

جهت سفارش چاپ و بسته بندی مواد غذایی و کسب اطلاعات بیشتر، لطفاً با ما تماس بگیرید اما جهت آشنایی با بهترین روش های بسته بندی خلاقانه مواد غذایی، مقاله زیر را مطالعه فرمایید.

خلاقیت بسته بندی مواد غذایی

از آنجایی که لازم است هر کالایی، در زمان فروش مشاهده شود و در میان طیف وسیعی از تولیدات داخلی و خارجی، ارتباط مناسبی با خریدار برقرار کند. بنابراین توجه به طراحی ظاهری مناسب برای یک محصول اهمیت می‌یابد. بیان تصویری یک کالا، بیش از کلمات، در ذهن مشتری ماندگار شده و در زمان خرید کالا توسط وی، به شناسایی آن محصول اهمیت می‌یابد. بیان تصویری یک کالا توسط وی به شناسایی آن محصول خاص منجر می‌گردد. این بیان تصویری با بهره‌گیری از عواملی چون رنگ شکل و الگو نوع حروف و نشانه‌ها، هویتی ویژه برای محصول به مخاطب منتقل می‌گرداند.

امروزه هنر بسته‌بندی در دنیا به‌عنوان یک علم مطرح است که کشورهای توسعه یافته با آگاهی از آن محصولات تولید خود را با بهترین روش‌های پکیجینگ **packagin** در بازارهای جهانی عرضه می‌کنند. در میان محصولات فراوان تولیدی، محصولات بسته‌بندی صنایع دستی جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند و به نحوی هویت ملی و فرهنگی جامعه تولید در ارتباط هستند. از آنجایی که پکیجینگ نخستین مرحله از برخورد مشتریان با محصول می‌باشد وجود طراحی، رنگ، تناسب محصول با پکیجینگ و عواملی در جهت ارتقا کیفی محصول به شمار می‌رود. شناسایی روش‌های بسته‌بندی و نحوه آموزش آن هدف اصلی این پژوهش است که به‌صورت تحلیلی - توصیفی بوده و روش گردآوری اطلاعات در آن میدانی - کتابخانه‌ای است.

نقش بسته‌بندی خلاقانه مواد غذایی

تقریباً تمام محصولاتی که ساخته دست بشر بوده و با استفاده از منابع طبیعی تولید می‌شوند نیازمند بسته‌بندی‌اند. این نیاز را می‌توان از جنبه‌های گوناگون مورد بحث و بررسی قرارداد. هویت بخشی، امنیت، ایمنی و سلامت و درنهایت حمل‌ونقل، همگی نیاز مبرمی به بسته‌بندی برای تحقق دارند. حضور بسته‌بندی در دنیای مدرن، محصور به زمان و مکان خاصی نیست و به معنای واقعی کلمه، هم‌جا حاضر است. واقعاً آیا می‌توانید چیزی را مثال بزنید که در بسته‌بندی عرضه نشود؟

شاید بتوان چند نمونه ذکر کرد ولی این محصولات تعدادشان بسیار کم است. هم‌اکنون حتی محصولات زراعی و باغی نیز حداقل دارای یک لیبل می‌باشند و لیبل نیز خود شکلی از بسته‌بندی است. بسته‌بندی ابتدایی‌ترین نیاز هر محصول پیش از عرضه به بازار می‌باشد، چرا که تولیدکنندگان برای شناساندن خود و محصولاتشان و البته محافظت از محصول در حین حمل‌ونقل و نگهداری پیش از فروش به آن نیاز مبرمی دارند. به بیانی بسته‌بندی می‌تواند ضمن معرفی نام خواص، مشخصات فنی و شیمیایی، تاریخ مصرف، قیمت، طریقه مصرف و نگهداری صحیح، محافظت آن کالا را تا زمان مصرف به عهده گیرد و درعین‌حال یک بسته‌بندی مطلوب قادر است موجب افزایش زمان حفظ و نگهداری کالای فاسدشدنی باشد.

