك حاجة إلى قوة كبيرة، يمكن دمج ثلاث أوراق متوسطة مع البطانات المناسبة، وتخضع الخصائص الهيكلية للكرتون المضلع إلى أربع متغيرات: قوة البطانات، وقوة الوسط المموج، وقوة وعدد التموجات لكل متر، وعدد الطبقات (مفردة أو مزدوجة أو ثلاثية). (المفوضية الأوروبية، ٢٠١٦، ١٤)

ويوضح الجدول التالي أنواع الخامات المستخدمة في تغليف وتعبئة الأحذية:

الكرتون		
الاستخدام	الوظيفة	صورة توضيحية
حشو الحذاء	يصنع حشو للحذاء من الكرتون (Stuffing Paper) يتخذ شكل مقدمة الحذاء للحفاظ على شكل الحذاء وقوامه، وله أشكال مختلفة تؤدي جميعها نفس الغرض، ويطلق عليها (كونيه).	 https://www.exportersindia.com
تعبئة الحذاء	يصنع صندوق أو عبوة من الكرتون المضلع يوضع بها زوج الأحذية بعد إضافة الحشو والتغليف، وقبل تسليمه إلى العميل، ولها العديد من الأشكال التقليدية وغير التقليدية.	 https://www.pinterest.co.uk/pin
غلاف النقل	تغليف النقل لنقل المنتجات النهائية (الأحذية) من مكان الإنتاج إلى مكان البيع.	 https://step2sustainability.ctcp

الورق		
حشو الحذاء	يستخدم الورق لملء الأحذية ويسمى ورق الحشو للحفاظ على شكل الحذاء وقوامه، ويفضل أن يكون من اللون الأبيض حتى لا يؤثر على لون بطانة الحذاء بالسلب.	 https://www.indiamart.com

	<p>أ) يستخدم ورق تغليف البفرة Wrapping (Paper Sheets) لحماية الأحذية داخل العبوة من احتكاك زوج الأحذية ببعضهما أو تأثيرات مواد التشطيب أو الصباغة عليهما نتيجة التصاقهما لفترة طويلة معا داخل العبوة، وقد يكون ورق التغليف سادة أو مطبوع عليه شعار العلامة التجارية.</p> <p>ب) كما يصنع من الورق أيضًا أكياس يوضع بها فرديتي الحذاء لتغليفيهما معا أو بشكل منفصل.</p>	<p>تغليف الأحذية</p>
<p>https://m.indiamart.com/proddetail</p>		

	<p>تستخدم الملصقات بشكل واسع على عبوات الأحذية حيث توضح شكل الموديل وتفاصيله لسهولة التداول والوصول إلى منافذ البيع ولتسهيل خدمة العميل.</p>	<p>ملصقات على العبوة</p>
<p>/https://www.pinterest.com/pin</p>		

البلاستيك

	<p>أ) تستخدم لحشو الحذاء قوالب (نماذج) مصنوعة من البلاستيك الخفيف تتخذ شكل مقدمة الحذاء مزودة بسوستة معدنية، تعمل على الحفاظ على شكل الحذاء وقوامه وتستخدم أكثر مع الأحذية الرياضية حيث لا يفضل استخدامها مع الأحذية المصنوعة من الجلود نظرًا لعدم مساميتها.</p>	
<p>https://www.aliexpress.com</p>		
	<p>ب) كما يُصنع من البلاستيك ما يشبه عصا ذات طرف مائل تحافظ على شكل مقدمة الحذاء في بعض الأحذية النسائية المصنوعة من الجلود الصناعية، غير أنها ذات جودة أقل.</p> <p>ج) وفي بعض أنواع الأحذية الأقل الجودة توضع أكياس أو خامات بلاستيكية لحشو مقدمة الحذاء، ولا يفضل استخدامها لعدم امتصاصها للرطوبة داخل الحذاء.</p> <p>د) كذلك يوضع في بعض الأحذية الصيفية النسائية قوالب من البلاستيك الشفاف (باغ).</p>	<p>حشو الحذاء</p>
<p>ب) (دراسة ميدانية)</p>		

	<p>تستخدم الأكياس البلاستيكية في تغليف كل فردة بشكل منفصل، لحماية الأحذية داخل العبوة من احتكاك زوج الأحذية ببعضهما أو تأثيرات مواد التشطيب نتيجة التصاقهما لفترة طويلة، غير أنه لا يفضل استخدامها مع الجلود الطبيعية نظراً لأنها غير مسامية ولا تمتص الرطوبة.</p>	<p>تغليف الأحذية</p>	
<p>الأقمشة</p>			
	 <p>https://www.leeroy.ca/en</p>	<p>أ) الأقمشة غير المنسوجة: تستخدم الأقمشة غير المنسوجة (Non-woven fabric) على شكل أكياس لها أكثر من شكل للغلق قد تكون (رباط - بكبسة أو أستروبل تفتح وتغلق)</p>	<p>تغليف الحذاء</p>
	<p>ب) الأقمشة المنسوجة تلجأ بعض الشركات لتعبئة الأحذية في أكياس من القماش صديقة للبيئة، حيث يوضع بها زوج الأحذية قبل تسليمه إلى العميل، وهي ذات أشكال عديدة غير أنها يجب أن تتمتع بالمتانة للحفاظ على الحذاء.</p>	<p>تعبئة الحذاء</p>	
<p>الخشب</p>			
	<p>تستخدم الدعائم الخشبية في حشو الحذاء وتسمى (fitting shoe trees) وتتميز بإمكانية التحكم في قياسها لتناسب أشكال مختلفة من الأحذية، وتساعد في الحفاظ على شكل الحذاء بحالة جيدة، وتقليل التراجع أو الكسرات بالجلد، وامتصاص الرطوبة للحفاظ على مظهر الحذاء ورونقه.</p>	<p>حشو الحذاء</p>	
<p>وتستخدم في الأحذية الفاخرة المصنوعة من الجلد الطبيعي وخصوصاً الأحذية الرجالي الكلاسيكية، وتتميز بإمكانية استخدامها بأمان لاحقاً عند تخزين الأحذية للحفاظ عليها بحالة جيدة طوال فترة استخدام الحذاء.</p>			



<https://www.thinktankcreative.london/>

قد يصنع صندوق أو عبوة من الخشب، يوضع بها زوج الحذاء قبل تسليمه إلى العميل، ولها العديد من الأشكال التقليدية وغير التقليدية. ويهدف هذا التغليف إلى تجاوز الطبيعة الاستهلاكية للتغليف التي يمكن التخلص منها وتهدف لإعادة استخدام الصندوق ويوفر طريقة للاستفادة من كل جزء من عمليات التغليف.

تعبئة
الحذاء

الفوم



(دراسة ميدانية)

يستخدم الفوم لملاء الأحذية عن طريق تشكيله على شكل مقدمة الحذاء، ويعمل على الحفاظ على شكل الحذاء وقوامه، ويفضل أن يكون من اللون الأبيض حتى لا يؤثر على لون بطانة الحذاء، ويكثر استخدامه مع الأحذية الرياضية.

حشو
الحذاء

المعدن

يستخدم المعدن مع بعض خامات حشو الحذاء، مثل السوستة المعدنية مع القوالب البلاستيكية، والوصلات المعدنية في الدعامات الخشبية لسهولة ضبطها حسب القياس المطلوب.

حشو
الحذاء

كما يمكن إضافة العديد من العناصر داخل العبوة حيث تتنافس الشركات في إظهار فخامة التغليف والتعبئة الخاصة بها من خلال إضافة بعض الكماليات مثل أدوات العناية (ورنيش - فرشاة - اسبراي للحذاء)، كارت به نبذة عن الشركة، ticket للرباط - لبيسة - كتيب صغير لتعليمات الاستخدام والعناية صورة (٨)، بالإضافة لمادة ثاني أكسيد السيليكون (السيلكا جل) صورة (٩) وهي حبيبات لامتناس الرطوبة.



