

## عنوان مقاله:

نقش طراحی محصول و خدمات در اصلاح الگوی زندگی، با تاکید بر بسته بندی های تولیدی دوست دار محیط زیست شرکت مک دونالد

## محل انتشار:

دومین همایش بین المللی هنرهای تجسمی و محیط زیست با رویکرد هنر بازیافت (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

زهرا حسین نژاد - استادیار، عضو هیات علمی دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران،

الهه شجاعی برجوازی - دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران

## خلاصه مقاله:

بسیاری از محصولات که به بازار عرضه میشوند باید برای حفاظت در برابر نور، گرد و غبار محیط، گرما و سرما، دارای بسته بندی باشند، از سویی دیگر برخی از بازارها، بسته بندی را بعد از محصول، قیمت، مکان و ترویج فروش، پنجمین رکن آمیخته بازاریابی میدانند. بسته بندی، به معنای طراحی و تولید یک ظرف یا پوشش برای محصول میباشد و در حقیقت باید محصول را شرح دهد و با ظاهر خود، خریدار را نسبت به قابل اعتماد بودن محصول، متقاعد سازد؛ همچنین در کنار اهمیت اصل بسته بندی نیز، موضوع مهم دیگری که موضوع آن به صورت مداوم مورد بحث صاحب نظران است، جنس و مواد تشکیل دهنده ی بسته بندی میباشد، چرا که هر مصرف کننده ای پس از مصرف محصول درون بسته بندی، پوشش بسته بندی دور محصول را دور میاندازد و این کار باعث میشود زباله های تجزیه ناپذیر موجود در بسته بندی های بی کیفیت محصولات، وارد چرخه طبیعت شده و محیط زیست پیرامون ما و موجودات زنده را تحت تاثیر خویش قرار بدهند. همچنین با بررسی بیشتر در این چرخه، خواهیم دید که ضرر و زیان همین بسته بندیهای بیکیفیت و غیرقابل تجزیه نیز، به زندگی کنونی ما انسانها هم، آسیب می رسانند. در حال حاضر بسیاری از شرکت های بزرگ و تولیدکننده مواد غذایی مثل: رستورانهای زنجیره ای مک دونالد نیز به زنجیره تولید بسته بندی های سبز برای حفظ و پایداری کره زمین و محیط زیست، پیوستند و سعی بر تولید بسته بندیهای سبز و دوستدار محیط زیست برای داشتن محیط زیستی بهتر و سالم تر دارند. در پژوهش پیشرو نیز، اصول و ساختار بسته بندی های جدید شرکت مکدونالد، بعنوان مورد پژوهی و با روش توصیفی-تحلیلی مورد بررسی و مطالعه قرار می گیرد.

## کلمات کلیدی:

بسته بندی، زباله های تجزیه ناپذیر، چرخه طبیعت، بسته بندی های سبز

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1015037>

