

Xây dựng chiến lược Marketing Mix cho các sản phẩm tự hủy làm từ tinh bột khoai tây

NHAN CẨM TRÍ & ĐẶNG NGUYỄN XUÂN TRỌNG

NÔNG VĂN PHƯỚC & TRẦN NGUYỄN ÁNH DUYÊN & VŨ THỊ THÙY DUNG

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính TP.HCM

Nhận bài: 25/07/2020 - Duyệt đăng: 14/08/2020

Tóm tắt:

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm hoàn thiện dự án của nhóm sinh viên nghiên cứu về sản phẩm bao bì tự hủy làm từ tinh bột khoai tây - một dự án khởi nghiệp mang tính khả thi cao. Dựa trên nền tảng lý thuyết về hành vi tiêu dùng xanh và Marketing Mix 4Ps, nhóm tác giả đã phân tích thực trạng tiêu dùng xanh tại Việt Nam, đánh giá tiềm năng của các sản phẩm thân thiện bảo vệ môi trường. Thông qua việc sử dụng các công cụ như: ma trận SWOT, IFE, EFE, QSPM, nhóm tác giả đề xuất các giải pháp Marketing Mix 4Ps cho các sản phẩm tự hủy được làm từ tinh bột khoai tây, đồng thời đưa ra các khuyến nghị nhằm nâng cao ý thức sử dụng sản phẩm xanh, sạch bảo vệ môi trường đối với người tiêu dùng.

Từ khóa: Tiêu dùng xanh, marketing xanh, sản phẩm bảo vệ môi trường.

Abstract:

This study is designed to complete a student group project on self-destructing potato starch packaging - a highly feasible startup project. Based on the theoretical background of green consumer behavior and Marketing Mix 4Ps, the authors have analyzed the current situation of green consumption in Vietnam, and evaluated the potential of environmentally friendly products. Through the use of tools such as: SWOT, IFE, EFE, QSPM matrices, the authors propose Marketing Mix 4Ps solutions for biodegradable products made from potato starch, at the same time recommendations to raise consumers' awareness of using green, clean, environment protection products.

Keywords: Green consumption, green marketing, environmental protection products.