

AMBALAREA MĂRFURILOR - STRATEGIE DE SUCCES A POLITICII DE PRODUS

ROMAN RONALD

Student, anul 1, Facultatea Economie

Rezultatele prezentate se referă la avantajele ambalării mărfurilor în condițiile contemporane.

Scopul cercetării este de determinarea locului ambalajului și a tehnicilor de ambalare în politica de marketing a întreprinderii și scoaterea în evidență a procesului de ambalare, ca opțiune strategică în promovarea politicii de produs.

Pentru realizarea scopului propus au fost înaintate următoarele obiective :

- 1) definirea ambalajului ca componentă a produsului;
- 2) identificarea funcțiilor ambalajului de pe poziția marketingului;
- 3) formularea concluziilor și a recomandărilor pe seama cercetării

Cercetările au fost realizate în cadrul Departamentului Economie, Marketing și Științe socio-umane UASM. Au fost folosite următoarele metode de cercetare: analiza și sinteza.

În baza rezultatelor obținute s-a constatat faptul că ambalajul poate fi apreciat ca un produs finit oarecare, care încorporează materii prime, cheltuieli materiale și efort uman. Din punct de vedere comercial, ambalajul permite asigurarea în cele mai bune condiții a manevrării, conservării, depozitării, și transportului produselor .

. Ambalajul poate fi analizat din mai multe puncte de vedere: tehnic, economic și comercial.

Din punct de vedere tehnic, ambalajul este definit ca un ansamblu de materiale, destinat protecției calității și integrității produselor și facilitării operațiilor de circulație tehnică a mărfurilor.

Din punct de vedere economic, ambalajul poate fi apreciat ca un produs finit oarecare, care încorporează materii prime, cheltuieli materiale și efort uman.

Din punct de vedere comercial, ambalajul permite asigurarea în cele mai bune condiții a manevrării, conservării, depozitării, și transportului produselor

Rezultatele cercetărilor au permis formularea următoarelor concluzii și recomandări: Comportamentul consumatorului în continuă schimbare a influențat și forma și structura ambalajului, transformându-l în element de formare a cererii și de luare a deciziei de cumpărare; ambalarea corespunzătoare are rolul de a asigura transportul produsului în conformitate cu indicațiile producătorului. În plus, reprezintă o garanție pentru utilizatorul final că produsul nu a suferit o alterare a calităților sale în drumul de la producător. Se recomandă adăugarea valorii mărfii prin ambalare și de folosit strategia de ambalare ca componentă a politicii de produs.

Din punct de vedere a marketingului consumatorul trebuie avertizat asupra modului de utilizare, manevrare și transport al ambalajului prin simboluri grafice aplicate pe ambalaj și prin simboluri care atestă protecția mediului înconjurător.

Conducător științific - dr., conf. univ. Gangan Svetlana