

باسمه تعالی



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی  
پیام گلپایگان

جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی  
**تأثیر درک جنبه‌های زیباشناختی بسته بندی بر رضایتمندی و تبلیغات شفاهی**  
(مطالعه موردی: مشتریان صنایع لبنی پگاه گلپایگان)

ارائه کننده: مهدی قنبری

استاد مشاور:

استاد راهنما: دکتر زارع

استاد داور: دکتر امیدی

چکیده:

در دنیای رقابتی امروزی با انواع مختلف کالا، موفقیت هر محصول در فروش، مستلزم این است که بسته‌بندی و ظاهر محصول بتواند ارتباط مؤثری را با خریداران ایجاد کند و زمینه جلب نظر مشتری را فراهم سازد. بنابراین هدف این پژوهش، بررسی تأثیر عدالت درک جنبه‌های زیباشناختی بسته بندی بر رضایتمندی و تبلیغات شفاهی مشتریان لبنی پگاه گلپایگان می‌باشد. روش پژوهش، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری، مصرف کنندگان محصولات لبنی پگاه گلپایگان بوده و نمونه آماری بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. ابزار پژوهش پرسشنامه مقاله ایزابل و همکاران (۲۰۱۶) جهت سنجش متغیر تبلیغات شفاهی و رسولی و همکاران (۱۳۹۵) جهت سنجش متغیرهای جنبه‌های زیباشناختی، تجربه ادراکی، لذت، انگیزش و رضایتمندی می‌باشد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در بخش استنباطی از آزمون T و نرم افزار Amose استفاده شده است. نتایج تحلیل آماری نشان داده است که عناصر زیبایی بسته بندی بر تجربه ادراکی کیفیت، انگیزش و لذت تأثیر دارد، همچنین تجربه ادراکی کیفیت و لذت بر رضایتمندی تأثیر دارد اما تأثیر انگیزش بر رضایتمندی و رضایتمندی بر تبلیغات شفاهی مورد تأیید قرار نگرفته است.