

## عنوان مقاله:

رابطه شخصیت با اعتیاد به خرید مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه کاشان

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

اسماعیل مزروعی نصرآبادی - استادیار دانشگاه کاشان، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت و کارآفرینی

زهره صادقی آرانی - دانشجوی دکتری دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، گروه مدیریت صنعتی

ماندانا حاجی زاده ایبانه - دانشجوی کارشناسی دانشگاه کاشان، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت و کارآفرینی

فریبا منیری بیدگلی - دانشجوی کارشناسی دانشگاه کاشان، دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت و کارآفرینی

## خلاصه مقاله:

اعتیاد به خرید در سالهای اخیر توسط متخصصان بهداشت روانی، مورد توجه ویژه قرار گرفته است. فرآیند خرید باعث شده است که زندگی این دسته از افراد از کنترل خارج شود و باید توجه داشت که بیشتر این افراد از مشکل خود بیخبرند. شخصیت افراد میتواند روی اعتیاد به خرید افراد تاثیر بگذارد. هدف این تحقیق بررسی رابطه عوامل شخصیتی با اعتیاد به خرید می باشد. نمونه آماری آن 163 نفر از دانشجویان دانشگاه سراسری کاشان میباشد. ابزار اندازه گیری این تحقیق پرسشنامه استاندارد میباشد. همچنین برای تحلیل دادهها از نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است. نتایج بدست آمده نشان داد که متغیرهای روانرئورخواهی و تطابقپذیری با اعتیاد به خرید رابطه ای ندارند و متغیر بیرونگرایی با اعتیاد به خرید رابطه مستقیم و متغیرهای استقبال از تجربه های جدید و مسئولیتپذیر بودن با اعتیاد به خرید رابطه معکوس دارند. به خانواده های افراد دارای ویژگی استقبال از تجربه های جدید یا گشودگی، پیشنهاد میگردد این افراد را بیشتر در معرض مطالعه، و تمامی امکانات لازم جهت بررسی موضوعات جدید را در اختیارشان قرار دهند. درمورد ویژگی مسئولیت پذیر بودن، با توجه به اینکه شخصیت اولیه و اغلب اختلالات روانی در دوران کودکی شکل میگیرد، به خانواده ها پیشنهاد میگردد، از همان ابتدا خصوصیت مسئولیتپذیری را در فرزندان خود تقویت کنند.

## کلمات کلیدی:

شخصیت، اعتیاد به خرید، دانشگاه کاشان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/553756>

