

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی بر رفتار مصرف کنندگان

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش های نوین ایران و جهان در مدیریت، اقتصاد و حسابداری و علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

داریوش غلامزاده - استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز دانشکده مدیریت

شادی اعتباری - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز دانشکده مدیریت

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی ویژگی های شخصیتی بر رفتار مصرف کنندگان و کاربران گوشی های اپل و سامسونگ با نقش تعدیل گری هوش هیجانی انجام شده است. روش پژوهش حاضر، از نوع کمی کاربردی است و از نظر گرد آوری داده ها و اطلاعات و روش تجزیه و تحلیل یک تحقیق توصیفی پیمایشی است. ابزار گرد آوری داده ها، پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش، کاربران گوشی های همراه ساکن در منطقه 1 و 3 شهرداری ارومیه می باشد. روش نمونه گیری خوشه ای است که افراد جامعه از میان خوشه ها بصورت تصادفی انتخاب شده اند. برای تجزیه و تحلیل داده ها بسته نرم افزاری SPSS نسخه 2.1 و بسته نرم افزاری SmartPLS نسخه 2.0 استفاده شده است. نتایج حاکی از تاثیر صفت برون گرایی بر اهمیت محصول دارد و دیگر صفات شخصیتی هیچ تاثیری بر ابعاد درگیری ذهنی ندارند و همچنین هوش هیجانی به عنوان متغیر تعدیل گر هیچ تاثیری بر این رابطه ندارد.

## کلمات کلیدی:

ویژگی های شخصیتی، رفتار مصرف کننده، درگیری ذهنی مصرف کننده، هوش هیجانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/675341>

