



مقایسه رفتار خرید مصرف کنندگان نسبت به برندهای خارجی در مقابل برندهای داخلی پوشاک ورزشی

یاسر احمدی^{۱*}، زهرا سادات میرزا زاده^۲، سید مرتضی عظیم زاده^۳

Ahmadiy20@yahoo.com

چکیده:

مقدمه: صنعت ورزش یکی از مهم‌ترین صنایع در جهان است که محصولات آن با رقابت‌های شدیدی مواجه است. از طرفی در حال حاضر شاهد آن هستیم که در بسیاری از کشورها همچون ایران، مصرف‌کنندگان در انتخاب دو کالای مشابه داخلی و خارجی، اولویت خود را به خرید محصول خارجی می‌دهند.

هدف اصلی پژوهش: هدف از این پژوهش، بررسی تأثیر خصوصیات فردی و خصوصیات مختص به برند بر قصد خرید مصرف‌کنندگان ایرانی نسبت به برندهای خارجی و داخلی پوشاک ورزشی موجود در بازار ایران است.

روش و ابزار: پژوهش حاضر، به روش توصیفی-همبستگی است که از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری در این تحقیق، خبرگان ورزشی می‌باشند و سرشماری صورت گرفته است. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده‌شده توسط کومار و همکاران استفاده‌شده است.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهند خودپنداری افراد بر گرایش آن‌ها به برندهای داخلی و خارجی پوشاک ورزشی نقشی ندارد، ولی نیاز به منحصر به فرد بودن بر گرایش افراد به برندهای خارجی و داخلی مؤثر بوده است، از طرفی گرایش به برند بر هر دو بعد ارزش احساسی و کیفیت درک شده برندهای داخلی و خارجی پوشاک ورزشی تأثیر مثبتی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهند: افزایش گرایش به برندهای داخلی باعث افزایش قصد خرید آن‌ها نمی‌شود ولی افزایش گرایش به برندهای خارجی باعث افزایش قصد خرید آن‌ها می‌شود. از میان ابعاد برند مورد بررسی در این تحقیق، هر دو بعد کیفیت درک شده و ارزش احساسی بر قصد خرید مصرف‌کننده نسبت به برندهای داخلی و خارجی پوشاک ورزشی تأثیر داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری: با توجه به مطالب ذکر شده تولیدکنندگان داخلی محصولات ورزشی بخصوص پوشاک ورزشی باید با در نظر گرفتن عوامل مهم مرتبط با برند، برند محصولات خود را توسعه دهند، همچنین فروشندگان محصولات ورزشی برای افزایش فروش می‌توانند اقدام به عرضه برندهای معروف پوشاک ورزشی داخلی و خارجی در فروشگاه خود نمایند.

واژگان کلیدی: برند، پوشاک ورزشی، خبرگان ورزشی، رفتار خرید، ویژگی‌های شخصیتی

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، *نویسنده مسئول: ۰۹۳۹۱۹۹۴۶۲۲

^۲ استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد

^۳ استادیار گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد