

## عنوان مقاله:

رابطه بین ویژگی های دموگرافیک و سبک های تصمیم گیری خرید مشتریان کالاهای ورزشی

## محل انتشار:

فصلنامه مدیریت و توسعه ورزش، دوره 7، شماره 2 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

فریبا عسکریان - دانشیار / دانشگاه تبریز

فرزانه ترابی نهاد - دانشگاه تبریز

فرناز فخری - دانشگاه تبریز

## خلاصه مقاله:

هدف: هدف تحقیق حاضر، تعیین رابطه بین ویژگی های دموگرافیک بر تصمیم خرید مشتریان کالاهای ورزشی بر اساس مدل اسپرولز و کندال در شهر تبریز می باشد. روش شناسی: تحقیق حاضر، توصیفی-پیمایشی بوده و نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران و به روش تصادفی ۳۸۵ نفر از مشتریان کالاهای ورزشی شهر تبریز می باشند. ابزار تحقیق، پرسشنامه‌ی سبک مصرف کننده اسپرولز-کندال بود که پایایی آن با آزمون تحلیل عاملی برای کالاهای ورزشی تأیید شد. از آمار توصیفی برای توصیف ویژگی های جمعیت‌شناختی و از آمار استنباطی (تحلیل عاملی، کلموگروف-اسمیرنف، یومن-ویتنی و کروسکال-والیس) در سطح معنی داری  $\geq 0.05$  استفاده شد. یافته ها: نتایج نشان داد، موثرترین عامل در تصمیم‌گیری خرید مشتریان کالاهای ورزشی شهر تبریز مدگرایی و نوگرایی می باشد. همچنین مردان نسبت به زنان نوگراتر و افراد شاغل ایده‌آل‌گراتر بودند. درآمد خانواده با سبک نوگرایی و درآمد شخصی با سبک لذت‌گرایی ارتباط داشته اما بین سن، تحصیلات و ورزشکار بودن یا نبودن مشتریان و سبک تصمیم‌گیری آنان تفاوتی مشاهده نشد. نتیجه گیری: با توجه به نتایج بدست آمده، نیاز توجه تولیدکنندگان کالاهای ورزشی به نوآوری در این زمینه محسوس است

## کلمات کلیدی:

ویژگی های دموگرافیک، سبک های تصمیم گیری خرید، کالاهای ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1997420>

