

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر عناصر بستهبندی محصول بر فروش محصولات صادراتی ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

آزاده رجبی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ایران

مجید اسماعیل پور - استادیار، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش یافتن پاسخی برای این مسئله است، که چگونه توجه به هر یک از عناصر بسته بندی، افزایش فروش محصولات صادراتی کشورمان را به دنبال خواهد داشت. پس از بررسی پژوهش های انجام شده داخل و خارج از کشور، در زمینه صادرات محصولات غذایی و عناصری که برای طراحی یک بستهبندی در نظر گرفته میشود، متغیرهای هر یک از این پژوهش ها تعیین شد. سپس به منظور تعیین اندسته از عناصر بستهبندی که در افزایش فروش محصولات صادراتی نقش دارند؛ جدول 2 طراحی شد. با بررسی متغیرها، مشخص شد که بستهبندی محصول، عناصری چون رنگ، شکل، جنس، اندازه و برجسرا دربرمیگیرد، که هر کدام به گونه ای در افزایش فروش محصولات صادراتی نقش ایفا میکنند. در ادامه مدلی مفهومی به کمک عناصر تعیین شده بستهبندی طراحی شده که نحوه ارتباط این عناصر را با فروش محصولات صادراتی نشان میدهد. و در نهایت به ارائه راهکارهایی جهت افزایش فروش محصولات صادراتی به کمک طراحی صحیح بستهبندی پرداخته شده است

کلمات کلیدی:

صادرات، عناصر بستهبندی، شکل بستهبندی، رنگ، جنس، اندازه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/345541>