بسته‌بندی که به‌عنوان تکنولوژی جدید در قرن ۱۹ پدیدار گشت، تولیدکنندگان را قادر ساخت تا محصولات خود را در قالب‌های از پیش تعیین شده‌ای به فروشگاه‌ها عرضه کنند. این تکنولوژی برای اولین بار به آن‌ها این امکان را داد که از محصولاتشان بیشتر و بهتر بهره‌برداری کرده، آن‌ها را درحالی‌که هنوز تازه هستند کنسرو و به بازار عرضه کنند. همچنین آن‌ها می‌توانستند به روشی جذاب محصولات خود را برای فروش به بازرگانان آماده‌سازی کنند. صنعت بسته‌بندی از صنایعی به شمار می‌رود که با هزینه اندک ارزش افزوده بسیاری برای محصولات به‌ویژه در صنایع غذایی ایجاد می‌کند. به گفته کارشناسان این حوزه، این صنعت می‌تواند تا ۹۵ درصد ارزش افزوده برای مواد غذایی ایجاد کند به همین منظور می‌توان صنعت بسته‌بندی را موتور محرک دیگر صنایع عنوان کرد، با این وجود این صنعت رشد چندانی در کشور نداشته است. به گفته صاحب‌نظران در این صنعت از نظر دانش فنی، مواد اولیه و ماشین‌آلات مشکل چندانی وجود ندارد اما فعالیت پراکنده و جزیره‌ای صنعتگران در این حوزه باعث شده این صنعت علاوه بر ناشناخته بودن نتواند توسعه چندانی نیز داشته باشد.

در شرایطی که امروزه مشتریان از قدرت انتخاب بیشتری نسبت به گذشته برخوردارند، به مشاهده توضیحات و مواد تشکیل‌دهنده هر یک از محصولات برای مقایسه آن‌ها تمایلی ندارند. در عوض، بسیاری از مشتریان به برند و بسته‌بندی محصولات برای تصمیم‌گیری درباره اینکه بهترین محصول کدام است، توجه می‌کنند. دریافت نشانه‌های درست از محصولات، در بیشتر مواقع مشتریان را به خرید آن‌ها تشویق می‌کند.

صنعت بسته‌بندی در ایران یک صنعت ناشناخته است که متأسفانه هنوز صنعتگران به اهمیت آن پی نبرده‌اند.

بسته‌بندی لباس و ارزش افزوده کلاست. فروش هر محصولی اعم از مواد غذایی، شیمیایی، دارویی، بهداشتی و آرایشی و... برای عرضه در بازار به بسته‌بندی وابسته است به همین دلیل این صنعت را می‌توان به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر و پررنگ در جذب مشتری و مادر بازاریابی خطاب کرد. برای بازاریابی باید به مسائل روانشناسی و مردم‌شناسی به‌ویژه در صادرات توجه ویژه کنیم که یکی از این ابزارها، بسته‌بندی است. به‌طور مثال مردم آذربایجان به رنگ قرمز تمایل دارند و بیشتر از چای بسته‌بندی استفاده می‌کنند درحالی‌که مردم ارمنستان به رنگ‌های گرم توجه بیشتری نشان می‌دهند و از تی‌بگ استفاده می‌کنند که این موارد می‌تواند در طراحی و جذب مشتری در صنعت چای کمک کند.

خلاقانه‌ترین دیزاین‌های بسته‌بندی مواد غذایی

بسته‌بندی یک عنصر اساسی در فروش محصول شما به شمار رفته و هیچ راهی بهتر از یک انجام یک دیزاین مبتکرانه در راستای نیل به این هدف پیدا نمی‌شود. ۱۳ محصول زیر ابتکار و نوآوری را در سطحی کاملاً جدید نشان داده‌اند که نه تنها از بسته‌بندی درخشانی برخوردار بوده بلکه ارتباطاتی میان بسته‌بندی و محصول را به وجود آورده‌اند. با تفکری خلاق و گسترش مرزهای هنری، این کسب‌وکارها به چیزی کاملاً منحصر به فرد دست یافته‌اند.

