

عنوان مقاله:

نقش بسته بندی در ترغیب مصرف کنندگان به خرید گیوه فارس

محل انتشار:

فصلنامه علوم و فنون بسته بندی، دوره 13، شماره 51 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

لیلا الهی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی شرکت های کوچک و متوسط دانشگاه بخارست، بخارست، رومانی

خلاصه مقاله:

بسته بندی یک مولفه مهم در تمایز بخشیدن و معرفی کالاهای امروزی محسوب می شود. گیوه با قدمت چند هزارساله به عنوان یک کالای منحصر به فرد می تواند با نوآوری در بسته بندی امکان جذب مشتریان را فراهم کند. بسته بندی امروزه نقش مهمی دارد اما در کشور ما به اندازه کافی به این صنعت پرداخته نمی شود. اکثر کالاها بدون داشتن بسته بندی مناسب به صورت فله به فروش می رسند یا از خارج خریداری می شوند. گیوه یکی از این کالاها است که بسته بندی خاص برای آن در نظر گرفته نشده است. با توجه به راحتی، خنکی، استفاده از مواد طبیعی در ساخت یک مزیت رقابتی نسبت به کالاهای مشابه برای معرفی گیوه فراهم می شود. هماهنگی در نقش روبه ی گیوه با بسته بندی نیازمند همکاری متخصصان و طراحان هر دو صنعت است که با خلق محصول زمینه جذب در ترغیب مشتریان از بین کالاهای مشابه را در کمترین زمان فراهم می کند. پژوهش حاضر به وجه تمایز گیوه فارس با گیوه سایر استان ها، تاریخچه و مواد ساخت گیوه می پردازد. نقش بسته بندی از جنبه های اقتصادی و تاثیر بر مشتریان بالقوه مورد بررسی قرار گرفت. هدف از این مطالعه نقش بسته بندی در ترغیب مصرف کنندگان به خرید گیوه فارس بود. روش پژوهش تحلیلی-توصیفی بود. جامعه آماری متشکل از فعالان اقتصادی استان فارس با اطلاعات جمعیت شناختی نمونه تحقیق که میزان تحصیلات و جنسیت گردآوری شده بود. ابزار گردآوری اطلاعات کتابخانه ای، استخراج مطالعه به شیوه پرسشنامه محقق با روش نمونه خوشه ای مرحله ای و محاسبه نمونه با فرمول کوکران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج تحقیق از چهار متغیر انتخاب شده طراحی، نگهداری، جذابیت و اطلاع رسانی در بسته بندی نشان می دهد که طراحی در نقش بسته بندی به ترغیب خرید مصرف کنندگان به گیوه فارس با اهمیت بود. طبق نتایج وجه تمایز و کشش در ترغیب خرید گیوه فارس طراحی در بسته بندی بود که نقش مهمی را ایفا می کند.

کلمات کلیدی:

بسته بندی، مصرف کنندگان، گیوه (پاپوش سنتی)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1604496>

