

عنوان مقاله:

تاثیر خرید آبی بر خرید وسواسی با توجه به نقش میانجی اضطراب و فرار از واقعیت (گریزگری)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی آزمایشگاه مدیریت و رویکردهای نوآورانه در مدیریت و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سیده فرخنده پورنصرانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران

مصطفی ابراهیم پوراژبری - دانشیار گروه مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، ایران

خلاصه مقاله:

خرید وسواسی به عنوان خرید تکراری که یک واکنش اولیه به احساسات منفی است، بیان می شود. می توانده عنوان پاسخ اولیه مصرف کننده برای جبران اضطراب و عوامل دیگر از طریق عمل خرید باشد. در مقابل، خرید آبی که نشاتگرفته از اصابت محرکی است که برانگیزاننده یک میل ناگهانی، اغلب قدرتمند به خرید فوری کالایی باشد، تمرکز بر فرد دارد، که حالت های روحی و روانی فرد در حین خرید و پس از آن باهم متفاوت است که از طریق خیال بافی (فرار از واقعیت) آن را کاهش دهد. روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، دانشجویان رشته مدیریت دانشگاه گیلان بودند که ۱۵۵ نفره عنوان نمونه انتخاب و پرسشنامه میان آنها توزیع و گردآوری شده است. برای تحلیل داده ها از روش مدلسازیمعادلات ساختاری استفاده شده است. روایی پرسشنامه از طریق مبانی نظری و نظر خبرگان و پایایی آن از طریق سه معیار بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تایید شد. نتایج پژوهش نشان دادند که خرید آبی بر اضطراب، اضطراب بر فرار از واقعیت و خرید وسواسی تاثیر مثبت و معنیدار و فرار از واقعیت در رابطه بین اضطراب و خرید وسواسی نقش میانجی جزئی را دارند.

کلمات کلیدی:

اضطراب، خرید آبی، خرید وسواسی، فرار از واقعیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1588985>