خلاقیت در بسته بندی نان ژاپنی

بسته‌بندی بسیار شگفت‌انگیز نان ژاپنی **Black Melon** انگیزه خرید آن را فراهم می‌کند. دیزاین این محصول مصرف‌کنندگان را مبهوت خلاقیت و طنزآمیز بودن خود کرده و آن را منحصر به فرد و چشمگیر می‌سازد و می‌دهند. فقط در کمتر از ۳ ثانیه آن‌ها تصمیم به خرید یا عدم خرید یک محصول می‌گیرند؛ بنابراین بسته‌بندی است که فرد را به سوی خود جذب می‌کند.



www.ToorangPrint.com

خلاقیت در بسته بندی شربت انرژی زا

مکیدن خون فقط با این نوشیدنی انرژی‌زا با طعم میوه‌های گوناگون است که شیرین می‌شود. نه فقط این محصول رنگ و غلظت خون را داشته بلکه آرایش تغذیه‌ای این محصول نیز شبیه به همان چیزی است که در رگ‌های ما جریان دارد. شرکت **Harcos Laboratories** به‌عنوان تولیدکننده این محصول به رازی از موفقیت در بازار دست یافته که مهجور مانده بود و آن تولید انواعی از غذا و نوشیدنی است که قادر به آوردن فرهنگ پاپ به زندگی مردم باشند. شربت انرژی ترسناک آن‌ها سرشار از آهن، الکترولیت‌ها، پروتئین و کافئین بوده و در قالب یک کیسه خون برای طرفداران خون‌آشام‌ها ساخته شده‌اند. این محصول جذابیتی اضافی به هالو وین بخشیده و بدون کیسه خون این محصول چنین جذابیتی را حتماً نداشت.



خلاقیت در بسته بندی مواد پنیر پارمسان

آژانس تبلیغاتی آلمانی **Kolle Rebbe** با همکاری لیبل مواد غذایی **The Deli Garage** مواد پنیر پارمسان را تصویری جدید با تراشی همراه است که لایه‌هایی از پنیر به ما داده و مغز تیره آن از پستو، فلفل قرمز یا قارچ است. این مداد که جایزه خرس نقره‌ای را برای دیزاین خود دریافت کرده در تعداد محدودی تولید شد که به سرعت به فروش رفت. وی در وبلاگ خود نوشت که شرکت امیدوار است روزی این مدادها را در مقیاسی گسترده‌تر عرضه کند.



خلاقیت در بسته بندی چای چوب لباسی

لیبل‌های مختلف Teabag عادت رنج‌آور انداختن درون یک فنجان را به ما تلقین می‌کنند اما این ایده خلاق مشکل را کاملاً حل می‌کند. تازگی پیشنهاد فروش این ایده و کیسه‌های چای به شکل تی‌شرت با چوب‌لباس‌هایی با کدهای رنگی مختلف، بعدی جدید به تجربه نوشیدن چای می‌دهد. شکل، تأثیری قدرتمند بر روی ارزش درک شده یک محصول توسط مردم می‌گذارد. به این دلیل یک صاحب کسب‌وکار فروش شربت‌های غلیظ در یک بطری، به شکلی خاص و جذاب با هدف تلقین محصولی مدرن و جدیدتر به خریدار را برمی‌گزیند.



