

## عنوان مقاله:

اهمیت بسته بندی کالاها در انبارها

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، علوم انسانی و رفتاری در ایران و جهان اسلام (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

محسن شیخی علیزاده - دانشگاه جامع علمی کاربردی هلال احمر خوزستان

رحمت سیفی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز

علی مزبان پور - دانشگاه صنعتی اصفهان

## خلاصه مقاله:

مقاله حاضر درباره تاریخچه بسته بندی، مبانی بسته بندی، گرافیک بسته بندی، مبانی گرافیک بسته بندی، طراحی در بسته - بندی چند نکته مهم در بسته بندی و نمونه های بسته بندی های موجود در بازار و غیره مطرح می شود. قرن هاست که بسته بندی برای بهره گیری و حفاظت کالاها، عنصری ضروری به شمار می رود. امروزه تقریباً تمامی محصولات به صورت بسته بندی شده ارائه می گردند. به علاوه یکایک عناصر بسته بندی پراساس هدفی که برای آن ها در هنگام نقل و انتقال، ذخیره سازی و توزیع در نظر گرفته می شود. مورد مطالعه دقیق قرار گرفته اند. بی تردید بسته بندی قادر است نمایی فنی تر و برتر به کالا ببخشد. همچنین هر بسته ای نیز با دقت طراحی می شود. زیرا شکل و رنگ، اهمیت خاصی در میزان فروش محصول ایفا می کند این گونه نمونه های قابل رویت همراه با اطلاعات چاپ شده بر روی محصول، راحت ترین وسیله ارتباطی بین تولید کننده و مصرف کننده می باشند. برخی از اندیشمندان بازاریابی 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 می - باشد. بسته بندی در حقیقت باید محصول را شرح دهد و با ظاهر خود، خریدار را نسبت به قابل اعتماد بودن محصول متقاعد کند. به دلیل اهمیت این موضوع در این پژوهش پژوهشگر به بررسی تاثیر طراحی بسته بندی بر انتخاب مصرف کنندگان پرداخته است. نتایج پژوهش حاکی از تاثیر مثبت متغیرهای رنگ، شکل و تصاویر موحود بر روی کالا بر انتخاب مصرف کنندگان است.

## کلمات کلیدی:

بسته بندی، کالا، انبارداری، کیفیت کالا، نشانه (برند)، مشتری، صنعت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1473807>

