

عنوان مقاله:

تحلیل مولفه های موثر بسته بندی بر تمایل به خرید محصولات غذایی

محل انتشار:

فصلنامه علوم و فنون بسته بندی، دوره 13، شماره 51 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مستانه غنجدی - دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

زهرا خوشنودی فر - استادیار مجتمع آموزش عالی سراوان و استادیار مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان مرکزی، اراک، ایران

غلامرضا گودرزی - استادیار مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی استان مرکزی، اراک، ایران

خلاصه مقاله:

در دنیای رقابتی امروزه با انواع مختلف محصولات، موفقیت هر محصول در فروش، مستلزم این است که بسته بندی و ظاهر محصول بتواند ارتباط موثری را با خریداران برقرار کند و زمینه جلب نظر مشتری را فراهم سازد. با توجه به نقش و اهمیت بسته بندی در رفتار خرید مصرف کننده، هدف این پژوهش، بررسی و تحلیل مولفه های موثر بسته بندی بر تمایل به خرید محصولات غذایی است. نوع پژوهش از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت روش کار از نوع توصیفی (غیرآزمایشی) است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه مصرف کنندگان محصولات بسته بندی شده مواد غذایی است که به فروشگاه های زنجیره ای در سطح شهر اراک مراجعه نموده اند. نمونه آماری با توجه به جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۳۶۴ نفر تعیین و با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه ای استاندارد و ساختارمند بود که روایی محتوایی و صوری آن با استفاده از نظر متخصصان و صاحب نظران امر و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. یافته ها نشان داد مولفه های بسته بندی موثر بر میل به خرید محصولات غذایی به ترتیب در عامل های (رنگ بسته بندی)، (طرح بسته بندی) و (اندازه بسته بندی) خلاصه شدند. در مجموع این عوامل توانستند ۷۳ درصد از کل واریانس متغیر وابسته را تبیین نمایند. می توان گفت بسته بندی مواد غذایی بر افزایش فروش موثر است. نتایج این تحقیق نشان داد شرکت هایی که در زمینه تولید و بسته بندی محصولات غذایی، برنامه ریزی دقیق و سنجیده ای دارند، در بلندمدت می توانند از طریق کسب مزیت رقابتی در میان رقبا عملکرد بهتری کسب کنند و این مزیت رقابتی منجر به افزایش فروش در طی زمان می گردد.

کلمات کلیدی:

بسته بندی، خرید محصولات، قصد و تمایل مصرف کننده، مواد غذایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1604499>