www.ToorangPrint.com

خلاقیت در بسته بندی کلوچه‌ای برای حفظ تناسب اندام

این ایده بسته‌بندی خلاق زاینده افکار یک آژانس تبلیغاتی اوکراینی به نام MEX یک ورزشگاه دوست دارد تا علاقه‌مندان بیشتری را به سوی خود جذب کند بنابراین MEX با همکاری یک نانوايي فانتزی این کلوچه‌های six pack پروتئین فیت برای عرضه در فروشگاه‌های محلی به وجود آورد. درون هر بسته یک کوپن برای بازدید رایگان از محل تمرین به چشم می‌خورد. تقریباً ۳ هزار بسته از این نان در اولین ماه ارائه آن به فروش رفتند که منجر به ۶۵۸ تلاش رایگان و عضویت ۲۱۷ فرد جدید در ورزشگاه شد. این همان ایده کسب‌وکار مؤثر است که برای فروشگاه‌ها، این ورزشگاه و مشتریان خوب و مفید بود.



www.ToorangPrint.com

بسته بندی خلاقانه قرص‌های شکلات

شرکت انگلیسی Chocolate On Chocolate این قرص‌های خوشمزه را در جعبه‌های دارو با برچسب "دکتر ولخرج" ارائه داد. با سی قرص در یک جعبه، شرکت معتقد است که این قرص‌ها یک ایده کادویی درخشان برای دوستان بیمار و عاشقان دیوانه شکلات به شمار می‌روند. بهترین قسمت این موضوع این است که شما می‌توانید بیش از دوز روزمره توصیه شده مصرف کنید. قابل استفاده در شیر یا شکلات تلخ، این قرص‌ها حتماً حال افراد را بهتر می‌کنند. اگر قرص‌ها در بهبود حال بیماران مؤثر واقع نشد، هدیه‌های دیگر شرکت شامل جعبه کمک‌های اولیه مجهز به چسب زخم، دماسنج و دیگر ابزارهای شکلاتی نیز می‌شوند.



www.ToorangPrint.com

بسته بندی خلاقانه پودینگ‌هایی در قالب پوسته تخم‌مرغ

با استفاده از پوسته‌های تخم‌مرغ، نانوائی **How Sweet Bakery** در تایوان بسته‌بندی محصولات خود را خلاق کرده و ضمن حفظ محیط زیست طرفی مناسب برای پودینگ‌های تخم‌مرغی خود ارائه داده است. از لحاظ بصری، نتیجه جذاب و لذت‌بخش است. تحقق ایده بسته‌بندی در قالب پوسته‌های تخم‌مرغ برای شرکت بکار برد. آن‌ها باید دستگاه خاصی را پیدا می‌کردند تا بتواند بدون ضربه زدن به تخم‌مرغ‌ها، قسمتی از بالای آن‌ها را بردارد. به خاطر حفظ کیفیت بالای محصولات، تخم‌مرغ‌ها باید از مرغ‌هایی به دست می‌آمد که ۳۵۰ تا ۵۰۰ روز عمر کرده بودند. در سه سال اول تولید این محصول، بیش از ۴۲ میلیون پودینگ تخم‌مرغ را به فروش رساند.



www.ToorangPrint.com

بسته بندی خلاقانه پنیر توفو

بچه‌ها سوپ‌های پخته‌شده از حروف الفبا را دوست دارند اما چرا نباید بزرگ‌ترها نیز عاشق پنیرهای توفوی الفبایی شوند؟ دانش‌آموزی به نام جین ماکسیم لندری ایده بسته‌بندی خلاق پنیر توفوی خود را در کلاس محقق کرد. این ایده برای پرفروش شدن پنیرهای توفوی نسبتاً بی‌مزه و کسل‌کننده مؤثر واقع شد. جهان تبلیغات معتقد است یک بسته‌بندی برجسته و منحصر به فرد

می‌تواند واقعاً توجه مردم را به سوی خود جذب کند.



بسته بندی خلاقانه نان کوتوله‌ای

این نان کوتوله‌ای فریبنده ساده اما مؤثر بوده و توضیح می‌دهد که ایده‌های بسته‌بندی خلاق لزوماً نباید پیچیده یا پرهزینه باشند. حقه به کار رفته در آن باید جذاب باشد اما متمایز بودن به کارمان دقت و ظرافت می‌بخشد. برخی مصرف‌کنندگان احساس می‌کنند که محصولاتی با بسته‌بندی جسورانه، مؤثرتر از رقابتی خسته‌کننده هستند. به این ترتیب با وجود صرفه‌جویی در هزینه‌ها نتیجه آن بر روی فروش بلندمدت تأثیر می‌گذارد.



