

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر استراتژی های بازاریابی در صنعت بسته بندی

محل انتشار:

دومین کنفرانس علمی پژوهشی مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

مرتضی ایلات - پژوهشگر آزاد

خلاصه مقاله:

از آنجایی که علت بروز بسیاری از تحولات اخیر در نحوه بسته بندی کالاها را میتوان به انتظارات جامعه مصرف کننده و از طرفی دیگر به شدت، میزان و نوع رقابت موجود در بازار رقابتی امروز منسوب دانست، می بایست در تاثیر عامل رقابت و استراتژی های بازاریابی انتخابی شرکت ها بر نحوه بسته بندی کالاها با باز اندیشی موشکافانه تری نمود. بخش بسته بندی در کشور ایران از جمله بخش هایی از صنعت و خدمات است که هیچ اداره و بخش خاصی در دولت به طور مستقیم به امور آن نمی پردازد. از این جهت همواره نوعی جفا در حق این بخش روا می شود. در دعوی بودجه و یا هنگام تبیین استراتژی های خاص توسعه کشور، سهم مشخصی برای بخش بسته بندی کنار گذاشته نمی شود. اگر بودجه یا کمکی نیز برای توسعه بخش بسته بندی اختصاص یابد کسی نمی داند این بودجه را چگونه باید توزیع یا خرج کرد. زیرا بخش بسته بندی در کشور ما پراکنده و متنوع است.

کلمات کلیدی:

استراتژی، بسته بندی، بازاریابی، صنعت.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1132896>

