

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر اطلاعات عددی بر روی بسته بندی و محصول بر رفتار مصرف کننده با تاکید بر نقش کنترل شخصی

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حسین رضایت دولت آبادی - استادیار، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، ایران

شهرزاد شهنساری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

موضوع رفتار مصرف کننده و عوامل موثر بر آن یکی از موضوعات کلیدی در حوزه طراحی استراتژی های بازاریابی است. هدف این مقاله بررسی تاثیر اطلاعات عددی روی بسته بندی و محصول بر رفتار مصرف کننده با تاکید بر نقش کنترل شخصی است. روش این پژوهش از نوع اکتشافی شاخه کتابخانه ای است. این تحقیق در امریکا انجام شده و شرکت کنندگان از میان خریداران محصولات الکترونیکی سایت MTurk انتخاب شده اند. مطالعات انجام شده در امریکا نشان میدهد که اطلاعات عددی روی بسته بندی و محصول بیشتر بر نیت خرید مشتریان تاثیر گذار است. بیان اطلاعات عددی در قالب دقیق بر میزان درک مصرف کننده از قابلیت پیش بینی مزایای محصول موثر است و کنترل شخصی مصرف کننده بر قابلیت پیش بینی مزایای محصول تاثیر گذار میباشد. همچنین تصمیم گیری هایی که براساس اطلاعات عددی محصول انجام می شود تحت تاثیر احساس کنترل شخصی افراد روی محیط قرار دارد. افرادی که با تهدید کنترل شخصی روی محیط مواجه می شوند، تمایل بیشتری دارند که محیط خارج قابل پیش بینی باشد و عدم اطمینان محیطی کاهش یابد.

کلمات کلیدی:

اطلاعات عددی، کنترل شخصی، قابلیت پیش بینی، عدم اطمینان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/949220>