این دیزاین خلاق نه تنها با کلمات بازی کرده بلکه قرص نعنای را با هنر طنزپردازی دیزاینر در هم می آمیزد. شاید مقایسه این محصول با پول با هدف افزایش ارزش قرص های نعنای نزد مصرف کنندگان انجام شده باشد. بسته بندی نیز باید به اندازه خود محصول جالب و لذت بخش باشد. دیزاینر معروف کوری اتزکورن مسئول ایجاد این دیزاین قرص نعنای منحصربه فرد بوده و می گوید که این قرص های نعنای تازه به دست آمده از بانک مرکزی آمریکا در دو طعم دلپذیر ارائه شده و حس سرمایه داری درون شما را ارضا می کند.



www.ToorangPrint.com

بسته بندی خلاقانه نوشیدنی **Gatorade** این می تواند کاملاً گول زنده به نظر برسد که می توانید با در دست گرفتن یک بطری تا خط پایان با حداکثر سرعت بدوید. با به یاد داشتن این موضوع در ذهن، یک دیزاینر اهل لندن به نام کادو گومز با راهحلی مفید به میدان آمد. این بطری با حمل آسان این پیام امکان انتقال قدرت و در ضمن برند سازی برای برند گاترود بود و به سرعت نتیجه داد.



www.ToorangPrint.com

نقش رنگ در بسته بندی

رنگ در بسته بندی یک محصول می تواند نقش مهمی را ایفا کند. در ابتدای یک محصول جدید می توان از رنگ به عنوان قسمتی از هویت یک محصول استفاده کرد. پس از گذشت زمان رنگ به صورت روتین و تکرارپذیر در تولید ملزومات بسته بندی آن محصول استفاده می شود. رنگ بدین وسیله توسط مصرف کننده شناخته شده، به صورتی که بلافاصله با دیدن رنگ بسته بندی محصول، محصول را به خاطر می آورد. یکی از مثال های بارز استفاده از رنگ جهت شناساندن و متمایز کردن یک مارک یا یک محصول از محصولات دیگر مشابه آن محصول در بازار است استفاده از رنگ قرمز توسط شرکت نوشابه سازی **Coca Cola** این شرکت حتی شرکت **pepsi** را مجبور به استفاده از رنگ آبی نمود تا تفاوت را بین محصول خود و محصول کوکاکولا ایجاد نماید و مصرف کننده را با دیدن رنگ قرمز لیبل بطری خود به یاد طعم کوکاکولا بی اندازد.

از رنگ می‌توان در یک سری محصول، برای مثال یک ست (سری) حاوی انواع شامپوهای یک شرکت با خواص مختلف، انواع نرم‌کننده موی سر آن شرکت و ... جهت جلوه دادن به اهمیت یک نوع محصول نسبت به نوع دیگر و یا مرتبط کردن یک نوع محصول خاص با رنگ بسته‌بندی آن جهت تشخیص آن محصول در سری حاوی آن محصولات توسط مصرف‌کننده استفاده نمود.

رنگ اولین چیزی است که یک بیننده از یک بسته‌بندی درک می‌کند. رنگ، قبل از شکل و گرافیک یا متن نوشته آخرین ویژگی‌های محصول هستند؛ که شناسایی می‌شوند. بدین طریق، رنگ یکی از مهم‌ترین عوامل انگیزشی در تصمیم‌گیری خرید است. رنگ برانگیزاننده نوعی واکنش حسی در بیننده است. رنگ با حالات، احساسات، مکان‌ها و اشیاء مرتبط است. گواه این‌که رنگ را با احساسات و عواطف مرتبط می‌دانیم استفاده از آن برای توصیف حالات احساسی خاص است. ما می‌گوییم فلانی از خجالت سرخ شد یا از عصبانیت کبود شد و یا اینکه رو سفید است. این‌ها نشان‌دهنده بیان احساسات و حالات با استفاده از رنگ‌ها است.

