



نگاهی به بسته بندی از دیدگاه رعایت اصول روانشناسی در جذب مشتری

محمد سهرابی بالسنینی^۱، دکتر محمد حسین حداد خداپرست^۲، نجفی^۳، زهرا ایزدی^۴، معصومه ایزدی^۵

- ۱- دانشجوی رشته صنایع غذایی دانشگاه زابل
- ۲- گروه علوم و صنایع غذایی دانشگاه فردوسی مشهد
- ۳- مدیرعامل سازمان بازیافت و تبدیل مواد شهرداری مشهد
- ۴- دانشجوی رشته صنایع غذایی دانشگاه زابل
- ۵ دانشجوی رشته مهندسی ژنتیک دانشگاه شهر کرد

چکیده:

غذا یکی از نیازهای اساسی جوامع بشری است، به طوریکه قرن حاضر را «سده غذا» می نامند و منشا تمام جنگ های دنیا در خصوص مساله غذا می باشد. امروزه رهایی از گرسنگی و ایجاد امنیت غذایی برای همه افراد و گروه های اجتماعی به صورت یک هدف بین المللی درآمده است که در ایجاد این امنیت، صنعت بسته بندی سهم اساسی را به عهده دارد زیرا تامین غذا، یک مسئله صرفاً کشاورزی نیست بلکه رابطه مستقیم با این صنعت دارد، صنعت مذکور با روش های جدید و استفاده از تکنولوژی برتر موجبات حفظ کیفیت مواد غذایی را فراهم می آورد و بدین ترتیب بحران غذا کم رنگ تر می گردد. یکی از صنایع مهم در علم روز صنعت بسته بندی می باشد که از چند جنبه حائز اهمیت می باشد:

- ۱- افزایش طول مدت نگهداری مواد غذایی
 - ۲- حفظ کیفیت ماده غذایی در زمان نگهداری
 - ۳- تنوع بیشتر در محصولات و ایجاد حالت رقابتی
 - ۴- بازارپسندی محصولات:
- با پیشرفت تکنولوژی امروزه تلاش بر این است که از مواد خوراکی مانند فیبرها بعنوان ماده بسته بندی استفاده گردد که طی آن ضایعات به حداقل رسیده و همچنین میزان واکنش های نامطلوب میان مواد غذایی و مواد بسته بندی به حداقل می رسد. علاوه موارد رعایت جنبه های روانشناسی در طراحی، رنگ، صفحه آرایشی و... از عوامل مهم در جذب مشتری می باشد. در این مقاله سعی گردیده است با پرداختن به اصول روانشناسی در راستای جذب مشتری قدم برداریم.

واژه های کلیدی: روانشناسی، صنعت، بسته بندی، مشتری