

درک مصرف‌کننده از بسته‌بندی مواد غذایی با رویکرد توسعه پایدار زیست محیطی

مرضیه اله دادی^{*۱}

تاریخ دریافت مقاله: اسفند ماه ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش مقاله: مرداد ماه ۱۳۹۶

چکیده

در سراسر زنجیره تأمین، بسته‌بندی نقشی اساسی در تحویل ایمن کالا به مصرف‌کننده نهایی را برعهده دارد. همچنین دارای پتانسیل زیادی برای کمک به توسعه پایدار است. این مقاله به بررسی و ارائه پیشنهادهایی درباره دانش و درک مصرف‌کنندگان از جنبه‌های محیطی بسته‌بندی مواد غذایی و شرح تفصیلی نحوه مشارکت و یا تقابل این جنبه‌ها در توسعه پایدار زیست‌محیطی است. مرور کلی مطالعاتی که اخیراً در زمینه بسته‌بندی انجام شده، تأکید بر عملکرد محافظت‌کننده بسته‌بندی است چرا که این عملکرد به لحاظ زیست محیطی نقش بسیار پررنگی در توسعه پایدار دارد. در مقابل، آنچه مصرف‌کنندگان از اثرات زیست محیطی بسته‌بندی درمی‌یابند، منحصرأ مربوط به مواد بسته‌بندی می‌شود. از نظر مصرف‌کنندگان، بسته‌بندی با پایه کاغذ به نفع محیط زیست است، در حالی که پلاستیک و فلزات این گونه نیستند. این مطالعه نشان می‌دهد اکثر مصرف‌کنندگان که در نظر سنجی شرکت کرده‌اند از نقاط ضعف خود در قضاوت وضعیت زیست محیطی بسته‌بندی مواد غذایی آگاه هستند که این خود مبنی بر نیاز مصرف‌کنندگان به راهنمایی است، در غیر این صورت، انتخاب مصرف‌کننده می‌تواند ناخواسته به لحاظ زیست محیطی عدم سازگاری با اهداف توسعه پایدار را داشته باشد.

افزایش نگرانی‌های زیست‌محیطی در میان

مصرف‌کنندگان جهت انتخاب محصولات غذایی، بسته‌بندی را نیز شامل می‌شود. همان‌گونه که روکا و اوسیتالو^۲ در سال (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای در زمینه انتخاب مصرف‌کننده بر اساس نوشیدنی‌های عملگر گزارش داده‌اند، مصرف‌کنندگان بیشتر بسته‌بندی‌ای را انتخاب می‌کنند که سازگار با محیط زیست باشد [۴]. با این همه، در این مطالعه درباره نوع بسته‌بندی سازگار با محیط زیست و یا اینکه چه نوع بسته‌بندی از لحاظ مصرف‌کننده با محیط زیست سازگار است، توضیحی داده نشده است، لذا این مطلب می‌تواند به عنوان یک موضوع تحقیقاتی باشد که مطالعات بیشتری را می‌طلبد.

واژه‌های کلیدی

ترجیحات مصرف‌کننده، بسته‌بندی، بسته‌بندی مواد غذایی ارگانیک، نظرسنجی، توسعه پایدار بسته‌بندی

۱- مقدمه

خرده‌فروشی مواد غذایی موجب افزایش فروش مواد غذایی ارگانیک شده است. شاید دلیل این افزایش، علاقه و آگاهی عموم مصرف‌کنندگان به توسعه پایدار است. مسائل زیست محیطی و اخلاقی بیش از پیش در انتخاب محصول توسط مصرف‌کنندگان حائز اهمیت هستند.

۱- عضو هیات علمی گروه طراحی صنعتی، دانشکده هنر، دانشگاه

الزهراء (س)، تهران، ایران

(*) نویسنده مسئول: m.allahdadi@alzahra.ac.ir