Tóm tắt Đề tài: Mâu thuẫn nội tâm của người nhận quà trong việc thay đổi thái độ đối với nhãn hiệu sản phẩm và mối quan hệ sau khi nhận quà (QK.04.08)

Mã số: QK.04.08

Thời gian thực hiện: 2004 - 2007

Đơn vị chủ trì: Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN

Chủ nhiệm đề tài: TS. Nguyễn Thị Phi Nga

Kết quả nghiệm thu: Tốt

Tóm tắt mục tiêu, nội dung và kết quả nghiên cứu:

Bằng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, kết quả nghiên cứu của đề tài cho thấy:

- Người nhận quà có cảm xúc khác nhau, có sự thay đổi thái độ đối với nhãn hiệu sản phẩm và mối quan hệ với người tặng qua các tình huống nhận quà khác nhau.
- Nhận quà (sản phẩm) có nhãn hiệu không quen thuộc từ người tặng có mối quan hệ thân thiết thì người nhận có sự thay đổi thái độ mạnh nhất đối với nhãn hiệu của sản phẩm đó.
- Nhận quà từ người thân thiết, thái độ của người nhận đối với nhãn hiệu sản phẩm sẽ thay đổi cao hơn so với nhận từ người có mối quan hệ lỏng lẻo.