صورة (٨) إضافة بعض العناصر لتعبئة الأحذية
(<https://in.pinterest.com/pin>)



صورة (٩) السيلكا جل
(<https://www.dw.com/ar/>)

٧. الأسس الواجب مراعاتها عند عملية تغليف وتعبئة الأحذية:

ترى الباحثة أن هناك العديد من العوامل المؤثرة على تغليف وتعبئة الأحذية سنوجزها فيما يلي مع تناول أهمها بشئ من التفصيل:

١. نوع الحذاء:

تتعد أنواع الأحذية وموديلاتها بتنوع استخداماتها واختلاف الفئة العمرية المستهدفة ووظيفة الحذاء والمناسبة المستخدم فيها (الحذاء (العتر، سارة، ٢٠١٧)، حيث يختلف أسلوب وطريقة التغليف والتعبئة بما يناسب نوع الحذاء سواء كان (حذاء رجالي - حذاء نسائي - حذاء أطفال - حذاء رياضي)، لذا صنفت الباحثة (طبقاً للدراسة النظرية والميدانية) خامات التغليف والتعبئة المستخدمة في قطاع الأحذية حيث تختلف تبعاً لما يلي:

نوع الحذاء	المستوى الأول (خامات الحشو)	المستوى الثانى (الغلاف الأولى)	المستوى الثالث: (الغلاف الثانوى)
حذاء رجالي	- حذاء من الجلد الطبيعي (حشو ورقى يتخذ شكل مقدمة الحذاء - حشو للحذاء من الكرتون - قالب خشبي يحافظ على مقدمة ومؤخرة الحذاء ويكون قابل للتعديل فى العرض والطول).	- ورق تغليف أبيض/ ورق كرافت	- عبوة من الكرتون خشبية
	- حذاء من الجلد الصناعى (حشو ورقى يتخذ شكل مقدمة الحذاء - حشو للحذاء من الكرتون).	- أكياس قماشية (منسوجة غير منسوجة)	- عبوة من الكرتون خشبية
حذاء نسائي	- حذاء من الجلد الطبيعي (حشو ورقى يتخذ شكل مقدمة الحذاء - حشو من الكرتون).	- ورق تغليف أبيض/ كرافت)	- عبوة من الكرتون معدنية
	- حذاء من الجلد الصناعى (عصا بلاستيكية للحفاظ على شكل مقدمة الحذاء - أكياس بلاستيكية).	- أكياس قماشية	- عبوة قماشية
	- حذاء صيفى مفتوح (حشو ورقى - حشو أو قالب بلاستيكي شفاف)		
	- حذاء شتوى (حشو ورقى يتخذ شكل مقدمة الحذاء وطول الرقبة- حشو من الكرتون لمقدمة الحذاء وطول رقبة البوت.		

حذاء أطفالى	- حذاء من الجلد الطبيعى (حشو ورقى يتخذ شكل مقدمة الحذاء - حشو من الكرتون).	- ورق تغليف	- عبوة من الكرتون
	- حذاء من الجلد الصناعى (حشو ورقى - عصا بلاستيكية للحفاظ على شكل مقدمة الحذاء - أكياس بلاستيكية).	- أكياس قماشية	- عبوة معدنية
أحذية رياضية	- حذاء من الجلد الصناعى (حشو ورقى - قالب بلاستيكي قابل للضبط والتعديل فى الطول)	- ورق تغليف	- عبوة من الكرتون
	- حذاء من خامات منسوجة (حشو بلاستيكي - سوستة معدنية - فوم).	- أكياس بلاستيكية	- عبوة خشبية
			- عبوة معدنية
			- عبوة قماشية

٢. البعد الإقتصادي للتغليف:

تواجه معظم الشركات اليوم الكثير من التحديات الناتجة عن شدة المنافسة، والتغير المستمر في احتياجات العملاء والتطورات التكنولوجية الجديدة، كما أن قصر دورة حياة المنتج وشدة المنافسة فرضت على الشركات ضرورة تحسين قدراتها لتلبية الطلبات المتزايدة باستمرار. (بدر، دعاء حسنين وآخرون، ٢٠٢٤، ١٢٣٣)

حيث تتضمن مرحلة التعبئة والتغليف عمليات تصنيعية كبيرة وخامات وأيدي عاملة وماكينات ورأس مال وبحوث وإدارات متخصصة كاملة، وهو ما يمثل إضافة إلى تكاليف الإنتاج الفعلية للمنتجات المستهلكة، وبالتالي فهي تمثل عبئاً كبيراً على مستهلك هذه المنتجات كلما كانت أثمان خامات التعبئة وتكاليفها مرتفعة الثمن، وتتمثل تكلفة العمليات المختلفة للتعبئة والتغليف على المنتج النهائي فى: ساعات العمل الإضافية، تكاليف العبوة فكلما زادت تكاليف العبوة يزداد بالتالي سعر البيع النهائي للمنتج، وكذلك تكاليف ماكينات صنع خامات التعبئة، بالإضافة لتكاليف أخرى مثل تكاليف الفقد أو التلف (مهنا، نبيل، السباعي، ليلي، ٢٠١٨، ٢٣) كما يؤثر التغليف والتعبئة على تكلفة كل نشاط اقتصادي في سلسلة التوريد، ولها تأثير كبير على الإنتاجية، وترتبط تكاليف النقل والتخزين ارتباطاً مباشراً بحجم العبوات وكثافتها، وتعتمد تكلفة المناولة على أحمال الوحدات أو العبوات، وتعتمد مراقبة المخزون على دقة أنظمة تحديد البيانات المطبوعة على العبوات، كما تعتمد خدمة العملاء على مدى جودة الشكل النهائي للتغليف والتي تحمي المنتجات ومدى سهولة فتح العبوة وعرضها، ويعتمد أثر الاقتصاد البيئي على المواد وطريقة تصنيعها وإعادة استخدامها والتخلص منها.

لذلك فإن هناك ثلاث وظائف مترابطة مع التغليف الاقتصادي: الحماية وتحقيق الفائدة والاتصالات التسويقية، وهناك اتجاه متزايد نحو النظر إلى التغليف من حيث الوظائف والقيمة التي يقدمها باعتباره جزء من نظام إجمالي، مع مسئولية تقليل تكلفة الإنتاج فضلاً عن تعظيم المبيعات.

- الحماية: وتمثل المهمة الأولى في حماية المنتج فالحماية هي وظيفة التغليف الهامة والأساسية.
- تحقيق الفائدة: أي القيمة المضافة وهي وظيفة التغليف الثانية، الفائدة كقيمة مضافة للمستخدم في حالة التغليف الاقتصادي والتي تعود على المستخدم أما الإنتاجية ببساطة هي نسبة الإنتاج الحقيقي إلى المدخلات الحقيقية:
الإنتاجية = عدد مخرجات حزم التغليف / المدخلات الاقتصادية.
- الاتصالات التسويقية: الوظيفة الثالثة هي الاتصال التسويقي وهي وظيفة أكثر أهمية نظراً لأن نظم المعلومات الاقتصادية أصبحت أكثر شمولاً، حيث أصبح تبادل البيانات الإلكترونية والرقابة عنصراً أساسياً في تطوير صناعة التغليف، ومن ثم أصبح الجميع ملزم بتقديم معلومات دقيقة عن حالة المنتج المعبأ ولجميع الأغراض العملية.

(Twede, Diana and Harte, Bruce: 2003, 99)

ولا يعنى التصميم الجديد بالضرورة زيادة التكاليف، فعلى العكس تمكن أحد منتجي الأحذية الرياضية من تقليل الإنفاق على التغليف بنسبة ٢٠% عندما قام بتنفيذ تصميم حصري لصندوق الأحذية تم تصنيع هذا التصميم الجديد من كرتون مموج متين قادر على التحمل خلال سلسلة التوريد، مما يحافظ على حماية المنتجات على طول الطريق خلال الشحن حول العالم.
(<https://www.billerud.com/managed-packaging/>)

٣. العلامة التجارية:

العلامة التجارية هي شكل مرئي موجز ينقل معلومات محددة مستخدماً أدنى حد من الدعم البصري، ورمز يرتبط بفكرة معينة لضمان ولاء المستهلكين نحو المنتج أو الخدمة، أما الماركة فهي منتج ذو نمط يحوي علامة واسم تجارى وتُبنى على سمعة المؤسسة وتتميز بمجموعة من السمات كما تتنقل مجموعة من القيم.(أبو موسى، إيهاب، وآخرون، ٢٠٢٠، ١٢٨)

فوفقاً لـ (حواس، مولود، ٢٠١٠) فإن العلامة التجارية الموجودة على الغلاف لها تأثير هي الأخرى على سلوك المستهلك، إذ توصلت الدراسات إلى أن العلامة التجارية لها تأثير على إدراك المستهلك لجودة وقيمة المنتج وإقباله على شرائه، ويتبع هذا الدور صعوبة وتكلفة قيام المستهلك بتجربة جميع العلامات التجارية المتاحة أمامه، ويؤكد ذلك الأهمية الكبرى للعلامة التجارية كمؤثر في القرار الشرائي وتحديد الأنماط الشرائية للمستهلكين، ومما يدعم أهمية العلامة التجارية أنها تؤثر على استجابة المستهلك لكافة عناصر المزيج التسويقي الأخرى.

