

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین عناصر بسته بندی و رفتار خرید مصرف کنندگان محصولات لبنی

محل انتشار:

همایش بین المللی مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

شیمیا تجری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد علی آباد کتول، ایران

هرمز مهرانی - دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش بررسی رابطه بسته بندی با رفتار خرید مصرف کنندگان محصولات لبنی می باشد. جامعه آماری کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول می باشد. از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و آزمون فریدمن استفاده شد. آزمون پیرسون نشان داد که هر سه عنصر بسته بندی در این مدل شامل: طراحی، مواد استفاده شده و اطلاعات چاپ شده دارای رابطه مثبت و مطلوب با رفتار خرید مصرف کنندگان محصولات لبنی می باشد. نتیجه حاصل از آزمون فریدمن بیان می کند که اولویت اول در این عناصر اطلاعات چاپ شده با میانگین رتبه 67/4 می باشد.

کلمات کلیدی:

محصولات لبنی، رفتار خرید مصرف کنندگان، بسته بندی، عناصر بسته بندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/344299>

