

ملخص:

تلعب عملية التعبئة والتغليف في وقتنا الحاضر دورا مهما وأساسيا في تسويق مختلف المنتجات خاصة الغذائية منها، باعتبارها أداة ضرورية في تسهيل عملية البيع من خلال التأثير على القرار الشرائي للمستهلك النهائي.

وفي هذا الإطار، تم تسليط الدراسة على ملبنة الحضنة بالمسيلة، بهدف التعرف على واقع التعبئة والتغليف في المؤسسة، وعلى مدى مساهمة عبوة وغللاف المنتجات في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك الجزائري، عن طريق تحليل نتائج الدراسة الميدانية التي أقيمت على عينة من مستهلكي منتجات ملبنة الحضنة، وتعميم في الأخير هذه الدراسة على جميع المؤسسات سواء كانت محلية أو أجنبية.

الكلمات المفتاحية: التعبئة، والتغليف، المنتج، سلوك المستهلك، القرار الشرائي، المستهلك النهائي.

Résumé:

Le processus du packaging joue actuellement un rôle important et essentiel dans le marketing des divers produits et surtout les produits alimentaires. Ce Processus de packaging est un outil nécessaire pour faciliter le processus de vente en influant sur la décision d'achat du consommateur final.

Dans ce contexte, notre étude empirique a été effectuée sur la laiterie Hodna à M'sila pour savoir la réalité du packaging dans l'entreprise et la contribution du conditionnement et de l'emballage des produits à la décision d'achat du consommateur algérien, à travers l'analyse des données.

Mots clés: conditionnement, emballage, produit, comportement du consommateur, décision d'achat, consommateur final.