٤. نوع الإنتاج:

يؤثر نوع الإنتاج سواء كان محلياً أو للتصدير للخارج في طريقة التغليف والتعبئة حيث ترى الباحثة (وفقاً للدراسة الميدانية) أن أسلوب المتبع في حالة التصدير للخارج يختلف عن الإنتاج المحلي لعدة عوامل:

- اختلاف المواصفات القياسية لكل بلد عن الأخرى والتي قد تختلف عن مصر مما يستلزم ضرورة مراعاتها لضمان استلام الطلبية بدون حدوث مشاكل.
 - أهمية متانة العبوة لضرورة تحملها لعوامل النقل والشحن القاسية، بالإضافة لضمان وصولها بحالة جيدة وبداخلها المنتج دون حدوث أضرار به.
 - كتابة جميع بيانات الحذاء كاملة وبشكل واضح وخاصة الباركود (barcode) لما له من أهمية كبيرة خلال التصدير للخارج.
 - ثبات ومقاومة العبوة طول فترة التخزين نظراً لطول المدة قبل وصوله للبلد المُستلم وضرورة الحفاظ التغليف على الحذاء بحالة جيدة ومقاومته للعوامل الجوية والتي تختلف عن بلد الصنع وكذلك الرطوبة والبكتريا والتي قد تؤثر على سلامة الخامة الأساسية للحذاء أو احدى خامات التصنيع.
 - مراعاة أسلوب وشروط التخزين الصحيح ويشمل التهوية الجيدة، عدم وضع عدد كبير من العلب فوق بعضها، واتساع مكان التخزين لتجنب ضغط العبوات على بعضها البعض والتأثير على سلامة المنتج.
٥. التنمية المستدامة:

يمكن القول أن أهم تأثير في مستقبل صناعة التغليف هو معرفة الكيفية التي يتم بها التخلص من النفايات الناتجة من التغليف والتعبئة، كما إن تزايد حجم النفايات الصلبة الناتجة عن التغليف تخلق أمام المجتمعات صعوبات للتخلص منها، وتسعى السلطات والمنظمات المعنية عامة إلى تخفيض الضغوط البيئية الناتجة عن وجود النفايات الصلبة بتنظيم طرق التخلص منها، والحد من خطرها ومن حجمها، وتشجيع عمليات إعادة التصنيع recycling .

(أبو الغيط، هايدي يوسف، ٢٠٢١، ٥٥٩)

حيث ينتج عن صناعة الملابس والأحذية هادر كبير من نفايات التغليف، ولذا يحرص تجار التجزئة على بذل جهوداً لتقليل نفايات التغليف، إلا أن هناك نقصاً في فهم حلول التغليف المستدامة المتاحة بالفعل، (Jestratičević, Iva, et al., 2022) فحتى كبار منتجي الأحذية يواجهون مشاكل مع حلول التغليف المستدامة.

وتعتمد التنمية المستدامة على العديد من العوامل المتداخلة منها وعي المُنتج تجاه البيئة فهو أحد العوامل التي تحدد الاستهلاك، وتغير عقلية المستهلكين في اتجاه الجانب الأخلاقي،

علاوة على ذلك من المهم تحسين كفاءة استغلال الموارد الطبيعية، والاستفادة من جميع مكونات التعبئة والتغليف لتكون مفيدة ليس فقط كوسيلة للحماية والبيع ولكن أيضًا لإضافة قيمة تتجاوز وظائفها الثلاث الأساسية للاتجاه نحو تصميم التعبئة والتغليف الخضراء.

(Zavodna, Lucie, Trejtnarova, Lucie,2021,27)

ولذا تناولت العديد من الدراسات الاتجاهات الحديثة في التغليف المستدام والتي تحمل أفكاراً جديدة غير تقليدية ومحاولة تطبيقها في مجال التغليف والتعبئة لتحقيق الاستدامة وتقليل حجم المخلفات، مما يعزز من الصورة الذهنية للمؤسسات ودورها في تحمل المسؤولية البيئية، ويسهم في تغيير سلوكيات المستهلك وعاداته، والتأثير على قراراته لشراء منتجات صديقة للبيئة وتتفق المعادلة الصعبة في التصميم الجيد وملاحقة التطور واستخدام خامات صديقة للبيئة.

(حسين، أسماء عبد المنعم، أبوطبل، منى مصطفى، ٢٠٢٢)

وفي قطاع الأحذية يجب زيادة التوعية البيئية وأثرها في تنمية الاستدامة البيئية في صناعة التعبئة والتغليف، مع إيجاد أفكار تصميمية جديدة ومبتكرة لتصميم عبوات التغليف المستدامة للأحذية تحقق الوظائف الأساسية للتغليف إلى جانب جذب انتباه المستهلك وتحفيزه على اتباع سلوك واعى عند الشراء، والاستفادة من الحلول الابتكارية والتكنولوجيا الحديثة في التصميم واستخدام خامات تغليف صديقة للبيئة وربطها باستراتيجيات التسويق وبالاتجاهات الحديثة في الاستدامة فكما يفكر المنتجون في الاستدامة فيما يتعلق بخامات تصنيع الأحذية يجب أن يتضمن ذلك التغليف وطرق نقل المنتجات وحتى وصولها للمستهلك النهائي، وتوضح الصورة (١٠) أحد أشكال تغليف الأحذية وفقاً للتنمية المستدامة بدءاً من اختيار خامات صديقة للبيئة وتصميم تغليف إبداعي يسمح بإعادة استخدام التغليف فيما بعد كحقيبة للتنقل.



صورة (١٠) نموذج للتغليف المستدام في الأحذية

(<https://ibrandstudio.com/inspiration>)

٦. لون الحذاء: تحتاج الأحذية ذات الألوان الفاتحة وخصوصًا اللون الأبيض لمعاملة خاصة حفاظًا علي لونها من التغير أو الاصفرار.
٧. الخامات ومستلزمات التصنيع: وتشمل نوع الجلد (طبيعي أو صناعي) - المواد اللاصقة- خامات التشطيب (finish) - نوع الأكسسوار (السوست- الحليات).
٨. قوام الحذاء وشكله: تحتاج الأحذية لخامات تدعمها وتحمي قوامها من الاعوجاج بحسب نوع الحذاء وموديل الحذاء وشكله.
٩. موديل الحذاء: قد يفرض موديل الحذاء إذا كان صيفيًا (صندل- شبشب) خامات معينة للتغليف أو شتوي (حذاء بوت) خامات أخرى.
١٠. طلب العميل: يؤثر العميل ويُقصد به (بائع التجزئة) على اختيار الخامات عند التصنيع للغير.
١١. العوامل الجوية: الأحذية التي تخزن في أجواء عالية الرطوبة في حاجة لإضافات لمعالجتها والحفاظ عليها، كما أن الأحذية التي تخزن في أجواء عالية الحرارة يلزم استخدام خامات تغليف تحميها وتحافظ عليها من التعرض للتلف.
١٢. التخزين: يفرض طول فترة التخزين وظروفه اختيار ما يناسبه من الخامات.

٧.١. إجراءات الدراسة الميدانية:

أولاً: بناء أدوات البحث

(أ) استبيان موجه لمُصنعي ومُنْتجِي الأحذية:

١. هدف الاستبيان: إلى دراسة أهمية التغليف والتعبئة للأحذية، والتعرف على خامات التغليف والتعبئة وعلاقتها بنوع الحذاء وخامات تصنيع الحذاء نفسه، وكذلك أثر عملية تعبئة وتغليف الأحذية على الحفاظ على جودة الحذاء بالإضافة للتعرف على المشكلات المتعلقة بما سبق التي تواجه المُتخصصين في هذا المجال للنهوض بهذه الصناعة.
٢. وصف الاستبيان: تكون الاستبيان من (٤ محاور) ينبثق منها (١٢) سؤال بعضها مفتوح وبعضها مقيد موجه لمنتجي الأحذية بأنواعها المختلفة ملحق (٤).
٣. صدق الاستبيان: للتحقق من صدق الاستبيان تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة ملحق (٣) لتحكيمه من حيث وضوح عباراته وسلامة الدقة اللغوية وملائمتها لفئة المستهدفة ومناسبة بنود الاستبيان لأهداف البحث ملحق (١)، وقد أجمع المحكمين على صلاحية الاستبيان وقابليته للتطبيق وبلغت نسبة الإتفاق بين المحكمين ٩٧%، وبعد إجراء بعض التعديلات وفقًا لآراء المحكمين أصبح الاستبيان في صورته النهائية جاهز للتطبيق.

