

عنوان مقاله:

تاثیر طراحی بسته بندی بر انتخاب مصرف کنندگان

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره 14، شماره 22 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

داود فیض - دانشگاه سمنان

عظیم الله زارعی - دانشگاه سمنان

فاطمه اشرفی - دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

بسیاری از محصولات آنی که به بازار عرضه می شوند، باید دارای بسته بندی باشند. برخی از اندیشمندان بازاریابی، بسته بندی را بعد از محصول، قیمت، مکان و ترویج فروش، پنجمین رکن آمیخته بازاریابی (P) می دانند. بسته بندی به معنای طراحی و تولید یک طرف یا پوشش برای محصول می باشد. بسته بندی در حقیقت باید محصول را شرح دهد و با ظاهر خود، خریدار را نسبت به قابل اعتماد بودن محصول متقاعد کند. به دلیل اهمیت این موضوع، در این پژوهش پژوهشگر به بررسی تاثیر طراحی بسته بندی بر انتخاب مصرف کنندگان در صنعت بسته بندی دستمال کاغذی پرداخته است. داده های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه و فرم مشاهده از 400 نفر از افراد نمونه آماری در سطح استان مازندران جمع آوری شده و به منظور تجزیه و تحلیل داده ها، از نرم افزار آماری Spss استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از تاثیر مثبت متغیرهای رنگ، شکل و تصاویر موجود بر روی بسته دستمال- کاغذی بر انتخاب مصرف کنندگان است. همچنین با توجه به مقدار عددی آماره کای دو مشخص گردید که مولفه های مربوط به جنسیت و سن پاسخگویان بر انتخاب رنگ بسته بندی مورد نظرشان موثر بوده است.

کلمات کلیدی:

بسته بندی؛ جذابیت طراحی؛ رنگ، فرم و شکل؛ مصورسازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1290075>

