

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط خصیصه های شخصیتی و سبک های تصمیم گیری مصرف کننده در بازار لوازم خانگی

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت، روانشناسی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

رقیه تراز - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی، دانشگاه غیرانتفاعی البرز قزوین

رسول مهدیخانی - کارشناسی ارشد بازاریابی بین المللی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه

خلاصه مقاله:

ویژگیهای شخصیتی، روش مصرف کننده را برای پردازش اطلاعات از محیط خارج تعیین می کند. از جمله سبک های تصمیم گیریمصرف کنندگان که توسط اسپرولز و کندال مطرح شده می توان به سبک های کمال گرایی، برند گرایی، مدگرایی، لذت گرایی، ارزش گرایی، تکانشگری، سردرگمی و عادت گرایی اشاره کرد. نمونه ی آماری شامل 385 نفر از مصرف کنندگان بازار لوازم خانگی بود که به طور تصادفیانتخاب شدند. یافته های پژوهش مبین آن است که بین ویژگی های شخصیتی برونگرایی، سازگاری، مسئولیت پذیری و باز بودن نسبت بهتجارب جدید و سبک های تصمیم گیری ارتباط معناداری وجود دارد. این در حالی است که بین ویژگی شخصیتهی روان رنجور خوبی و سبک های تصمیم ارتباط معناداری وجود نداشت.

کلمات کلیدی:

ویژگی های شخصیتهی، سبک تصمیم گیری، بازار لوازم خانگی، مدل اسپرولز وکندال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/523462>