٤. تطبيق الاستبيان: من خلال زيارة عدد (٦) من المصانع والورش المنتجة للأحذية بأنواعها المختلفة ملحق (٥).

ب) استبيان موجه لموزعي وبائعي التجزئة للأحذية:

١. هدف الاستبيان: دراسة أهمية تغليف وتعبئة الأحذية بالنسبة لبائعي تجزئة الأحذية، وكذلك أثر عملية تغليف وتعبئة الأحذية على جودة الحذاء، ومدى اسهام التغليف والتعبئة في زيادة مبيعات الأحذية والمشكلات المتعلقة بالتغليف والتعبئة.

٢. وصف الاستبيان: تكون الاستبيان من (٧) أسئلة بعضها مفتوح وبعضها مقيد موجه لبائعي تجزئة الأحذية بأنواعها المختلفة ملحق (٦).

٣. صدق الاستبيان: للتحقق من صدق الاستبيان تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة ملحق (٣) لتحكيمه من حيث وضوح عباراته وسلامة الدقة اللغوية وملائمتها للفئة المستهدفة ومناسبة بنود الاستبيان لأهداف البحث ملحق (٢)، وقد أجمع المحكمين على صلاحية الاستبيان وصلاحيته للتطبيق وبلغت نسبة الإتياف بين المحكمين ٩٨% ، وبعد إجراء بعض التعديلات وفقاً لآراء المحكمين أصبح الاستبيان في صورته النهائية جاهز للتطبيق.

٤. تطبيق الاستبيان: مقابلة عدد (٨) من بائعي التجزئة في منافذ بيع الأحذية ملحق (٧).

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية أ) للاستبيان الموجه لمُصنعي ومُنْتجِي الأحذية

١- أهمية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية:

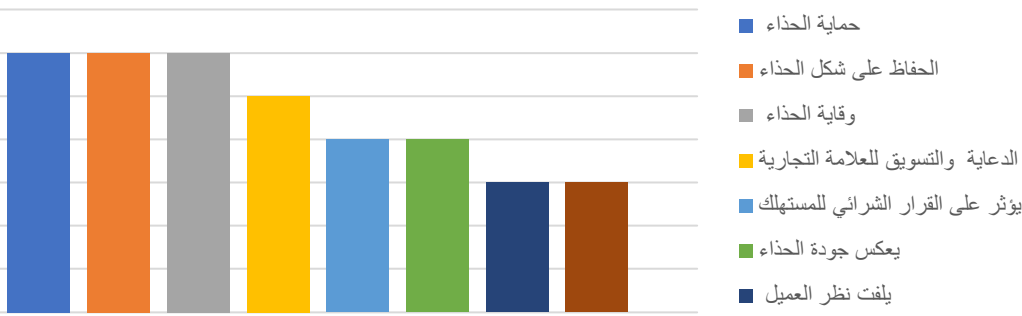
أ) أجمع أفراد العينة على أهميتها من الجهة الوظيفية من حيث (١) حماية الحذاء أو المنتج والحفاظ عليه لفترة طويلة، (٢) الحفاظ على تشكيل الحذاء وهيئته وقوامه وحمايته من التكسير، (٣) وقاية الحذاء من الأتربة والعوامل الجوية.

ب) أما من الجهة التصميمية فقد اتفق ٥٠% من أفراد العينة على أن التغليف يستخدم للدعاية والتسويق للعلامة التجارية، ويعكس جودة الحذاء ويؤثر على القرار الشرائي للمستهلك، كما يلفت نظر العميل ويجذب انتباهه بالإضافة أن التغليف الجيد يُشعر العميل بالتميز، بينما ٣٣.٥% من أفراد العينة يرون أن التغليف يستخدم للدعاية والتسويق للعلامة التجارية، ويؤثر على القرار الشرائي للمستهلك بالإضافة إلى أنه يعكس جودة الحذاء، في حين يرى ١٦.٥% من أفراد العينة على أن أبرز أهمية لتعبئة وتغليف الأحذية استخدامه للدعاية والتسويق للعلامة التجارية.

وبالإضافة لما سبق فإن الباحثة ترى أن جودة التغليف والتعبئة لا تُعنى عن جودة المنتج

نفسه، ولخصت الباحثة ما سبق في الشكل البياني التالي:

أهمية التعبئة والتغليف في قطاع الأحذية



٢- كيف تتم عملية تغليف وتعبئة الأحذية في المصنع:

أجمع أفراد العينة أنه لا يتبع أسلوب موحد لتغليف وتعبئة الأحذية ويمكنه استخدام أكثر من أسلوب بحسب العديد من العوامل، وكانت النتيجة ما يلي:

خامات تعبئة الحذاء		خامات تغليف الحذاء				خامات حشو الحذاء			نسبة العينة
silica gel	استيكر البيانات	أكياس nonwoven	أكياس ورقية	أكياس بلاستيك	ورق أبيض	عصا بلاستيك	كونيه كرتون	ورق أبيض/ كرافت	
√	√	√			√		√	√	١٦.٥%
					√		√	√	١٦.٥%
		√	√	√				√	١٦.٥%
				√	√		√	√	١٦.٥%
√		√				√		√	١٦.٥%
	√	√			√			√	١٦.٥%

مما سبق ترى الباحثة أن الورق الأبيض في الحشو قد حاز المركز الأول بأعلى نسبة استخدام (بنسبة ١٠٠%) مع مختلف أنواع الأحذية يليه الكرتون والذي يستخدم غالباً مع الأحذية الرجالي والأقل استخداماً هي العصا البلاستيكية وهي الأقل جودة، وحاز الورق الأبيض كذلك المرتبة الأولى بالتساوي مع الأكياس غير المنسوجة (nonwoven) من حيث الاستخدام كخامة تغليف للحذاء ويليها الأكياس البلاستيكية وهي الأقل جودة، أما خامات تعبئة الحذاء

فيستخدم ٣٣.٥% من أفراد العينة استيكر به البيانات داخل العبوة والسيليكا جل خصوصًا عند التصدير للخارج.

٣- خامات التغليف والتعبئة المستخدمة في صناعة الأحذية، وهل تختلف باختلاف نوع الحذاء:

اتفق أفراد العينة على أنه يوجد العديد من الخامات المستخدمة في التعبئة والتغليف، إلا أنه يمكن تصنيفها لما يلي:

١	خامات حشو الحذاء	ورق أبيض (زبدة) - ورق كرافت - كونييه كرتون - فوم على شكل مقدمة الحذاء - بلاستيك شفاف (باغ) - عصا بلاستيك - سوستة معدن.
٢	خامات تغليف الحذاء	أكياس بلاستيك - ورق أبيض زبدة (سادة - مطبوع) - أكياس ورقية - أكياس قماشية (برباط - كلبسة) - أكياس من قماش غير منسوج (بمقاس فردة - بمقاس فرديتين) - إسفنج مضغوط.
٣	خامات تعبئة الحذاء	داخل العبوة
٤		خارج العبوة
٥		عبوة النقل
		Ticket للرباط - ورقة تعليمات الاستخدام - سيلكا جل (silica gel) لامتصاص الرطوبة - لبيسة - كارت عليه بيانات الحذاء - كيس لحمل العبوة لاحقًا بعد الشراء. استيكر ملصق به بيانات الحذاء أو طباعة البيانات على العبوة ذاتها. توضع العلب بداخلها وتحمل (٥، ١٠، ١٥، ٢٠، ٢٥) علبه، بحسب حجم عبوة الحذاء، ويفضل أن تحتوي على عدد أقل حفاظًا على سلامة الأحذية.