رنگ‌ها دارای وزن، اندازه و حرکت هستند. عموماً، نوارهایی به رنگ روشن از نوارهای هم‌اندازه تیر رنگ بزرگ‌تر به نظر می‌رسند. یک دایره زرد رنگ به نظر می‌رسد که دارای حرکت است و یا به سمت خارج دارای تابش و درخشش است، درحالی‌که یک دایره آبی‌رنگ حرکت به سمت داخل را به ذهن القا می‌کند.

برای بررسی و شناسایی اختلافات حسی از دیدن یک کالای خاص تنها برحسب تفاوت رنگی آن، از گروه‌های مختلف جامعه درخواست شد تا به سؤالاتی در مورد یک نوع شیرینی خاص پاسخ دهند. شیرینی‌ها همگی یکسان بودند، تنها تفاوت آن‌ها رنگ بسته‌بندی آن‌ها بود. نتایج این بررسی نشان داد رنگ بسته‌بندی تأثیر قابل‌توجهی در احساس، از طعم و چاشنی‌های یک خوراکی دارد.

نمونه های دیگری از بهترین طراحی های بسته بندی که باعث فروش محصول می‌شود:

اگر طراحی بسته بندی درست انجام شود می‌تواند حتی بیشتر از خود محصول دلیل خرید کالا توسط مصرف کننده ها باشد. در لیست زیر تعدادی از **خلاقانه ترین بسته بندی های دنیا** را جمع آوری کرده ایم که بیشتر از کیفیت محصول به چشم می آیند. **بسته بندی خلاقانه** می‌تواند به برندینگ و استفاده دوباره کالای شما کمک کند. شما می‌توانید با دیدن عکس های در کنار الهام گرفتن متوجه تاثیر یک **بسته بندی خلاقانه** در جلب توجه مخاطب را متوجه شوید.

