

عنوان مقاله:

بررسی اثر بسته بندی بر صادرات محصولات صنعتی ایران طی سالهای 1373 تا 1390

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات رفتار مصرف کننده، دوره 2، شماره 2 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

محمد مولایی - استادیار گروه اقتصاد دانشگاه بوعلی سینا

خلاصه مقاله:

بست هبندی از ابزارهای مهم بازاریابی در بعد ملی و بی نالمللی است که نقش کلیدی خود را در افزایش فروش، کاهش موجودی انبار و به حداکثر رساندن سود بنگاه های تولیدی و افزایش صادرات نشان داده است. بنگاه های اقتصادی برای تقویت قدرت رقابت خود در بازارهای داخلی و خارجی، از چند دهه گذشته به موضوع بسته بندی توجه دارند و از طراحی، گرافیک، رنگ ها و به کار بردن مواد بسته بندی مناسب برای افزایش سهم خود در بازارهای رقابتی بهره م یگیرند. یک بسته بندی مناسب قادر است نقش خود را به صورت فروشنده خاموش به خوبی ایفا کند. با توجه به آنکه بست هبندی فقط در قلمرو تولید قرار ندارد، بلکه در حیطه امر بازاریابی نیز قرار می گیرد، تصمیمی مگیری درباره نحوه انجام آن وظیفه مشترک مدیران تولید و بازاریابی است و هدف نهایی آنها جذب مشتری بیشتر در داخل و خارج از کشور م یباشد. هدف از این تحقیق، بررسی اثر بست هبندی 1373 م یباشد. برای این منظور علاوه بر اثر بست هبندی، تاثیر متغی رهای - محصولات مختلف صنعتی بر افزایش صادرات آنها طی سال های 1390 با I.S.C.I., Rev مهمی از قبیل ارزش افزوده، نرخ ارز موثر واقعی و نرخ تعرفه موزون وارداتی را بر صادرات فعالی تهای مختلف صنعتی ایران (2 استفاده از روش پانل دیتا) داده های تابلویی(مورد تخمین و تجزیه و تحلیل قرار داده می شود. نتایج تحقیق حاکی از آن است که گرچه هزینه بسته بندی برای بیشتر تولیدات صنعتی ایران، قابل ملاحظه نم یباشد، لیکن دارای تاثیر مثبت و معن یداری بر صادرات آنها م یباشد. ضمنا افزایش ارزش افزوده و نرخ ارز موثر واقعی و کاهش نرخ تعرفه موزون وارداتی نیز بر افزایش صادرات محصولات مختلف صنعتی موثر م یباشد.

کلمات کلیدی:

بست هبندی، فعالیت های مختلف صنعتی، صادرات، ارزش افزوده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/944734>

