

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ویژگی شخصیتی برون گرایی خریدار بر تمایل به خرید اینترنتی در شهرستان گنبد کاووس

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

زهرا پایدار - گروه مدیریت، واحد نیشابور، دانشگاه آاد اسلامی، نیشابور، ایران

مجتبی پورسلیمی - گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

برونگرایی بیان گر وجود رویکردی پر انرژی به جهان مادی و اجتماعی در فرد می باشد که ویژگی هایی چون مردم آمیزی، فعال - بودن، قاطعیت و جرات را شامل می شود. برونگرایی هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی رابطه بین ویژگی شخصیتی برون گرایی خریدار بر تمایل به خرید اینترنتی در شهرستان گنبد کاووس در 6 ماهه دوم سال 1393 می باشد. تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت موضوع از نوع تحقیقات میدانی و از نظر هدف تحقیق کاربردی است و از نظر روش تحقیق توصیفی، همبستگی و پیمایشی محسوب میگردد که با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری با استفاده از جدول مورگان 400 نفر با روش نمونهگیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شد که بعد از توزیع پرسشنامه 384 پرسشنامه برگشت داده شد. در پایان نتایج تحقیق نشان دهنده ارتباط معنادار بین ویژگی شخصیتی برون گرایی خریدار بر تمایل به خرید اینترنتی می باشد

کلمات کلیدی:

ویژگی شخصیتی، برون گرایی، خرید اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/427982>

