



بررسی تأثیر رنگ بر تصمیم خرید مصرف کنندگان صنعت گوشی تلفن همراه (مطالعه موردی: شهر شیراز)

زینب انصاری^۱

یوسف کشاورز^{۲*}

عبدالهادی درزیان عزیز^۳

چکیده:

امروزه بازار گوشی تلفن همراه یکی از آشفته ترین، بازارها می باشد و در نتیجه ی تحولات صنعت گوشی تلفن همراه، رقابت در تولید این وسیله به طور فزاینده ای شدید و تهاجمی شده است. یکی از نگرانی های رو به رشد در این صنعت، فرآیند تصمیم خرید مصرف کننده و عواملی است که در نهایت روی تصمیم وی در انتخاب گوشی تلفن همراه تأثیر میگذارند. هدف این پژوهش بررسی تأثیر رنگ بر رفتار مصرف کنندگان صنعت گوشی تلفن همراه است. در این پژوهش، نمونه ای معادل ۳۸۴ نفر از جامعه آماری مصرف کنندگان گوشی تلفن همراه در شهر شیراز در نظر گرفته شد. داده های تحقیق از طریق پرسشنامه بدست آمد و تجزیه و تحلیل داده ها از طریق مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) با استفاده از نرم افزار SPSS و AMOS انجام داده شد. نتایج نشان داد که مد و به روز بودن، عکس العمل های احساسی و بیولوژیکی ناخودآگاه نسبت به رنگ و عوامل فرهنگی مربوط به رنگ گوشی تلفن همراه تأثیر مثبت و معنی داری بر تصمیم خرید مصرف کننده آن خواهد گذاشت. اما تجربیات مربوط به رنگ گوشی تلفن همراه تأثیر مثبت و معنی داری بر تصمیم خرید مصرف کننده نخواهد گذاشت.

واژه های کلیدی: رنگ، تصمیم خرید، رفتار مصرف کننده، گوشی تلفن همراه

^۱ باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران zeinabansari205@gmail.com

^۲ هیات علمی گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نی ریز yousef.k73@gmail.com

^۳ هیات علمی گروه مدیریت، دانشگاه شهید چمران اهواز; darzianazizi@scu.ac.ir