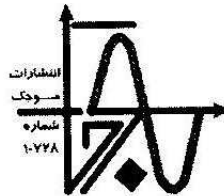


بسته بندی خلاق و عملکرد فروش

تالیف:

سید محمود رسولی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی



انتشارات موجک



سرشناسه: رسولی، سید محمود، ۱۳۶۹-

عنوان و نام پدیدآور: بسته‌بندی خلاق و عملکرد فروش / تالیف سید محمود رسولی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۷۹ ص.: جدول، نمودار (رنگی).

شابک: ۴-۳۰۷-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸-۴۰۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۷۳] - ۷۹.

موضوع: بسته‌بندی -- ایران -- طراحی -- نمونه پژوهی

موضوع: Packaging -- Iran -- Design -- Case studies

موضوع: بسته‌بندی -- ایران -- نوآوری -- نمونه پژوهی

موضوع: Technological innovations -- Case studies Packaging -- Iran --

موضوع: مصرف‌کنندگان -- ایران -- رفتار -- نمونه پژوهی

موضوع: Consumers behavior -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: TS ۱۹۵/۴

رده بندی دیویی: ۶۸۸/۸

شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۱۵۹۹۴

انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir

عنوان: بسته بندی خلاق و عملکرد فروش

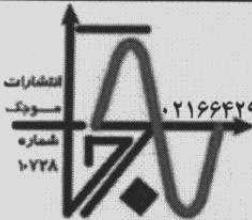
تالیف: سید محمود رسولی

مشخصات ظاهری: ۷۹ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۴۰۰۰۰۰ ریال، شابک: ۴-۳۰۷-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.



فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	پیش‌گفتار.....
۳	فصل اول: کلیات.....
۳	۱-۱ تشریح موضوع کتاب.....
۵	۲-۱ اهمیت موضوع.....
۶	۳-۱ اهداف.....
۷	۴-۱ بسته بندی خلاق.....
۷	۵-۱ عملکرد فروش.....
۷	۶-۱ رفتارهای زیست محیطی.....
۹	فصل دوم: بسته بندی خلاق.....
۹	۱-۲ مقدمه.....
۱۰	۲-۲ بسته بندی.....
۱۳	۳-۲ اهداف بسته بندی.....
۱۴	۴-۲ فواید بسته بندی.....
۱۴	۵-۲ بسته بندی‌های انعطاف پذیر یا نرم.....
۱۸	۶-۲ بسته‌های انعطاف ناپذیر یا سخت.....
۲۰	۷-۲ اجزاء مؤثر در طراحی بسته بندی.....

- ۲۰ ۲-۷-۱ فرم (شکل سه بعدی بسته بندی)
- ۲۱ ۲-۷-۲ اندازه
- ۲۲ ۳-۷-۲ ساختار
- ۲۳ ۴-۷-۲ رنگ
- ۲۶ ۸-۲ کارکردهای استراتژیک بسته بندی
- ۲۶ ۲-۸-۱ محافظت و سهولت استفاده از کالا
- ۲۶ ۲-۸-۲ حفظ محتوی از خرابی و آلودگی
- ۲۷ ۹-۲ بسته بندی خلاق

۳۱ فصل سوم: عملکرد فروش

- ۳۱ ۱-۳ علم فروش
- ۳۲ ۲-۳ استراتژی های علم فروش
- ۳۳ ۳-۳ تفاوت فروش و بازاریابی
- ۳۳ ۴-۳ سیستم مدیریت فروش
- ۳۴ ۵-۳ عوامل موثر بر سیستم مدیریت فروش
- ۳۴ ۱-۵-۳ هدف گذاری
- ۳۴ ۲-۵-۳ برنامه ریزی برای هدف
- ۳۵ ۳-۵-۳ نظارت بر اجرا
- ۳۵ ۴-۵-۳ تیم فروش
- ۳۶ ۵-۵-۳ پاداش
- ۳۶ ۶-۵-۳ گزارش دهی
- ۳۶ ۶-۳ انواع سیستم های فروش
- ۳۶ ۱-۶-۳ سیستم OC
- ۳۷ ۲-۶-۳ سیستم BC
- ۳۸ ۷-۳ عملکرد فروش

