

# تأثیر کیفیت، خلاقیت و جذابیت بسته‌بندی بر قصد خرید مصرف‌کننده با در نظر گرفتن نقش میانجی احساس و شناخت مشتری (مطالعه موردی: صنعت شکلات)

نیره سادات یعقوبی<sup>۱</sup>، اسداله کردنائیج<sup>۲</sup>، محمد آقائی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: تیر ماه ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش مقاله: شهریور ماه ۱۳۹۹

## چکیده

این پژوهش با هدف ارزیابی تأثیر کیفیت، خلاقیت و جذابیت بسته‌بندی بر قصد خرید مصرف‌کننده با در نظر گرفتن نقش میانجی احساس و شناخت مشتری انجام شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است و داده‌های مورد نیاز از طریق توزیع پرسشنامه در میان ۴۰۳ نفر از مصرف‌کنندگان شکلات، شهر تهران جمع‌آوری شد. برای سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوایی و همگرا و برای تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. فرضیه‌های پژوهش با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) و رگرسیون مورد سنجش واقع شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به وسیله نرم افزارهای آماری SPSS و Smart-PLS صورت گرفته است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که عناصر بسته‌بندی: کیفیت، خلاقیت و جذابیت بسته‌بندی بر احساس و شناخت مشتریان تأثیر دارد. یافته‌های تحقیق همچنین نشان می‌دهند که احساس مشتری بر قصد خرید تأثیری ندارد ولی شناخت مشتری بر قصد خرید مؤثر است.

## واژه‌های کلیدی

### ۱- مقدمه

کیفیت بسته‌بندی، خلاقیت بسته‌بندی، جذابیت بسته‌بندی، احساس مشتری، شناخت مشتری

امروزه فضای کسب و کار در محیط‌های بسیار رقابتی خرده‌فروشی تجربه می‌شود. شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی به دنبال شناسایی عواملی هستند که به افزایش فروش این محصولات بیانجامد. این شرکت‌ها همواره می‌پرسند زمانی که بودجه تبلیغات کم است و ایجاد نشان تجاری در رسانه‌ها محدود می‌گردد؛ چگونه می‌توانیم محصولات خود را بفروشیم؟ و چگونه می‌توانیم سهم بیشتری از بازار را در اختیار بگیریم؟ بسته‌بندی محصول، فرصتی را برای تحت تأثیر قرار دادن ارتباطات با مصرف‌کننده در نقطه فروش فراهم می‌کند [۳۲ و ۳۳]

بسته‌بندی یک عنصر خارجی تلقی نمی‌شود بلکه جزئی از محصول به حساب می‌آید و از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر ذهن مصرف‌کنندگان به هنگام خرید

۱- کارشناس ارشد، مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه تربیت مدرس تهران-ایران (nayyereh.yaghubi@modares.ac.ir).

۲- دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران-ایران.

(x نویسنده مسئول: naeij@modares.ac.ir)

۳- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تربیت مدرس تهران-ایران (m\_aghaei@modares.ac.ir).