

بررسی تاثیر بسته بندی بر رفتار خرید مصرف کننده مواد غذایی در تصمیم خرید (مطالعه موردی: مصرف کنندگان محصولات لبنی فروشگاه های زنجیره ای کوروش در شهر ایلام)

نازلی کریمانی^{۱*}، سیامک موسوی^۲

۱- دانشجوی دکتری رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجب شیر

۲- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد عجب شیر، s.siamak_mousavi@yahoo.com

خلاصه

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر بسته بندی بر رفتار خرید مصرف کننده مواد غذایی در تصمیم خرید انجام گرفت. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده ها آمیخته اکتشافی است، بدین صورت که بخش کیفی از طریق مصاحبه و در بخش کمی توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری آن شامل خبرگان، کارشناسان و مصرف کنندگان محصولات لبنیاتی فروشگاه های زنجیره ای کوروش در سطح شهر ایلام در سال ۱۳۹۸ می باشند. در تحقیق حاضر روش نمونه گیری تصادفی ساده مورد استفاده قرار گرفت. تعداد ۱۰ نفر از خبرگان و کارشناسان برای انجام مصاحبه و حجم نمونه مصرف کنندگان از طریق فرمول کوکران استفاده شد که تعداد نمونه برابر با ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها بر اساس مصاحبه مرور اسناد و مدارک و پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی در بخش کیفی بر اساس واریسی همکاران و در بخش کمی بر اساس روایی محتوایی و پایایی در بخش کیفی بر اساس ضریب توافق همکاران و در بخش کمی بر اساس ضریب آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت. تحلیل این داده ها در بخش کیفی با استفاده از تحلیل و کدگذاری مصاحبه ها و در بخش کمی از طریق آزمون t تک نمونه ای و اولویت بندی فریدمن از طریق نرم افزار SPSS ۲۱ انجام پذیرفت. بر این اساس ۴ عامل مورد مطالعه شناسایی شد سپس، نتایج این بخش از پژوهش، اساس طراحی پرسشنامه در مرحله بعد قرار گرفت. با طراحی پرسشنامه در چارچوب طیف لیکرت دیدگاه مصرف کنندگان در مورد تاثیر بسته بندی بر رفتار خرید مصرف کننده مواد غذایی در تصمیم خرید شناخته شد. بر این اساس دیدگاه پاسخگویان نشان می دهد که هر چهار عامل تاثیر بالای در تصمیم به خرید مصرف کننده دارد در این بین اطلاعات چاپ شده بر روی بسته بندی محصولات لبنیاتی از تاثیر بالایی در تصمیم به خرید مصرف کنندگان دارد. نتیجه حاصل از آزمون فریدمن در جهت رتبه بندی این چهار عنصر بیان می کند که اولویت اول در این عناصر «اطلاعات چاپ شده» با میانگین رتبه ۵/۵۵ می باشد، بعد از آن عناصر «مواد بسته بندی» و «طراحی بسته بندی» و «نوآوری در بسته بندی» اولویت های بعدی می باشند.

کلمات کلیدی: بسته بندی، رفتار خرید مصرف کننده، محصولات مواد غذایی، فروشگاه زنجیره ای کوروش

^۱ نویسنده مسئول: nazlikarimani@gmail.com