٤- تختلف الخامات المستخدمة لحشو وتدعيم قوام الحذاء باختلاف نوع الحذاء:

اتفق أفراد العينة على أن نوع الحذاء وموديله يؤثر على اختيار الخامات المستخدمة لتدعيم قوامه: فيستخدم للأحذية النسائية المغلقة مثل (حذاء ديكولتيه - بوت - ...) الورق الأبيض (زبدة) أو الورق الكرافت ليسهل تشكيله، أما الأحذية الصيفية المفتوحة (صندل - شبشب - ...) فيوضع بداخلها قالب بلاستيك شفاف (باغ).

أما الأحذية الرجالي فيستخدم لحشوها الورق بأنواعه - كونييه كرتون، بينما الأحذية الرياضية فتستخدم الخامات البلاستيك لحشوها مثل العصا البلاستيك - السوستة المعدنية - فوم.

٥. يتوقف اختيار خامات تغليف وتعبئة الأحذية على:

اتفق ٥٠% من أفراد العينة على أن اختيار خامات تغليف وتعبئة الأحذية يعتمد على (نوع الحذاء - طلب العميل - التكلفة - طريقة التخزين - نوع الإنتاج)، في حين اتفق ٣٣.٥% من أفراد العينة على أنه يعتمد على (نوع الحذاء - طلب العميل - التكلفة - نوع الإنتاج)، بينما يرى ١٦.٥% من أفراد العينة على أن الخامات ترتبط ب (نوع الحذاء - طلب العميل - التكلفة).

وترى الباحثة أن هناك إجماع على ارتباط خامات تغليف وتعبئة الأحذية بنوع الحذاء سواء كان (رجالي - نسائي - أطفالى - رياضى) وكذلك طلب العميل ويرتبط بالفئة المستهدفة للتسويق وكذلك تكلفة الخامات وانعكاسها على سعر المنتج النهائي، وتأتى العوامل الأخرى بدرجات متفاوتة وهى نوع الإنتاج سواء كان محلى أم للتصدير للخارج وكذلك طريقة التخزين للأحذية لضمان وصولها للمستهلك بجودة عالية.

٦. يعتمد اختيار أسلوب وتصميم الأغلفة والعبوات للأحذية على:

اتفق ٦٦.٥% من أفراد العينة على أن اختيار أسلوب وتصميم الأغلفة والعبوات للأحذية يعتمد على (نوع الحذاء - الفئة المستهدفة - العلامة التجارية - التطور التكنولوجي - تكلفة التعبئة - نوع الإنتاج) في حين يرى ٣٣.٥% من أفراد العينة على أنه يعتمد على (نوع الحذاء - الفئة المستهدفة - العلامة التجارية - التطور التكنولوجي - تكلفة التعبئة - نوع الإنتاج - الموسم - مستوى جودة الحذاء).

وترى الباحثة مما سبق أن اختيار أسلوب وتصميم الأغلفة والعبوات للأحذية يعتمد في المقام الأول على نوع الحذاء حيث يختلف أسلوب وتصميم الأغلفة والعبوات بما يناسب نوع المنتج سواء كان (رجالي - نسائي - أطفالى - رياضى) والفئة المستهدفة للتسويق والمستوى الاجتماعي لها، وكذلك العلامة التجارية فالتغليف يجب أن يعرّف بوضوح المنتج وبياناته، بالإضافة لتكلفة التعبئة لما لها من انعكاس على سعر المنتج النهائي وتتراوح أسعار التغليف المتوسط (٢٠ - ٣٠ جنيهًا مصريًا) أما التغليف الجيد فيتراوح بين (٤٠ - ٧٠ جنيهًا) وهناك تغليف يتكلف أكثر من ذلك.

إلى جانب التطور التكنولوجي وأثره على الجانب البنائى لخامات التغليف باختلاف مستوياتها وكذلك الجانب التصميمي، بالإضافة لنوع الإنتاج سواء كان محلى أم للتصدير للخارج.

ويأتى في الدرجة الثانية من حيث الأهمية في العوامل المؤثرة فى اختيار أسلوب وتصميم الأغلفة والعبوات الموسم سواء كان (صيفى أو شتوى أو مدرسى)، كما أن أسلوب وجودة التغليف والتعبئة غالبًا ما تعبر عن مستوى جودة الحذاء بالنسبة للعميل.

٧. البيانات التي تكتب على عبوة الحذاء:

اتفق جميع أفراد العينة على أن البيانات الأساسية التي تكتب على عبوة الحذاء هي (مقاس الحذاء - لون الحذاء - الأرتكل)، إلا أن ٥٠% منهم يضيفون أيضًا بيانات عن شركاتهم وتاريخها أو نبذة مختصرة عنها، كما يرى ٣٣.٥% منهم أهمية وضع شعار (لوجو) الشركة/المصنع أو وضع شعار العلامة التجارية بحسب طلب العميل.

وترى الباحثة أن الطرق التي تنتج بها المصانع متنوعة فبعضها يعمل لحساب اسمه وعلامته التجارية الخاصة وبعضها يعمل لصالح علامات تجارية أخرى فيما يسمى (white label) أو تحت مسمى التعاقد من الباطن وبحسب ذلك يضع بيانات مصنعه أو بيانات العميل وعلامته التجارية.

وبعد أن تتم مراجعة جودة المنتج مراجعة نهائية تحت إشراف مراقب الجودة، ويراعى إضافة بعض البيانات الأساسية الخاصة بتوصيف المنتج مثل خامات تصنيع كلاً من وجه الحذاء والبطانة والفرش سواء كانت من الجلود الطبيعية أو الصناعية أو المنسوجة.

٨. أسلوب التغليف والتعبئة المتبع في حالة التصدير للخارج، ومدى اختلاف أسلوب التغليف والتعبئة عن المحلي:

- ذكر أفراد العينة الذين يقومون بالتصدير للخارج ضرورة ما يلي:
 - مراعاة استخدام خامات معاد تدويرها في الحشو والتغليف.
 - مراعاة المواصفات القياسية للبلد المرسل إليها المنتج.
 - قوة تحمل العبوة لظروف النقل والشحن والتداول.
 - متانة العبوة ومقاومتها للخدش والاحتكاك وثبات قوامها.
 - إضافة عناصر داخل العبوة تسمح للعبوة والمنتج بمقاومة العوامل الجوية وخاصة الرطوبة والبكتيريا مثل سلكا جيل.
 - كتابة جميع بيانات الحذاء كاملة وخاصة الباركود.
 - خلو العبوة من أي أطراف مدببة أو دبائيس معدنية أو أجزاء حادة.
 - مراعاة أسلوب وشروط التخزين الصحيح للحفاظ على الحذاء أطول فترة ممكنة.
٩. أثر خامة الحذاء والمستلزمات المستخدمة في التصنيع على عملية التغليف والتعبئة للأحذية:

اتفق ٥٠% من أفراد العينة على أن بعض عناصر تصنيع الحذاء مثل (خامة الحذاء - لون الحذاء)، تؤثر في عملية تغليف وتعبئة الأحذية، فيما يرى ٣٣% من أفراد العينة أن (خامة الحذاء - لون الحذاء - مستلزمات التصنيع - خامات التشطيب) تؤثر في عملية تغليف وتعبئة الأحذية، ويرى ١٦.٥% من أفراد العينة أنه لا علاقة بين خامات تصنيع الحذاء وعملية التغليف والتعبئة للأحذية.

وترى الباحثة أن الخامات تؤثر بشكل كبير على عملية التغليف والتعبئة حيث أن الأحذية المصنوعة من الجلود الطبيعية تختلف عن الأحذية المصنوعة من الجلود الصناعية تختلف

عن الجلود المصنوعة من الألياف الصناعية أو الأحذية الرياضية فلكل منها ما يناسبه من خامات التغليف والتعبئة بما يضمن الحفاظ عليه لأطول فترة ممكنة في حالة جيدة، كما أن لون الحذاء يؤثر بشكل كبير على اختيار خامات التعبئة والتغليف فمثلاً الألوان الفاتحة تحتاج لتغليف بالورق الأبيض (الزبدة) للحفاظ على لونه من البهتان أو الاصفرار، هذا بالإضافة لكثرة وتنوع مستلزمات التصنيع الداخلة في إنتاج الحذاء مثل المواد اللاصقة والاكسسوارات والتي يؤثر بعضها على عملية التغليف والتعبئة كما أن بعض خامات تشطيب (finish) الجلود مثل (الجلد المشحم - الجلود الشمواه) تستلزم وضع كل فردة بكمس حفاظاً عليها.

