



بررسی تاثیر عوامل روانشناختی و رفتاری بر رفتار خرید ناگهانی پوشاک ورزشی

کاظم چراغ بیرجندی*^۱، جواد زنگویی^۲

۱- استادیار، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه آزاد واحد بیرجند، بیرجند، خراسان جنوبی، ایران (* نویسنده مسئول)

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه آزاد واحد بیرجند، بیرجند، خراسان جنوبی، ایران

* Kbirjandi@yahoo.com

چکیده:

زمینه و هدف: پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر عوامل روانشناختی و رفتاری بر رفتار خرید ناگهانی پوشاک ورزشی انجام شده است. **روش کار:** جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان فروشگاه های ورزشی در شهر مشهد و در مرکز فروش کالا که تعداد آنها نامحدود می باشد. با توجه به بودن تعداد و در دسترس بودن ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. در این تحقیق محقق از دو پرسش نامه استاندارد بر اساس مطالعات اسنادی استاندارد عوامل روانشناختی-رفتاری و پرسشنامه رفتار خرید ناگهانی مصرف کنندگان استفاده گردید. با توجه به استاندارد بودن پرسش نامه های از نظر روایی مورد تأیید اساتید محترم راهنما و مشاور برای روایی صوری قرار گرفت. پایایی پرسش نامه ها بالای ۷۰٪ بدست آمد.

یافته ها: نتایج نشان داد که، عوامل روانشناختی و رفتاری بر رفتار خرید ناگهانی پوشاک ورزشی تاثیر مثبت و معنی دار دارد ($p < 0.05$). **بحث و نتیجه گیری:** رابطه قوی و معنی دار بین عوامل روانشناختی-رفتاری بر رفتار خرید ناگهانی مصرف کنندگان پوشاک ورزشی که در تحقیقات مختلف و تحقیق جاری تایید شده است، به این معنی است که اگر بازاریابان از این طریق بتوانند بر نیازهای مصرف کنندگان اشراف و تاثیرگذاری داشته باشند، پس از آن امکان انجام خرید ناگهانی به اوج خود خواهد رسید.

واژه های کلیدی: عوامل روانشناختی و رفتاری، خرید ناگهانی، پوشاک ورزشی