تی بگ ماهی





آدامس تریدنت



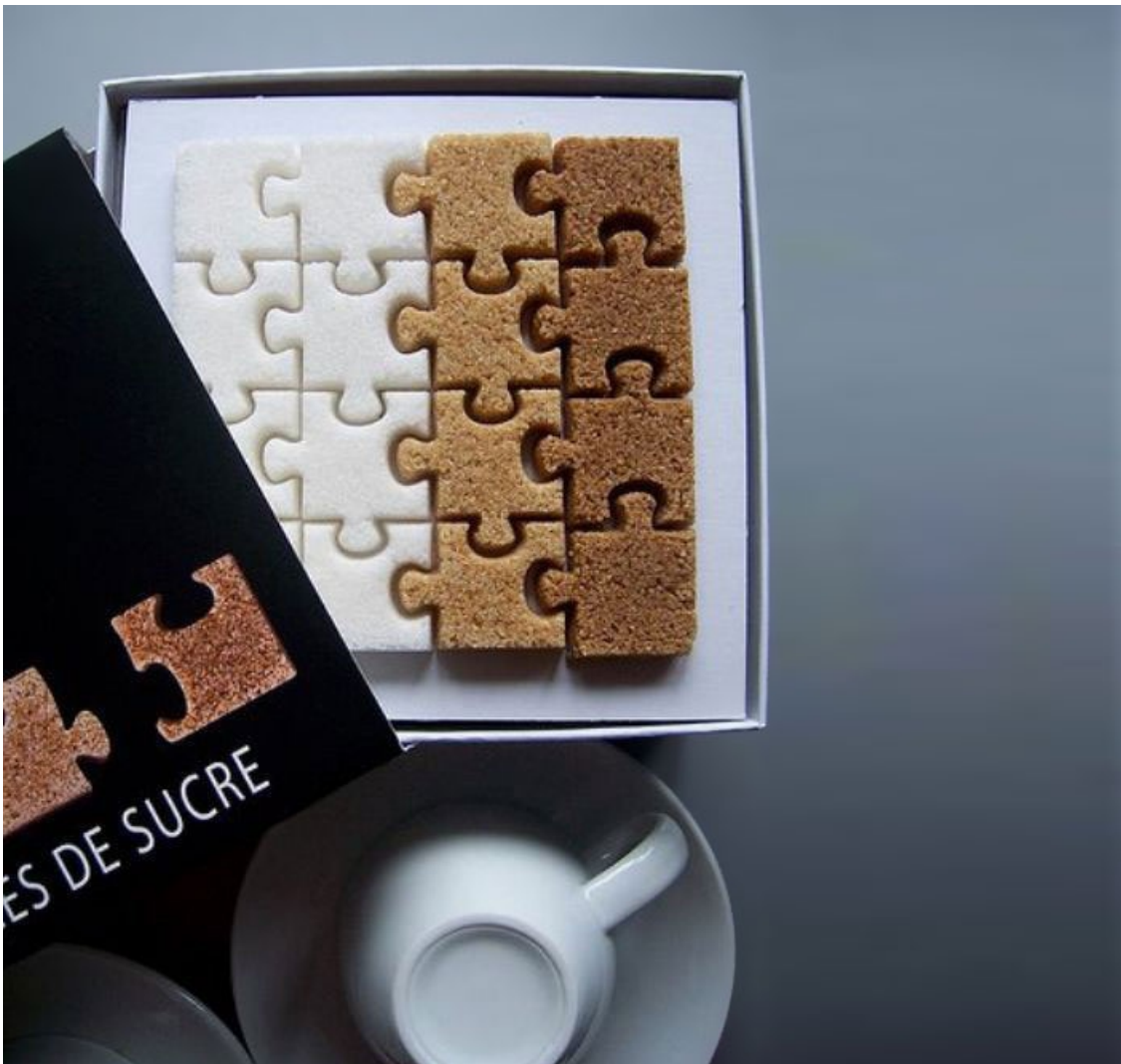


چای کیسه ای پروانه ای

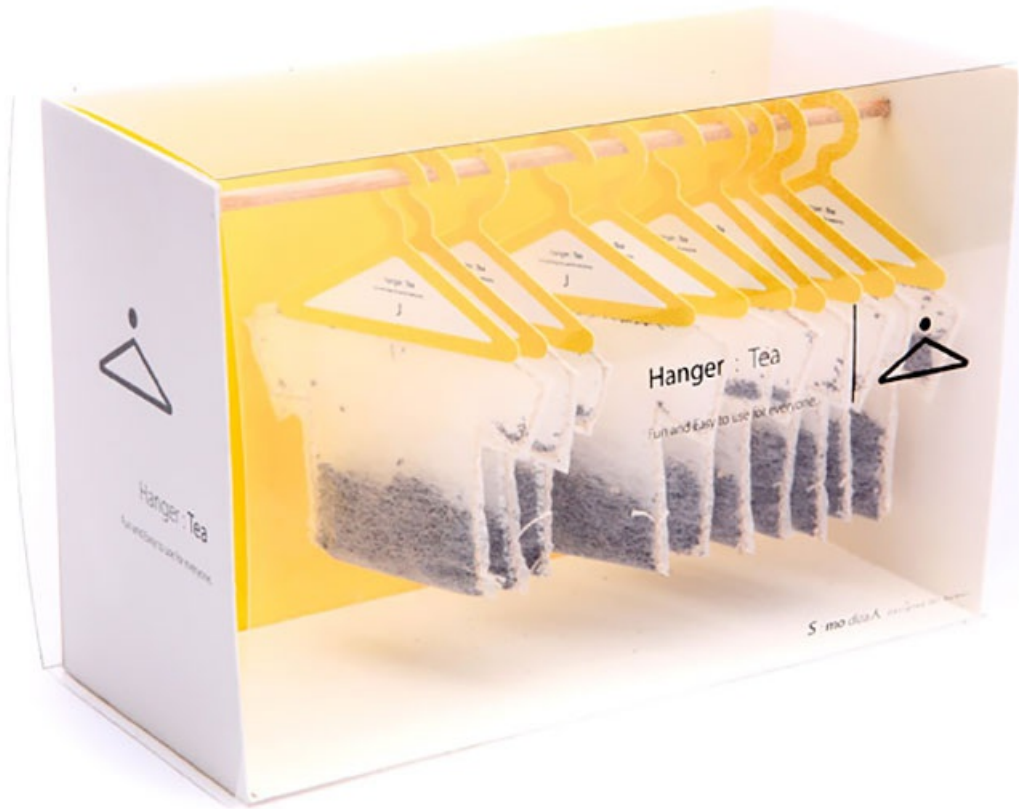




قند پازلی



