چکیده
بسته‌بندی به عنوان یکی از مهم‌ترین اجراهای محصول، از کارکردهای فراوانی در سیاست‌ها و محصولات انتقالی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اجراهای محصول است. با این وجود همبستگی بین دو عامل، افزایش فروش نیست و گاه بسته‌بندی در مقام حامی حیات و بهزیستی بشر یکی از ابزارهای بزرگ و مناسب برای خرید محصولات مصرفی منجر به دخانیات باشد. در ارتباط با این نوع از بسته‌بندی‌ها، در این مقاله هنگامی که به عنوان بسته‌بندی بازدارنده یاد می‌شود، سیستم یک روش به نشریه بسته‌بندی بازدارنده و ابعاد آن، چگونگی ارگانی این گونه بسته‌بندی‌ها بر فرآیند نشدن محصولات دخانیات بررسی می‌شود و علاوه بر بررسی تحولات قانونی این حوزه در جهان و ایران، پیشنهادهای کاربردی نیز ارائه شود.

واژه‌های کلیدی:
- دخانیات
- بسته‌بندی
- قوانین بسته‌بندی

1- مقدمه
بسته‌بندی یکی از مهم‌ترین ابزارهای پازاریابی در صنعت دخانیات است (سلیمان، 1997). این ابزار مهم علاوه بر آن باعث بهبود دخانیات - سیگار، نیکوکاری و مواد مصرفی در قیاس- می‌تواند به گونه‌ای طراحی شود که حامی پیام‌های برای اطمینان یافتنی به افراد مصرف کننده از حفاظت کم‌خطر بودن محصول باشد. شواهد متعادل وجود دارد که بسته‌بندی و ابعاد آن از قدرت بالایی در فرآیند مصرف کننده مصرف‌کنندهان دخانیات برخوردی است.

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی، گروه مدیریت، مدرس دانشگاه پایتخت، تهران، ایران (alavimoslem@gmail.com)
۲- دانش‌آموخته (پرسته منسول) مدرک‌های تجربی و دانشی فوق لیسانس مدیریت بازاریابی، دانشکده تجارت، مدیریت و علوم اجتماعی دانشگاه شیراز (khodabakhshi70@gmail.com)
۳- Slade

* گزارش ارائه نشست نهاد هر محدود نیست و آن گونه که وان (2011) معنی‌دار است، وجود یک چارچوب هشداردهنده، کوشک روش بسته‌بندی سیگار در مقایسه با یک استرداد زیست محیطی را بهبود می‌دهد یکی از مصرف کننده متکی می‌کند.[22]

4- Hammond & Parkinson
5- Cummings

سال هشتم - شماره 9 - بهار 1396
46