

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه میان ساختارهای شخصی با جنسیت مصرف کنندگان ( معرفی تئوری سیستم ساختارهای شخصی)

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی رویکرد سیستمی در ایران (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

سمیه سادات مکیان - دانشگاه علامه طباطبائی - دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی

## خلاصه مقاله:

سابقه و هدف: این مطالعه با توجه به نقش سیستم ساختارهای شخصی در رفتار مصرف کنندگان برنامه های مختلف به منظور معرفی نظریه جرج کلی و آزمون خزانه ساختارهای شخصی Rep و بررسی رابطه میان ساختارهای شخصی مصرف کنندگان برندهای مختلف تلفن همراه و جنسیت آنان، همچنین تحلیل محتوایی سیستم ساختارهای شخصی مربوط به برندهای مختلف تلفن همراه انجام گرفت. مواد و روشها: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و روش آن علی - مقایسه ای بود. برای این تحقیق 60 دانشجوی کارشناسی (30 دختر 30 پسر) به روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی انتخاب شدند. 7 برند تلفن همراه (نوکیا، سونی، اریکسون، سامسونگ، اپل، بلک بری، اچ تی سی، ال جی) برای بررسی به اعضای نمونه ارائه و داده های مربوط به ساختارهای شخصی آنان در رابطه با این برندها برا اجرای آزمون خزانه ساختارهای شخصی جمع آوری شد. داده های پژوهش به کمک روشهای آمار توصیفی، آزمون آماری یومان ویتنی و داده های حاصل از مقوله بندی ساختارهای شناختی در رابطه با برندهای ارائه شده، با استفاده از روش کیفی تحلیل محتوا مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتیجه گیری: با توجه به مقایسه میانگین های دو گروه بین تعداد ساختارهای شخصی مصرف کنندگان دختر و پسر تفاوت معناداری دیده شد. یافته های حاصل از تحلیل محتوا گویای تفاوت مضمتین ساختارهای شناختی این دو گروه در رابطه با برندهای ارائه شده بود. به علاوه مقوله بندی ساختارهای شخصی آزمودنی ها در رابطه با برندهای ارائه شده مشخص شدند. بحث: از آنجا که سیستم ساختارهای شخصی مربوط به یک برند و همچنین مقوله های ساختاری مصرف کنندگان آن پایه و اساس رفتار مصرف کننده تلقی می شوند رابطه معنادار میان جنسیت و تعداد و مقوله بندی شناختی ساختارها نشان می دهد که مدیریت موثر برند در گروه توجه به جنسیت مخاطبان و سیستم ساختارهای شناختی و شخصی آنان در رابطه با برند است.

## کلمات کلیدی:

روان شناسی ساختارهای شخصی، برند، تئوری جرج کلی، رفتار مصرف کننده

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/143988>