١٠. مواصفات التغليف والتعبئة الجيد للأحذية:

اتفق ٥٠% من أفراد العينة على أنه يجب صنع العبوات من خامة متينة وقوية التحمل - مراعاة التكاليف حتى لا ترفع سعر المنتج بشكل مبالغ فيه - عمل تصميم جذاب لشكل التغليف والعبوة، في حين اتفق ٣٣.٥% من أفراد العينة على أنه بالإضافة لما سبق يجب (أن يكون بالعبوة فتحة التهوية باختلاف اشكالها تبعاً للتصميم - استخدام العبوة كوسيلة دعائية وتسويقية لصالح العلامة التجارية - حفاظ العبوة على قوام الحذاء وخصوصاً عند تخزينه لبعض الوقت)، في حين اتفق ١٦.٥% من أفراد العينة على أنه (يجب صنع العبوات من خامة متينة وقوية التحمل - مراعاة تقليل التكاليف - يفضل عزل العبوة من الداخل بخامة ورق سلفان أو أي طبقة عازلة - سهولة فتح وغلق العبوة - تناسب حجم العبوة مع حجم الحذاء إمكانية استخدام العبوة في أكثر من وظيفة - استخدام خامات معاد تدويرها - مراعاة مكان التخزين).

١١. المشاكل التي تقابل المنتجين خلال تغليف وتعبئة الأحذية:

- ارتفاع أسعار الخامات وعدم ثباتها.
- صعوبة الطباعة على العبوات قليلة العدد لارتفاع التكلفة.
- نقص وعدم توافر بعض مستلزمات التغليف والتعبئة مثل الأستيكر.
- ضعف التطوير في أساليب تصنيع العبوات وهو ما يتفق مع دراسة (حسين، أسماء، سالم، عبير، ٢٠٢٢)
- عدم توافر تقنيات متنوعة مثل الطباعة البارزة أو وضع صور أو إضافات بلاستيكية على العبوات
- ندرة وجود متخصصين في تصميم عبوات تناسب الأحذية مما يجعل التصميم الجديد أو أي تغيير في شكل العبوة يستهلك وقتاً طويلاً وتكاليفاً أكثر.
- عدم مواكبة التطورات في توفير الخامات الحديثة للتغليف والتعبئة.
- ضعف التصميمات المتاحة في السوق لعبوات الأحذية.

ب) نتائج الدراسة الميدانية للاستبيان الموجه لموزعي وبائعي تجزئة الأحذية:

١. أهمية تغليف وتعبئة الأحذية من وجهة نظر بائعي التجزئة:
 - الحفاظ على شكل الحذاء وهيئته وقوامه خلال النقل والتداول.
 - الحفاظ على خامات صنع الحذاء ومظهره طوال فترة التخزين.
 - زيادة إقبال المستهلكين على الشراء.
 - تعزيز العلامة التجارية بالنسبة للمستهلك.
٢. شروط التغليف والتعبئة الجيد للأحذية للحفاظ على جودة المنتج من وجهة نظر بائعي التجزئة:
 - الحفاظ على جودة الحذاء من خلال توفير التهوية الجيدة.
 - استخدام خامات مضادة للبكتيريا وامتصاص الرطوبة وتجنب درجة الحرارة العالية وسوء التخزين.
 - استخدام اكياس قماشية أو مسامية للتغليف حيث لا يفضل استخدام خامات التغليف البلاستيكية للحشو أو التغليف.
 - التخزين في مكان جيد التهوية.
 - عدم تخزين عدد كبير من العبوات فوق بعضها بحد اقصى ٦ عبوات للتخزين.
٣. يرتبط التغليف والتعبئة بتعزيز العلامة التجارية لدى المستهلك:

يرى ٧٥% من أفراد العينة ارتباط التغليف والتعبئة بتعزيز العلامة التجارية، في حين لا يرى ٢٥% من أفراد العينة ارتباط بينهما.
٤. يسهم التغليف والتعبئة في التأثير على القرار الشرائي لمستهلك الأحذية:

اتفق ٦٢.٥% من أفراد العينة أن التغليف يسهم في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك كما قال ٢٥% منهم أن التغليف والتعبئة قد يؤثر على مجيء المستهلك مرة ثانية لشراء نفس المنتج وتؤثر على انطباع العميل، في حين أجمع ١٢.٥% من افراد العينة على عدم تأثير التغليف والتعبئة على القرار الشرائي للمستهلك.

وترى الباحثة أن هذا يدل على قصور الوعي إلى حدًا ما في إدراك العاملين بالتجزئة لأهمية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية وهو ما اثبتته دراسة (بن منصور، إلهام، ٢٠١٧)، التي أثبتت أثر التغليف على نية اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك.
٥. ينعكس الإبداع في التغليف والتعبئة على عملية شراء الحذاء:

اتفق ٦٢.٥% من أفراد العينة من الإبداع في شكل التغليف والتعبئة يؤثر على عملية الشراء في حين يرى ٣٧.٥% أنه لا يؤثر على عملية الشراء للمنتج.

على الرغم من أن الباحثة لاحظت اختلاف شكل العبوات من موديل لآخر خصوصًا في الأحذية النسائية ما بين (الصندل - حذاء السهرة - الحذاء الرياضي) وهذا يدل على مراعاة الإبداع والتنوع في أشكال العبوات من جهة المنتج أو العلامة التجارية وقد أثبتت دراسة (بن منصور، إلهام، ٢٠١٨) أن للابتكار والإبداع دور هام في تحقيق ميزة تنافسية للمنتج.

٦. يسهم التغليف والتعبئة في زيادة المبيعات:

أجمع ٧٥% من أفراد العينة أن التعبئة والتغليف تحقق ميزة تنافسية في حين اتفق ٢٥% الباقون على عدم تأثير التعبئة والتغليف في تحقيق ميزة تنافسية، على الرغم من أن الباحثة قد لاحظت طباعة اللوجو الخاص بالعلامات التجارية على العبوات ومواد التغليف وهذا يدل على مراعاة هذا الجانب وإدراكه من جهة المُنتجين وانخفاض الوعي بأهمية التغليف والتعبئة بالنسبة لبائعي التجزئة واتفقت العديد من الدراسات على تحقيق التغليف والتعبئة لميزة تنافسية وبالتالي زيادة المبيعات ومنها دراسة (فتيس، نديرة، صالح، محمد، ٢٠٠١).

٧. المشاكل التي تقابلك كتاجر تجزئة في تغليف وتعبئة الأحذية

- عند تخزين الأحذية لفترة طويلة يفضل فتح العبوات وتهوية الأحذية لئلا يتلف المنتج وبالذات المصنوعة من الجلد الصناعي وهذا في رأيي يعود لاستخدام خامات صناعية في التغليف تؤدي لعدم نفاذية الهواء وبالتالي تأثر خامات تصنيع مما يؤدي لسرعه تلف الحذاء.

- استخدام خامات بلاستيكية في التغليف والتعبئة.

- تلف العبوات إذا كانت من كرتون منخفض المتانة.

- عدم تحمل بعض العبوات لكثرة الفتح والغلق مما يدعو لاستبدالها.

VII. وتوصلت الباحثة لأهم المعايير الصحيحة بتغليف وتعبئة الأحذية ويمكن سردها فيما يلي

من حيث:

- التصميم من الناحية البنائية يجب أن يتميز:

- مساحة العبوة مناسبة من حيث الحجم تبعًا لحجم الحذاء ونوعه.
- سهولة فتح وغلق العبوة لتسهيل مهمة بائع التجزئة قبل بيع الحذاء.
- يفضل ان يكون بالعبوة فتحة التهوية باختلاف اشكالها تبعًا للتصميم.
- مراعاة التكاليف حتى لا ترفع سعر المنتج بشكل مبالغ فيه.
- يفضل عزل العبوة من الداخل بخامة ورق سلفان أو أي طبقة عازلة.

