

عنوان مقاله:

نقش بسته بندی در رفتار خرید مصرف کننده

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

فریده صابرنظرآقا - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه شیراز

ابوالقاسم ابراهیمی - عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز

خلاصه مقاله:

عوامل متعددی وجود دارد که رفتار مصرف کننده را تحت تاثیر قرار میدهد. تاثیر ابعاد بسته بندی بر رفتار مصرف کننده، از موضوعات جدید و مهمی است که اخیرا توجه محققین را به خود جلب کرده است. ابعاد بسته بندی ابزاری مهم برای ارتباط با مصرف کننده است به نحوی که هر یک از آن ابعاد میتواند تاثیرات متفاوتی را بر روی رفتار مصرف کننده داشته باشد و در جذب مصرف کننده نقش مهمی ایفا کند. لذا، توجه به آثار بسته بندی بر رفتار مصرف کننده میتواند نقش بسزایی در موفقیت شرکت داشته باشد. در مقاله حاضر، مروری بر تحقیقات پیشین در زمینه تاثیر بسته بندی بر رفتار مصرف کننده انجام میشود. بدین منظور در این مقاله ضمن بیان مقدمه ای در باب بسته بندی، به مفاهیم و ابعاد مربوط به بسته بندی، رفتار مصرف کننده با تاکید بر تاریخچه آنها و در پایان به بحث و بررسی پرداخته میشود. به طور کلی نتایج تحقیق حاکی از این است که ابعاد بسته بندی نقش مثبت و پیشبینی کنندهای بر رفتار مصرف کننده دارد و به طور سازنده ای آن را بهبود میبخشد

کلمات کلیدی:

بسته بندی، ابعاد بصری، ابعاد اطلاعاتی، رفتار خرید مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715723>