۳۸ ۸-۳ اهمیت عملکرد فروش

۴۰ ۹-۳ عوامل تاثیرگذار بر عملکرد فروش

۴۱ فصل چهارم: رفتارهای زیست محیطی

۴۱ ۱-۴ اهمیت رفتارهای زیست محیطی

۴۳ ۲-۴ رفتارهای زیست محیطی و اقتصاد

۴۶ ۳-۴ رابطه محیط زیست و اقتصاد

۴۷ ۴-۴ هزینه‌های زیست محیطی

۴۸ ۵-۴ معیارهایی برای کاهش هزینه‌های زیست محیطی

۴۹ فصل پنجم: تحقیقات بسته بندی خلاق و عملکرد فروش

۵۳ فصل ششم: مطالعه موردی

۵۳ ۱-۶ مدل مفهومی

۵۳ ۲-۶ جامعه آماری

۵۴ ۳-۶ روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

۵۴ ۴-۶ روش جمع‌آوری داده‌ها

۵۴ ۵-۶ ابزار گردآوری اطلاعات

۵۵ ۶-۶ روایی و پایایی ابزار

۵۷ فصل هفتم: یافته‌ها

۵۷ ۱-۷ توصیف داده‌های جمعیت شناختی

۵۸ ۲-۷ تجزیه و تحلیل توصیفی متغیرهای اصلی

۵۹ ۳-۷ آزمون نرمال بودن متغیرها

۵۹ ۴-۷ آزمون کفایت نمونه‌گیری

پیش‌گفتار

در شرایطی که امروزه مشتری‌ها از قدرت انتخاب بیشتری نسبت به گذشته برخوردار هستند، تمایلی به مشاهده توضیحات و مواد تشکیل‌دهنده هر یک از این محصولات برای مقایسه آنها ندارند. در عوض، بسیاری از مشتری‌ها به برند و یا بسته‌بندی محصولات برای تصمیم‌گیری درباره این که بهترین محصول کدام است، توجه می‌کنند. دریافت نشانه‌های درست از محصولات در بیشتر مواقع مشتری‌ها را به خرید آنها تشویق می‌کند. بسته‌بندی خلاق موجب درگیری ذهنی مشتری شده و فروش را افزایش داده و به عملکرد فروش را بهبود می‌دهد.

امروزه جایگاه بسته‌بندی و نقش برجسته‌ی آن در عرضه مناسب محصولات در بازار و عملکرد فروش بر هیچ کسی پوشیده نیست. یک بسته‌بندی خلاقانه می‌تواند با مشتریان یک برند، ارتباط برقرار کند. همین برقراری ارتباط است که می‌تواند در مشتریان تاثیر بگذارد. تاثیرگذاری طراحی بسته‌بندی بر روی مخاطب برای یک مدت طولانی ماندگار است. به همین خاطر، به همین سادگی‌ها نمی‌توان از ایده‌های بسته‌بندی خلاقانه رد شد.

هدف اصلی از تالیف کتاب حاضر بررسی تاثیر بسته‌بندی خلاق بر عملکرد فروش با توجه به نقش میانجی رفتارهای زیست محیطی در صنایع غذایی استان ایلام است. جامعه آماری این کتاب شامل مشتریان شرکت‌های تولیدی مواد غذایی در استان ایلام می‌باشد. برای انتخاب نمونه با توجه به جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این کتاب نمونه‌گیری در دسترس بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها در این کتاب پرسشنامه استاندارد در زمینه متغیرهای تحقیق است. برای سنجش متغیر بسته‌بندی خلاق از پرسشنامه زارعی و همکاران (۱۳۹۶)، برای سنجش متغیر عملکرد فروش از پرسشنامه استاندارد میکائیل و همکاران (۲۰۲۰) و برای سنجش متغیر رفتارهای زیست محیطی نیز از پرسشنامه نیازی و همکاران (۱۳۹۹) استفاده شده است. برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی محتوایی و برای بررسی پایایی آنها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج نشان دادند که بسته

بندی خلاق بر عملکرد فروش با توجه به نقش میانجی رفتارهای زیست محیطی در صنایع غذایی استان ایلام تاثیر مثبت و معناداری دارد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: بسته بندی خلاق

فصل سوم: عملکرد فروش

فصل چهارم: رفتارهای زیست محیطی

فصل پنجم: تحقیقات بسته بندی خلاق و عملکرد فروش

فصل ششم: مطالعه موردی

فصل هفتم: یافته ها

فصل هشتم: جمع بندی

در پایان، بر خود لازم می دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده سازی این کتاب بنده را یاری نموده اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

سید محمود رسولی

تابستان ۱۴۰۰