

## شناسایی و دسته‌بندی سازه‌های بسته‌بندی مواد غذایی با روش تحلیل محتوا

ابوالقاسم ابراهیمی<sup>۱\*</sup>، کاظم عسکری فر<sup>۲</sup>، آرزو ریاحی سامانی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: آبان ماه ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش مقاله: فروردین ماه ۱۳۹۸

## چکیده

در مطالعه حاضر، به دنبال شناسایی سازه‌های بسته‌بندی نوع اول مواد غذایی و دسته‌بندی این سازه‌ها جهت ارائه یک طبقه‌بندی جامع هستیم. این بررسی‌ها با در نظر گرفتن بسته‌بندی در زمینه خرید بی‌برنامه صورت گرفته است. این مطالعه از حیث هدف کاربردی، از نظر ماهیت کیفی و روش‌شناسی، تحلیل محتوا است. جامعه آماری این پژوهش، اسناد موجود و خبرگان صنعت بسته‌بندی می‌باشند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها براساس مطالعات گذشته جهت جمع‌آوری اطلاعات اولیه و سپس پرسشنامه‌ای برای نظرخواهی از خبرگان به منظور شناسایی و اتفاق نظر درباره ابعاد بسته‌بندی مواد غذایی بوده است. به منظور بررسی روایی محتوایی عناصر بسته‌بندی، از شاخص نرخ روایی محتوا (CVR) که توسط لاوشه (۱۹۷۵) ارائه شده، استفاده شده و به منظور بررسی پایایی مدل از شاخص کاپا استفاده شده است. در نهایت، ۳۷ شاخص، ۶ مؤلفه (طراحی، عناصر متنی، چند حسی بودن، عناصر تشویقی، ویژگی‌های عملکردی و ویژگی دوستدار محیط زیست) دو بعد (عناصر دیداری و غیردیداری) برای بسته‌بندی محصولات غذایی تعریف شد.

## واژه‌های کلیدی

بسته‌بندی، سازه‌های بسته‌بندی، تحلیل محتوا

## ۱- مقدمه

هفت میلیارد انسان بر روی زمین زندگی می‌کنند که به صورت مداوم و به طرق مختلف با بسته‌بندی برخورد دارند مگر اینکه کاملاً از زندگی مدرن شهروندی به دور باشند [۲۶]. امروزه هزینه مربوط به بسته‌بندی در کشورهای پیشرفته بسیار بالاست و چنین تخمین زده‌اند که ۱۰٪ هزینه مربوط به خرید محصولات، هزینه بسته‌بندی است [۲]. اهمیت طرح بسته‌بندی به‌عنوان ابزاری برای ایجاد ارتباط و برندسازی در بازارهای رقابتی محصولات غذایی بسته‌بندی شده رو به افزایش است [۲۵]. بسته‌بندی یکی از جنبه‌های اساسی پیشنهاد بازاریابی است که می‌تواند بر توجه، ارزش ادراکی، درک از کارکرد محصول و همچنین مصرف تأثیر گذاشته و

۱- دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم

اجتماعی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

\* نویسنده مسئول: aebrahimi@shirazu.ac.ir

۲- استادیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم

اجتماعی دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

ایران (kaskarifar@shirazu.ac.ir).

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه شیراز،

شیراز، ایران (arezoo.riahy@gmail.com).