

## عنوان مقاله:

اثر مزایای ادراک شده در خرید آنلاین بر نگرش و تمایل به خرید محصولات ورزشی از دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش، دوره 10، شماره 3 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

مریم خانی

زین العابدین فلاح - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران؛

طاهر بهلکه - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران؛

ناصر بای - گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران.

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش مطالعه اثر مزایای ادراک شده در خرید آنلاین بر نگرش و تمایل به خرید محصولات ورزشی از دیدگاه دانشجویان تربیت بدنی بود. تحقیق حاضر، توصیفی-پیمایشی است که به صورت میدانی انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه های استان گلستان بود که ۳۸۴ دانشجو به شیوه انتخاب در دسترس به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شدند. برای جمع آوری داده های پژوهش، از پرسش نامه های مزایای درک شده در خرید آنلاین ونی و مالیک (۲۰۱۳)، نگرش به خرید آنلاین سینها (۲۰۱۰) و تمایل مشتریان به خرید آنلاین چو و ایچسیو (۲۰۱۶) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها و شناسایی اثرات متغیرهای پژوهش از مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که سهولت استفاده خرید آنلاین اثر مثبت و معنی داری بر نگرش به خرید آنلاین دانشجویان تربیت بدنی دارد. اثر قیمت مناسب در خرید آنلاین بر نگرش به خرید آنلاین دانشجویان تربیت بدنی مثبت و معنی دار بود. نتایج نشان داد که تنوع محصولات در خرید آنلاین اثری مثبت و معنی دار بر نگرش به خرید آنلاین دانشجویان دارد. در نهایت اثر مثبت و معنی دار نگرش به خرید آنلاین بر تمایل به خرید آنلاین محصولات ورزشی در دانشجویان تربیت بدنی تایید گردید. با توجه به نتایج، ارائه اطلاعات به مشتریان در خصوص استفاده از وب سایت، استفاده از شیوه های مختلف قیمت گذاری و تنوع در محصولات ارائه شده برای مشتریان پیشنهاد می شود.

## کلمات کلیدی:

مزایای ادراک شده، نگرش، تمایل به خرید و محصولات ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1506073>

