

نقش بسته‌بندی در خرید

(به همراه مطالعه موردی)

www.ketab.ir

مؤلف: مونا هادی

سرشناسه	هادی، مونا، ۱۳۷۳ -
عنوان و نام پدیدآور	نقش بسته‌بندی در خرید (به همراه مطالعه موردی) / مولف مونا هادی؛ ویراستار امیرعلی نصیری.
مشخصات نشر	تهران: نماد اندیشه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۳۱ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۰۴۵-۵۵-۸
وضعیت فهرست نویسی	فیبیا
موضوع	خرید (کالا و خدمات) -- ایران -- تصمیم‌گیری -- نمونه‌پژوهی
موضوع	Purchasing -- Decision making -- Iran -- Case studies
موضوع	مصرف‌کنندگان -- ایران -- رفتار -- نمونه‌پژوهی
موضوع	Consumers behavior-- Iran -- Case studies
موضوع	مواد غذایی -- بسته‌بندی -- طراحی -- نمونه‌پژوهی
موضوع	Food -- Packaging -- Design -- Case studies
موضوع	شکلات‌سازی -- ایران
موضوع	Chocolate industry -- Iran
شناسه افزوده	نصیری، امیرعلی، ۱۳۶۰، ویراستار
رده‌بندی کنگره	۱۱. ۶۴۳۷
رده‌بندی دیویی	۶۵۸ ۲
شماره کتابشناسی ملی	۱۰۰۱۳۲۹۷

نقش بسته‌بندی در خرید (به همراه مطالعه موردی)

مؤلف: مونا هادی

ویراستار: امیرعلی نصیری

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بها: ۲۱/۰۰۰ تومان

ناشر: نماد اندیشه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۴۵-۵۵-۸



مدیرمستول: اعظم کتابی (۰۹۱۳۳۱۰۸۲۶۱)

خیابان ولیعصر، پارک‌وی، شماره ۲۸۶۹، واحد ۴

namadeandisheh@gmail.com

فهرست

۹	پیشگفتار
۱۱	۱. کلیات
۱۱	۱.۱. مقدمه
۱۴	۲.۱. بیان مسأله
۱۶	۳.۱. اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۷	۴.۱. اهداف تحقیق
۱۷	۵.۱. سؤال‌های تحقیق
۱۸	۶.۱. فرضیه‌های تحقیق
۱۹	۷.۱. قلمرو تحقیق
۱۹	۸.۱. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها
۲۳	۲. مرور ادبیات
۲۵	۱.۲. مقدمه
۲۶	۲.۲. محصول
۴۱	۳.۲. تجربه خرید
۴۸	۴.۲. قصد / تصمیم‌گیری خرید
۵۷	۵.۲. پیشینه تحقیق
۶۷	۳. روش تحقیق
۶۹	۱.۳. مقدمه
۶۹	۲.۳. روش تحقیق
۶۹	۳.۳. جامعه آماری و حجم نمونه
۷۰	۴.۳. متغیرهای تحقیق

۷۰	۵,۳. روش ابزار و گردآوری داده‌ها
۷۱	۶,۳. روایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق
۷۲	۷,۳. پایایی ابزار
۷۲	۸,۳. روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۳	۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها
۷۵	۱,۴. مقدمه
۷۵	۲,۴. تعریف متغیرهای جمعیت‌شناختی
۷۸	۳,۴. تعریف متغیرهای تحقیق
۷۹	۴,۴. آزمون همبستگی داده‌ها
۷۹	۵,۴. بررسی کفایت نمونه
۸۱	۶,۴. روایی سازه
۸۵	۷,۴. آزمون فرضیه‌ها
۹۳	۵. نتیجه‌گیری
۹۵	۱,۵. مقدمه
۹۶	۲,۵. نتایج پژوهش
۹۷	۳,۵. نتایج فرضیه‌ها و مقایسه نتایج با پژوهش‌های پیشین
۱۰۰	۴,۵. تبیین یافته‌ها
۱۰۱	۵,۵. پیشنهادهای مبتنی بر نتایج پژوهش
۱۰۳	۶,۵. پیشنهادهای برای پژوهشگران بعدی
۱۰۴	۷,۵. محدودیت‌های پژوهش
۱۰۵	پرسشنامه
۱۱۳	خروجی نرم‌افزار SPSS
۱۲۱	فهرست منابع

پیشگفتار

بسته‌بندی یکی از مهم‌ترین فاکتورهایی است که در خرید مشتریان نقش دارد و چه بسا گاهی هزینه بسته‌بندی کالا بیش از هزینه تمام شده برای خود کالا است. کتاب حاضر با هدف بررسی تأثیر عناصر تشکیل‌دهنده بسته‌بندی بر قصد خرید مصرف‌کننده محصولات پارمیدا با توجه به نقش میانجی تجربه خرید انجام شد. روش پژوهشی این کتاب، پیمایشی و به لحاظ ماهیت نیز توصیفی بود. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه در طیف لیکرت بود. جامعه آماری مورد مطالعه کلیه مشتریان شرکت پارمیدا بودند. با توجه به تعداد زیاد این مشتریان از فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد استفاده شد که تعداد ۳۸۵ نفر به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. بعد از تأیید روایی ابزار سنجش با تحلیل عاملی تأییدی و پایایی که با ضریب آلفای کرونباخ بدست آمد، تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام شد. در بخش توصیفی از آماره‌های پراکندگی و مرکزی نظیر میانگین و انحراف معیار استفاده گردید. نرم‌افزار مورد استفاده SPSS نسخه ۲۵ بود. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل معادلات ساختاری استفاده گردید. نرم‌افزار مورد استفاده با توجه به توزیع غیرنرمال داده‌ها، Smart PLS نسخه سوم بود. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان داد که عوامل زیر بر قصد مصرف‌کننده محصولات پارمیدا تأثیر دارد؛ عناصر تشکیل‌دهنده بسته‌بندی، عوامل بصری بسته‌بندی، طرح و رنگ و جنس بسته‌بندی، شکل و اندازه بسته‌بندی، عوامل اطلاعاتی بسته‌بندی، اطلاعات محصول، تکنولوژی محصول و تجربه خرید.

در پایان مایلم تا از اساتید خودم تشکر کنم؛ به‌ویژه خانم دکتر ماهرخ مختاری و آقای دکتر سعید قانع. همچنین از آقای مهندس امیرعلی نصیری سپاسگزارم که زحمت و دقت بسیاری و نظارت بر فرایند تولید کتاب را متقبل شدند. قدردان خانم اعظم کتابی مسئول نشر نماد اندیشه نیز هستم که امکان چاپ این کتاب را فراهم کردند. لطفاً نظرات ارزشمند خود را از طریق پست الکترونیکی زیر به اطلاع برسانید: mona.hadi73@gmail.com

در پناه حق

مونا هادی

زمستان ۱۳۹۸