- أن تكون خالية من الزوائد التصنيعية مثل (الدبابيس).
- **التصميم من الناحية الوظيفية:**
- ان تحمل العبوة البطاقة التعريفية متضمنة كامل بيانات الحذاء، والموديل، والعلامة التجارية والمكونات، وبلد المنشأ واسم المنتج، وأن تكون البيانات على العبوة بلون ثابت وسهل القراءة وقد يكون بلغة أخرى بجانب اللغة العربية.
- استخدام العبوة كوسيلة دعائية وتسويقية لصالح العلامة التجارية.
- تعزيز العلامة التجارية في ذهن المستهلك.
- ملاحظة أن جودة التغليف والتعبئة هي انعكاس لجودة المنتج.
- استفادة المستهلك في أحيان كثيرة من العبوة لأغراض واستخدامات أخرى، وهذا بعد استخدام المنتج.
- تسهيل الاحتفاظ بالمنتج بعد استخدامه عند التخزين أو التنقل من طرف المستهلك.
- **خامات تصنيع الأغلفة والعبوات:**
- وقاية المنتج من العوامل الخارجية مثل تأثير الرطوبة على الحذاء أو درجات الحرارة المرتفعة على بعض خامات التصنيع مثل المواد اللاصقة المستخدمة في الحذاء وكذلك تأثير أشعة الشمس المباشرة على الجلد.
- تكون مصنعة من مواد مطابقة للمواصفات الصحية ولا تترك أي أثر ضار على خامات التصنيع من الجلود أو النعال أو المتعاملين مع العبوة.
- عدم تأثير خامة التغليف كيميائيًا على السلعة المعبأة بحيث لا تتفاعل مع خامات تصنيع الأحذية فلا تؤثر على ألوانها أو مواد تشطيبها وبالتالي تؤثر على جودة المنتج.
- مراعاة استخدام خامات معاد تدويرها في أغلفة وعبوات الأحذية أو يسهل التخلص منها دون إضرار بالبيئة.
- **صنع العبوات من خامات متينة وقوية التحمل حتى:**
- تؤدي مهمتها من حيث الحفاظ على المنتج وحمايته لأطول فترة ممكنة من التعرض للخدش أو فساد مظهره.
- عدم تأثر العبوة بظروف النقل والمداولة والتخزين لضمان الحفاظ على سلامة الحذاء ومظهره.
- تتحمل وزن وضع عبوات أخرى فوقها مع عدم التأثير على الحذاء خلال فترة التخزين.

- تخزين الأحذية:

- مراعاة مكان وشروط التخزين الصحيح للأحذية في مكان جيد التهوية على أرفف خشبية بعيداً عن الرطوبة ودرجات الحرارة العالية للحفاظ على جودة الحذاء لأطول فترة ممكنة.
- إضافة أكواد للعبوات لسهولة التصنيف والتخزين والوصول للموديل المطلوب عند الحاجة.

VIII. الإجابة على تساؤلات وفروض البحث:

بالنسبة للتساؤل الأول الذي ينص على "ما أهمية عملية التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية؟"

أمكن الإجابة على هذا التساؤل من خلال الإطار النظري للبحث حيث تتعدد وتتوسع وظائف التغليف والتعبئة فله دور مهم تم توضيحه بالنسبة لكل من المنتج وتاجر التجزئة كما يشغل أهمية خاصة بالنسبة للمستهلك، كما أمكن الإجابة على هذا التساؤل من خلال الدراسة الميدانية لمصانع الأحذية بأنواعها المختلفة وأيضاً من وجهة نظر بائعي التجزئة. وبالنسبة للتساؤل الثاني الذي ينص على "ما الخامات المستخدمة في عملية تغليف وتعبئة الأحذية، وعلاقتها بنوع الحذاء؟"

تناول الإطار النظري والدراسة الميدانية الخامات بأنواعها المختلفة (الكرتون - الورق - البلاستيك - الأقمشة - الخشب - الفوم - المعدن وخامات أخرى) المستخدمة في تغليف وتعبئة الأحذية بمستويات التغليف المختلفة سواء (حشو الحذاء - غلاف أولي - غلاف ثانوي - عبوة النقل - عبوة الشحن) وطريقة توظيف الخامات المختلفة مع مستويات التغليف للأحذية. كما صنفت الباحثة طبقاً للدراسة الميدانية خامات التغليف والتعبئة المستخدمة في قطاع الأحذية وفقاً لنوع الحذاء سواء (رجالي - حريمي - أطفال - أحذية رياضية) وهو ما يثبت صحة الفرض الأول الذي ينص على أنه "توجد علاقة بين نوع الحذاء واختيار خامات التغليف والتعبئة"

وبالنسبة للتساؤل الثالث الذي ينص على "ما العوامل المؤثرة على عملية تغليف وتعبئة الأحذية؟"

تناولت الدراسة النظرية العوامل المؤثرة على تصميم عبوات وأغلفة الأحذية وأسلوب التغليف وهي (التكلفة - التغذية العكسية - رأي المستهلك - مراعاة الجنس - الأرجونومية - التكنولوجيا - العوامل السياسية والقانونية - العوامل الاجتماعية والثقافية - العوامل السكانية - العوامل الاقتصادية - العوامل البيئية).

كما حددت الدراسة الميدانية العوامل المؤثرة على أسلوب وتصميم الأغلفة والعبوات لما يلي: (نوع الحذاء - الفئة المستهدفة - العلامة التجارية - التطور التكنولوجي - تكلفة التعبئة والتغليف - نوع الإنتاج - الموسم - مستوى جودة الحذاء).

كما أثبتت نتائج الدراسة الميدانية صحة الفرض الثاني الذي ينص على **توجد علاقة بين خامات ومواد التغليف والتعبئة للمنتج والخامات المستخدمة في تصنيع الحذاء نفسه** حيث أن الخامات تؤثر بشكل كبير على عملية التغليف والتعبئة حيث أن الأحذية المصنوعة من الجلود الطبيعية تختلف عن الأحذية المصنوعة من الجلود الصناعية تختلف عن الجلود المصنوعة من الألياف الصناعية أو الأحذية الرياضية فلكل منها ما يناسبه من خامات التغليف والتعبئة بما يضمن الحفاظ عليه لأطول فترة ممكنة في حالة جيدة.

أما بالنسبة للتساؤل الرابع الذي ينص على **" ما أثر عملية التغليف والتعبئة على جودة الحذاء والحفاظ عليه؟"**

أمكن الإجابة على هذا التساؤل من خلال الإطار النظري للبحث كما وافقت نتائج الدراسة الميدانية لكل من المصنعين وتجار التجزئة الذين أجمعوا على دور التغليف والتعبئة في (حماية الحذاء والحفاظ على شكله وقوامه، الحفاظ على خامات صنع الحذاء ومظهره طوال فترة التخزين، وكذلك حمايته من العوامل الجوية، وهو ما يثبت صحة الفرض الثالث الذي ينص على **" تسهم عملية تعبئة وتغليف الأحذية في الحفاظ على جودة الحذاء وسلامة تخزينه"** وأخيراً بالنسبة للتساؤل الخامس الذي ينص على **" ما المعايير الصحيحة لتعبئة وتغليف الأحذية بأنواعها المختلفة؟"**

أمكن الإجابة على هذا التساؤل من خلال عدة محاور: (المعايير الصحيحة للتصميم من الناحية البنائية - المعايير الصحيحة للتصميم من الناحية الوظيفية- المعايير الصحيحة لمتانة العبوات وقوة تحملها- المعايير الصحيحة لخامات تصنيع الأغلفة والعبوات- المعايير الصحيحة لتخزين الأحذية).

IX. توصيات البحث:

- التوسع في دراسة مرحلة التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية للنهوض بصناعة الأحذية محلياً وعالمياً.
- زيادة الوعي بأهمية ودور التغليف والتعبئة في قطاع الأحذية وأثره في الحفاظ على المنتجات.
- تطوير مقررات التغليف والتعبئة في قسم الصناعات الجلدية ليوكب التطورات الحديثة.
- ضرورة الاهتمام بالابتكار والتصميم في صناعة عبوات الأحذية في السوق المحلي.
- الاستفادة من الطرق الجديدة والتقنيات الحديثة لتطوير صناعة التغليف والتعبئة في مصر مع ضرورة تبني فكر التغليف المستدام للحد من التلوث البيئي.
- الاستفادة من المعايير العلمية التي صاغتها الدراسة وتوظيفها في قطاع التغليف والتعبئة لتطوير قطاع الأحذية.

