

عنوان مقاله:

تاثیر بسته بندی در افزایش صادرات و معرفی صنایع دستی ایرانی به بازار جهانی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی بسته بندی، صنایع دستی و توسعه پایدار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

الهه پنجه باشی - استادیار، دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا

پریا زمانی - کارشناس ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه آزاد تسلیکی، واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

بسته بندی از ابزارهای مهم بازاریابی در بعد ملی و بین المللی است و به صورت فروشنده خاموش عمل می کند. همچنین یکی از محورهای مهم در فرآیند تصمیم گیری مشتری به شمار می آید. میتواند با برقراری ارتباط با مشتری، کمک شایانی به وی نماید. علاوه بر آن بسته بندی مطلوب میتواند عامل تمایز از رقبای رونق فروش در بازارهای هدف باشد. تلاش نگارندگان در مقاله حاضر بر آن بوده تا به راهکارهایی جهت معرفی هرچه بهتر محصولات و افزایش صادرات صنایع دستی ایرانی به بازار جهانی دست یابند. آنچه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته اهمیت بسته بندی و تاثیر آن در افزایش صادرات محصولات صنایع دستی می باشد که هدف از آن معرفی هرچه بهتر این محصولات همگام با هویت ایرانی به بازار جهانی است. پرسشهای این مقاله به این ترتیب است: نقش و اهمیت صنعت بسته بندی در توسعه صادرات چگونه است؟ نقش و تاثیر استفاده از نمادها و هویت های ایرانی در معرفی محصولات صنایع دستی و فرهنگ ایرانی به بازار جهانی چیست؟ روش تحقیق به کار گرفته شده رویکرد تحلیلی دارد و روش گردآوری اطلاعات اسنادی (کتابخانه ای) است. نهایت آنچه در بخش نتیجه گیری به دست آمده، این است که استفاده از بسته بندی به عنوان اولین عاملی که مخاطب با آن در ارتباط میباشد میتواند در افزایش صادرات و ترغیب مشتری بسیار اثر گذار بوده و در صورتی که این صنعت با تار و پود فرهنگی ایران زمین آمیخته شود میتواند علاوه بر معرفی هرچه بهتر این محصولات در معرفی فرهنگ اصیل ایرانی نیز راه گشا باشد.

کلمات کلیدی:

صنایع دستی، صادرات، بسته بندی، هویت، فرهنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1921016>

