

عنوان مقاله:

رابطه بین رفتار خرید متظاهرانه با ویژگی های شخصیتی افراد و الگوهای مصرفی آن ها (مورد مطالعه: صنعت پوشاک)

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و هفتمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

شقایق دهقان - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

وحید باروتی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی

مجید فتاحی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی ساری

خلاصه مقاله:

در این مقاله به بررسی مصرف متظاهرانه با ویژگی های شخصیتی افراد پرداخته شده است. با توجه به گسترش جمعیت و قرار گرفتن مصرف به عنوان معیاری برای جایگاه اجتماعی افراد، مصرف متظاهرانه و هم چنین استفاده از برندهای لوکس افزایش چشم گیری داشته است. هم چنین، با بهره گیری از نظریه مصرف تظاهری وبلن، الگوی مصرفی با ویژگی های شخصیتی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

خرید متظاهرانه، ویژگی های شخصیتی، الگوی مصرف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/737716>