المراجع:

- ١- أبو الغيط، هايدي يوسف (٢٠٢١) "التصميم الإبداعي للخامات البيئية في التغليف من منظور اقتصادي"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، الناشر: الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، عدد ٢٨.
- ٢- أبو موسى، إيهاب فاضل، نجم الدين، أحمد حسنى، الشقنقى، أمير حامد (٢٠٢٠)، تصميم وابتكار العلامة التجارية للملابس فى ضوء اتجاهات التسويق، مجلة الاقتصاد المنزلى، مجلد ٣٠، عدد ٤.
- ٣- بدر دعاء حسنين، شوشة، أمير على المرسي، السقطي، خالد عبد الله (٢٠٢٤)، أثر تكامل سلسلة التوريد والقدرة الاستيعابية للمعرفة على الأداء التشغيلي للشركات الصناعية المقيمة بالبورصة المصرية، المجلد ٥، العدد ١: الجزء الثالث.
- ٤- بن منصور، إلهام، (٢٠١٧)، "تأثير التغليف على نية اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك: دراسة حالة مستهلكي منتج العلامة "رامي"، دراسات، عدد ٥٢.
- ٥- بن منصور، إلهام، ٢٠١٨، "دور الابتكار في التعبئة والتغليف في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة حالة المنتج "رامي"، المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي تيسميسيلت - معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، عدد ٤، الجزائر.
- ٦- حسين، أسماء عبد المنعم، أبوطبل، منى مصطفى (٢٠٢٢)، "تصميم عبوات أكثر استدامة لتغليف الملابس النسجية"، المؤتمر الدولي العاشر - الفن وحوار الحضارات " تحديات الحاضر والمستقبل " ، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، مقال ٣٥، المجلد ٧، العدد ٦.
- ٧- حسين، أسماء عبد المنعم، سالم، عبير علي الدسوقي إبراهيم (٢٠٢٢)، "دور التغليف التفاعلي الابتكاري في تطوير تصميم عبوات التغليف التجارية وتسويق المنتج بالسوق المصري"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية - عدد خاص ٤.
- ٨- حواس، مولود. (٢٠١٠)، "الدور الترويجي للغلاف وأثره على قرار شراء المستهلك النهائي"، دراسات اقتصادية، ع ١٤.
- ٩- حوف، هيله مانع صالح محمد، دعيبس، رانيا مصطفى كامل عبدالعال (٢٠١٩)، " وحدة تعليمية مقترحة باستخدام الوسائط المتعددة لإكساب الطالبات معارف التعبئة والتغليف في صناعة الملابس الجاهزة"، مجلة التصميم الدولية، مجلد ٩، عدد ٢.

- ١٠- رمضان، رمضان عبد الرحمن، النحيف، مجدي حسين السيد (٢٠٠٢)، "أهمية تخصص تكنولوجيا التعبئة والتغليف"، المؤتمر القومي السنوي العاشر - جامعة المستقبل في الوطن العربي، مج ٢، القاهرة: مركز تطوير التعليم الجامعي، جامعة عين شمس.
- ١١- سرحان، سامية (٢٠١٧)، "أثر المتطلبات البيئية للتعبئة والتغليف على صادرات الجزائر من المنتجات الغذائية"، الجزائر: اقتصاد دولي وتنمية مستدامة، جامعة سطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- ١٢- العتر، سارة خالد محمد طه (٢٠١٧)، "تصميم وتصنيع أحذية الأطفال وفقاً للقياسات الأنثروبومترية للقدم"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
- ١٣- العتر، سارة خالد محمد طه (٢٠٢٢) "مشكلات تصميم وإعداد نماذج أحذية الإليو (دراسة ميدانية)"، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، المجلد ٨، العدد ٣٨.
- ١٤- العجوز، منى عبد الحميد، والى، إبراهيم عصمت، إبراهيم، إسلام عزت سعيد (٢٠١٩)، "تحسين جودة الطباعة للألوان الخاصة الإضافية باستخدام متغيرات الشبكات الرقمية التقليدية (مع التطبيق على عبوات الكرتون المطوى)"، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد ٤، العدد ١٥.
- ١٥- فتيس، نديرة، صالح، محمد، (٢٠٠١)، "التغليف وأثره في ترويج مبيعات المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة فلاش للمشروبات"، رسالة ماجستير غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: جامعة الجزائر ٣.
- ١٦- مهنا، نبيل، السباعي، ليلي، (٢٠١٨)، "تعبئة وتغليف الاغذية ومنتجات الالبان، منشأة المعارف، الأسكندرية.
- ١٧- مجلة وزارة التجارة والصناعة الإلكترونية، العدد ٥٠، نوفمبر ٢٠٢٢.
- ١٨- المعجم الوسيط (٢٠١١)، مكتبة الشروق الدولية، الطبعة الخامسة، القاهرة.
- ١٩- المنجد في اللغة العربية المعاصرة (٢٠٠٠)، دار المشرق، بيروت، لبنان.
- Chandon, Pierre (2012), "How Package Design and Packaged-Based Marketing Claims Lead to Overeating", INSEAD Working Paper No. 2012/61/MKT. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2083618>
- European Commission (2016), "How to implement Sustainable Manufacturing in Footwear" – New Occupational Profile and Training Opportunities, Online course, Unit 9 Sustainable packaging for footwear.
- Gracia, Luis, Perez-Vidal, Carlos, Mronga, Dennis, de Paco, Jose-Manuel, Azorin Jose-Maria & de Gea, Jose (2017) Robotic manipulation for the shoe-packaging process, The International Journal of Advanced Manufacturing Technology, vol 92.
- Jestratijevic, Iva, Maystorovich, Irina, Vrabič-Brodnjak, Urška (2022), The 7 Rs sustainable packaging framework: Systematic review of sustainable

- packaging solutions in the apparel and footwear industry, Sustainable Production and Consumption, Volume 30.
- Liu, Y., Wang, Z., & Cheng, G. Q. (2013) Optimization Design for Size of Footwear Outer Packaging Boxes. Advanced Materials Research, 694–697, 3516–3521. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/amr.694-697.3516>.
 - Lucie Sara Zavodna , Lucie Trejtnarova (2021), Sustainable packaging in footwear industry: Case study of PUMA, Economics Management and Sustainability, Scientific Publishing House, issue 1.
 - Twede, Diana and Harte, Bruce (2003), “ALogistical Packaging for Food Marketing Systems”, in Food Packaging Technology, Blackwell Publishing.

مواقع الإنترنت: وتم الدخول إليها في الفترة من يناير إلى ديسمبر ٢٠٢٣

- <https://www.billerud.com/managed-packaging/knowledge->
- <https://www.almaany.com/ar/>
- <https://www.bsigroup.com/ar-AE/1/--1/--/>
- <https://alsenaee.com>
- <https://www.billerud.com/managed-packaging/knowledge-center/articles/how-custom-footwear-packaging-can-benefit-your-brand>
- <https://juvale.com/products/b07zfdzp8w>
- <https://www.dreamstime.com/fruit-shipping-box>
- <https://www.pinterest.ca/pin/455848793545276442>
- <https://www.pinterest.com/pin/291678513378170829->
- <https://www.pinterest.ca/pin/390616967691257982>
- <https://www.lazada.com.ph/products/corrugated-shoe-box-10-pcsbundle-storage-shoe-box-i3961738906.html>
- <https://www.billerud.com/managed-packaging/knowledge-center/articles/how-custom-footwear-packaging-can-benefit-your-brand>
- <https://www.exportersindia.com/product-detail/shoe-stuffing-tissue-paper-6115688276.htm>
- <https://step2sustainability.ctcp.pt/docs/Unit9.pdf>
- <https://www.indiamart.com/proddetail/shoe-stuffing-paper-24896508788.html>
- <https://m.indiamart.com/proddetail/shoe-stuffing-wrapping-paper-sheets-with-logo-branding-25492620188.html>
- <https://www.aliexpress.com/i/3256804588766980.html?gatewayAdapt=ara2glo4itemAdapt>
- https://www.mynewsdesk.com/swedbrand/blog_posts/20-inspirational-shoe-packaging-designs-62862
- <https://www.leeroy.ca/en/collections/20-best-shoes-packaging-inspiration>
- https://www.mynewsdesk.com/swedbrand/blog_posts/20-inspirational-shoe-packaging-designs-62862
- <https://eu.magnanni.com/shoe-tree#color=446>
- <https://www.dw.com/ar/>
- <https://in.pinterest.com/pin/312437292870497109>
- <https://ibrandstudio.com/inspiration/packaging-designs-shoe-brand>
- <https://fabulousplatformshoes.com>
- <https://alsenaee.com/2018/>
- <https://www.linkedin.com/pulse/>
- <https://e3arabi.com/money-and-business/>