

یک بسته بندی خوب، از محصول در طی حمل و نقل، فرآیند بارداری، قفسه مغازه خرده فروشی و در قفسه خانه مشتری مراقبت می کند. تا زمانی که توزیع محصول را در زمان و مکان مفید ارائه کند. بسته بندی از طریق فراهم آوردن درجه مناسبی از حفاظت در مقابل شکستگی، فاسد شدن و گم شدن محتویات محصول، به ارزش محصول می افزاید. به طور کلی می توانیم وظایف بسته بندی را به طور خلاصه به صورت زیر بیان کنیم: حفاظت و نگهداری کالا منظور از «حفاظت» پیشگیری از آسیب فیزیکی و منظور از «نگهداری» توقف یا جلوگیری از تغییرات شیمیایی و بیولوژیکی می باشد.

آسودگی در استفاده از محصول با استفاده از بسته بندی مدرن :

بسته بندی عملکرد مناسبی برای واسطه ها، توزیع کنندگان و مشتریان جهت آسایش ارائه می کند. بسیاری از تسهیلات که به وسیله یک بسته بندی مناسب ارائه می شوند، چیزهایی نظیر برچسب محصول، نحوه مصرف و استاندارد بودن می تواند باشد.

نقش اطلاع رسانی بسته بندی

بسته بندی می تواند به کسب یک شناخت کلی از محصولات مختلف توسط مصرف کننده کمک کند که آرم یا نام شرکت مربوطه بیشترین وظیفه را در این میان به عهده دارد.

بسته بندی و بازاریابی برای محصول

در جایی که رقابت بین شرکتها پیش می آید بسته بندی برتر می تواند در شناخت محصول شرکت از محصول رقبا مفید واقع شوند. جلب توجه، مصرف کننده بسته بندی به فروش محصول در مغازه کمک می کند به عبارتی بسته بندی می تواند همانند یک فروشنده موفق در تبلیغ کالای درون خود کار آمد باشد.

بسته بندی وظیفه حفاظتی، ارتباطی

بسته بندی سیستم مرکبی است که هم وظیفه حفاظتی (Protective) و هم وظیفه ارتباطی یا اطلاع رسانی (active Information) را بر عهده دارد. به همین جهت بسته بندی به عنوان یکی از رسانه ها، حمل ها یا طریق ایجاد ارتباط و اطلاع رسانی نیز مورد مطالعه قرار می گیرد. در بسته بندی اگر پوشش حفاظتی در حد کفایت نباشد، کالا از نظر فیزیکی آسیب می بیند اگر پوشش، اطلاعاتی نادرست داشته باشد، اعتماد مخاطب (خریدار) از بین می رود.