

# سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت اولین کنگره ملی مدیریت راهبردی در ورزش

دانشگاه گیلان - منطقه آزاد انزلی - اداره کل ورزش و جوانان گیلان

۳۱ مرداد ۹۸

آدرس سایت: [www.confsh.ir](http://www.confsh.ir)



## بررسی حساسیت به قیمت برند در سوپر لیگ هندبال ایران

مریم صابری کلاچاهی\*<sup>۱</sup>، حمیدرضا گوهر رستمی<sup>۲</sup>

۱- کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، گیلان، ایران

(\*نویسنده مسئول)

۲- استادیار، مدیریت ورزشی، تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان، رشت، گیلان، ایران

\*Email: [maryam.saberi013@gmail.com](mailto:maryam.saberi013@gmail.com)

### چکیده

**زمینه و هدف:** هدف از پژوهش حاضر، بررسی حساسیت به قیمت برند با توجه به ویژگی های دموگرافیک ورزشکاران در سوپرلیگ هندبال ایران می باشد.

**روش کار:** روش کار به صورت توصیفی بود و به منظور سنجش متغیر حساسیت قیمت از پرسشنامه چو و همکاران (۲۰۱۵) استفاده شده که پایایی آن نیز با روش آلفای کرونباخ تایید گردید. جامعه آماری تحقیق خریداران برند در سوپرلیگ هندبال ایران به تعداد ۳۰۰ نفر بودند که ۱۷۸ نفر به عنوان نمونه از طریق فرمول کوکران در تحقیق شرکت کردند. روش نمونه برداری تصادفی ساده بود و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار اس پی اس ۲۰ استفاده شد.

**یافته ها:** یافته های تحقیق نشان داد، آزمون من ویتنی برای رتبه بندی جنسیت دارای سطح معناداری ۰/۹۳ می باشد. آزمون کروسکال ووالیس برای رتبه بندی سوابق ورزشی سطح معناداری ۰/۸۹، تحصیلات ۰/۶۷، درآمد ماهانه ۰/۷۲، برندهای ورزشی ۰/۲۵ را نشان داد. بین میانگین متغیرهای دموگرافیک تحقیق تفاوت معناداری وجود ندارد. متغیر  $\chi^2$  سیت قیمت دارای میانگین ۳/۲۱، انحراف معیار ۰/۷۸ است. آزمون کلموگروف اسمیرنوف مقدار سطح معناداری متغیر حساسیت قیمت را ۰/۱۹ نشان داد.

**نتیجه گیری:** نتایج نشان داد با توجه به طراحی های متفاوت برای دو جنس زن و مرد و در نظر گرفتن ویژگی های شخصیتی متفاوت برندها توانستند تقریباً به میزان برابر رضایت هر دو جنس را جلب نمایند در نتیجه تفاوت فاحشی در خرید محصولات وجود ندارد. با توجه به این که این خریدها جزو خرید روزانه محسوب نمی شوند و افراد ترجیح می دهند برندی گران قیمت با ماندگاری و دوام بیش تر را خریداری کنند. بنابراین پیشنهاد می گردد سایر عوامل موثر بر  $\chi^2$  سیت قیمت نظیر کیفیت خدمات، اعتماد مشتری مورد بررسی قرار گیرد.

**کلید واژه ها:** برند، حساسیت به قیمت، سوپر لیگ، هندبال، ایران