

## عنوان مقاله:

تاثیر شاخص های فروش شخصی بر رفتار خرید مصرف کنندگان جوان

## محل انتشار:

دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره 10، شماره 49 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

## نویسندگان:

حسین منصوری - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه ورزشی، دانشگاه کردستان

ماهرخ مدیری - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه ارومیه

بهزاد ایزدی - استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه کردستان

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، تحلیل تاثیر شاخص های فروش شخصی بر رفتار خرید جوانان نسبت به کالای ورزشی بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ جمع آوری داده ها در زمره پژوهش های توصیفی پیمایشی قرار داشت. جامعه آماری همه مصرف کنندگان جوان در سطح کشور بودند. تعداد 232 نفر به روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند و پرسش نامه به صورت آنلاین پخش و جمع آوری شد. ابزار اندازه گیری پرسش نامه اقتباس شده از یوسف (2016) بود که پژوهشگران اصلاحاتی را در آن انجام دادند. برای ارائه مدل، برقراری روایی همگرایی و واگرایی از نرم افزار اسمارت پی.ال.اس. دو استفاده شد. یافته ها نشان داد که ویژگی های شخصی، ویژگی های فروشگاه، ارائه کالا و ترویج ارائه شده توسط فروشندگان بر رفتار خرید جوانان تاثیر معناداری دارند. به طور کلی، برای میزان افزایش فروش، صداقت فروشنده، مهارت و توانایی، کیفیت مناسب کالای ارائه شده در کنار فضای مطبوع و مناسب فروشگاه درحین فروش باید رکن اصلی فروشندگان باشند.

## کلمات کلیدی:

فروش شخصی، رفتار خرید، ویژگی های فروشگاه، ترویج، کالای ورزشی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/896144>

