

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی بر طراحی گرافیکی بسته بندی پوشاک

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهش های سازمان و مدیریت (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

فاطمه اکبرزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش هنر دانشگاه آزاد اسلامی قائمشهر، قائمشهر، ایران

پیمان ولی پور - دانشیار دانشکده مهندسی نساجی و پوشاک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائم شهر، قائم شهر، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش " بررسی عوامل شخصیتی موثر بر طراحی گرافیکی بسته بندی پوشاک " تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی- پیمایشی از نوع علی- همبستگی است در این تحقیق پرسنل و مدیران شرکت های گرافیکی خصوصی شهرستان آمل به منظور ارائه طرح های بسته بندی محصولات به تعداد ۳۸۴ نفر می باشند. تجزیه و تحلیل داده ها و روش تحقیق باتوجه به متغیرهای پژوهش که شامل یک متغیر مستقل " ویژگی درک شده"، یک متغیر وابسته " قصد خرید"، یک متغیر میانجی " زیبایی درک شده" و سه متغیر تعدیلگر " تمایل به نوآوری"، " جنسیت" و " تحصیلات" تشکیل شده است. همچنین جهت بررسی فرضیه های مطرح شده از آزمون رگرسیون و ضریب همبستگی در نرم افزار pls استفاده گردیده است. نتایج نشان داد که جنسیت و تحصیلات رابطه ی ویژگی درک شده بر قصد خرید را تعدیل می کند.

کلمات کلیدی:

طراحی گرافیکی، بسته بندی پوشاک، طرح های غیر معمولی، متغیر جنسیت، متغیر تحصیلات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1728814>

