

# 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

۳ مرداد ۹۸

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



## بررسی عوامل موثر بر خرید ناگهانی از دیدگاه مشتریان فروشگاه‌های ورزشی شهرستان بوکان

آرام سواره<sup>۱\*</sup>، ابراهیم سواره<sup>۲</sup>، وریا کریمی<sup>۳</sup>، سلیمان سواره<sup>۴</sup>

- 1- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، مهاباد، آذربایجان غربی، ایران (\*نویسنده مسئول).
- 2- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، مهاباد، آذربایجان غربی، ایران.
- 3- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، پردیس دانشگاه ارومیه، ارومیه، آذربایجان غربی، ایران
- 4- کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان، ملکان، آذربایجان شرقی، ایران.

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

### نوع ارائه مقاله: پوستر

### چکیده

زمینه و هدف: تحقیق پیش رو با هدف بررسی عوامل موثر بر خرید ناگهانی از دیدگاه مشتریان فروشگاه‌های ورزشی شهرستان بوکان انجام گرفت.

روش کار: این تحقیق از نوع تحقیقات کاربردی است و بر اساس شیوه‌ای که داده‌ها جمع‌آوری شده‌اند از نوع تحقیقات توصیفی است. کلیه مشتریان بالای 15 سال فروشگاه‌های ورزشی شهرستان بوکان به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شدند و جهت تعیین حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 381 نفر انتخاب شدند و به روش غیرتصادفی در دسترس پرسشنامه‌ها بین آنان توزیع شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه‌ای محقق ساخته مشتمل بر 35 سوال بود که روایی آن با استفاده از نظرات 5 نفر از متخصصان و روایی عاملی تایید گردید و پایایی نیز در یک پیمایش 30 نمونه‌ای با کمک ضریب آلفای کرونباخ برای هر کدام از متغیرها بالای 0/7 به دست آمد. روش تحلیل داده‌ها معادلات ساختاری است و در این راستا از شاخص‌های برازش مدل و تحلیل مسیر توسط نرم افزار آموس استفاده شد. یافته‌ها: نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان دهنده‌ی تاثیر مثبت و مستقیم عوامل رفتاری و روانشناختی، موقعیتی و عوامل مربوط به محصول بر تمایل به خرید ناگهانی است.

نتیجه‌گیری: مدیران فروشگاه‌های ورزشی شهرستان بوکان می‌توانند با نحوه‌ی چیدمان و قفسه‌بندی مناسب فروشگاه، ایجاد تنوع در محصولات، قیمت‌گذاری‌های مناسب و استفاده از فعالیت‌های پیشبرد فروش تأثیر مثبتی بر افزایش سطح خرید ناگهانی مشتریان خود داشته باشند. همچنین به ارزیابی انواع فعالیت‌های پیشبردی فعلی خود پرداخته تا قادر به تعیین مؤثرترین روش‌ها باشند.

کلید واژه‌ها: عوامل رفتاری و روانشناختی، عوامل مربوط به محصول، عوامل موقعیتی، خرید ناگهانی