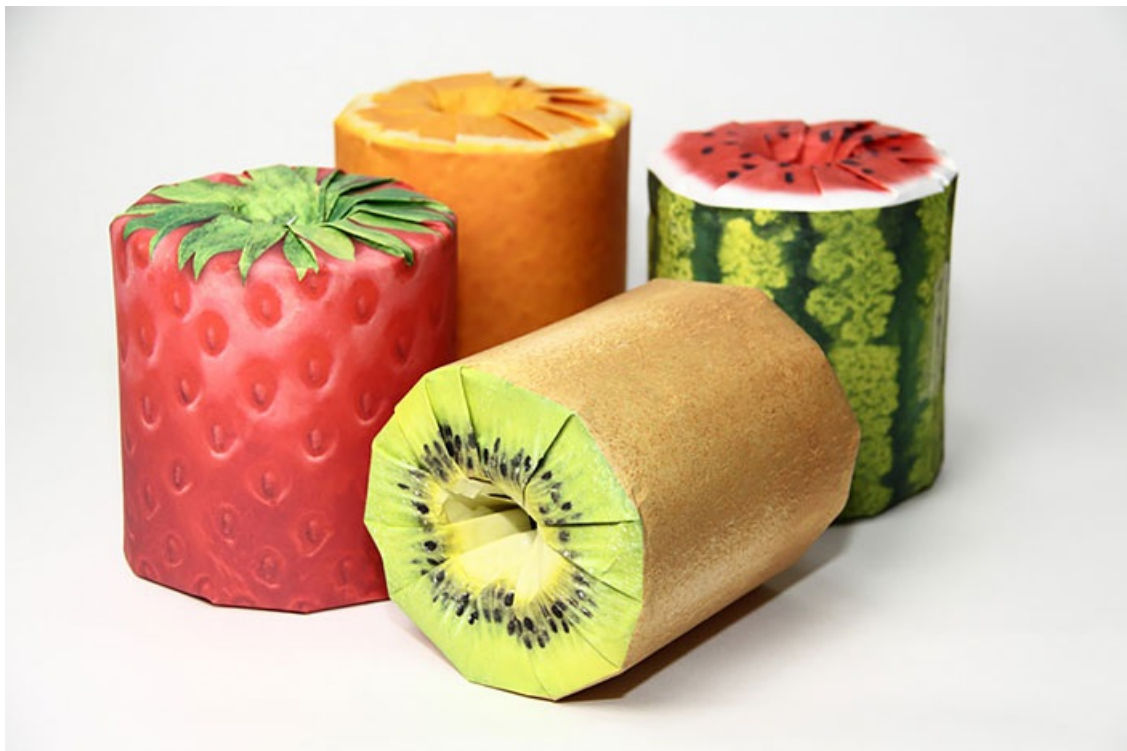




بسته بندی کوکی



بسته بندی دستمال توالت



بسته بندی عسل



بسته بندی ماکارونی



بسته بندی دستمال کاغذی



ساک کاغذی خرید



بسته بندی قلمو



