

## تأثیر سبک تفریح و سرگرمی خرید روی سلامت روان و افسردگی دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی

نویسندگان:

محمد حسن صلح جوا، فرهاد تجاری\*<sup>۲</sup>، علی زارعی<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی دکترای مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی  
۲- استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی  
۳- دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

Pars Journal of Medical Sciences, Vol.17, No.4, Winter 2020

### چکیده:

**مقدمه:** مشکلات ذهنی از جمله اضطراب، افسردگی و کاهش عزت نفس را می توان با فعالیت های مفرح از جمله گشت زدن در اماکن فروش و خرید کردن بهبود بخشید. این پژوهش با هدف تعیین اثر سبک تفریح و سرگرمی خرید روی سلامت روان و افسردگی دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی انجام شد.

**روش کار:** این پژوهش مداخله ای روی ۴۷۷ نفر از دانشجویان در پنج ناحیه کشور انجام شد. آزمودنی ها پرسشنامه سلامت روان (GHQ-۲۸) را به عنوان پیش آزمون و یک ماه بعد، به عنوان پس آزمون تکمیل کردند و طی این مدت از آن ها خواسته شد تا خرید انجام ندهند. سبک تفریح و سرگرمی خرید کردن با پرسشنامه اسپرولز و کندال اندازه گیری شد. برای تعیین اثر سبک تفریح و سرگرمی خرید روی سلامت روان و افسردگی از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تی همبسته استفاده شد.

**یافته ها:** میانگین نمره پیش آزمون و پس آزمون از پرسشنامه سلامت روان به ترتیب  $9/12 \pm 22/57$  و  $30/90 \pm 11/27$  بود. از طرفی در پیش آزمون و پس آزمون به ترتیب ۳۲/۲۸ درصد و ۶۰/۵۹ درصد از آزمودنی ها از نظر سلامت روان در وضعیت نامطلوب قرار داشتند. بر این اساس اختلاف بین میزان سلامت روان در پیش آزمون و پس آزمون معنادار بود ( $p=0/020$ ). در ابعاد افسردگی، ضعف در عملکرد اجتماعی و اضطراب، بین دو بار اندازه گیری تفاوت معناداری وجود داشت ( $p<0/05$ ). نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بیانگر ارتباط مثبت و معنادار بین میزان خرید و سلامت روان دانشجویان بود ( $r=0/613$  و  $p=0/01$ ).

**نتیجه گیری:** جلوگیری از خرید به مدت یک ماه باعث کاهش سلامت روان دانشجویان شد، بنابراین فعالیت خرید کردن ممکن است بتواند بر سلامت روان و افسردگی تأثیر داشته باشد.

**واژگان کلیدی:** سلامت روان، افسردگی، خرید کردن، دانشجو

Pars J Med Sci 2019;17(4):1-7

### مقدمه:

اطلاق می شود که برای جلوگیری از ابتلا به بیماری های روانی به کار می روند [۱]. به عبارت دیگر، منظور از سلامت روان درجه ای از تعادل است که فرد در مواجهه با مشکلات اجتماعی و سازگاری اجتماعی با محیط پیرامون خود، بین رفتارهای خویش برقرار می کند و رفتار منطقی از خود نشان می دهد [۳].

سازمان بهداشت جهانی، سلامت عمومی را سلامتی کامل بدنی، روانی و اجتماعی و نه فقط فقدان بیماری یا ناتوانی تعریف می کند [۱]. سلامت به ویژه سلامت روانی، مناسب ترین راه حل برای مواجهه با مشکلات انسانی است [۲]. مفهوم سلامت روانی به عنوان جنبه ای از مفهوم کلی سلامت، به کلیه روش ها و تدابیری

\* نویسنده مسئول، نشانی: استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

پست الکترونیک: [sohjo695@yahoo.com](mailto:sohjo695@yahoo.com)

تلفن تماس: ۰۹۱۷۷۹۲۱۲۳۳

اصلاح: ۹۸/۱۰/۲۱ پذیرش: ۹۸/۱۰/۲۲

دریافت: ۹۸/۹/۲۵

پژوهش‌ها نشان داده است که متغیرهایی همچون اعتماد به نفس پایین، افسردگی، اضطراب، مادی گرایی، به دنبال هیجان بودن، لذت گرایی، کم‌ثباتی احساسی و روان پریشی با فرآیند خرید ارتباط دارند [۱۰]. از طرفی به دلیل این که خریداران در مدت زمان خرید کردن نسبت به دنیای اطرافشان بی‌توجه و بی‌خیال می‌شوند، نقش سبک تفریح و سرگرمی خرید کردن می‌تواند با حفظ سلامت روان و کاهش افسردگی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار باشد [۱۱]. با توجه به مبانی نظری موجود، پژوهش حاضر با هدف تعیین رابطه سبک تفریح و سرگرمی خرید کردن با سلامت روان در دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه آزاد اسلامی انجام شد.

### روش کار:

جامعه آماری در این پژوهش مداخله‌ای شامل همه دانشجویان دختر و پسر دانشگاه آزاد اسلامی رشته تربیت بدنی در پنج ناحیه کشور در دانشگاه‌های آزاد تهران، تبریز، اصفهان، سنج و شیراز بودند. نمونه آماری این پژوهش ۵۰۰ نفر بودند که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای تصادفی و بر اساس ناحیه دانشگاه و مقطع تحصیلی، از هر دانشگاه به تناسب تعداد دانشجویان هر دانشگاه انجام شد. در نهایت، ۴۷۷ پرسشنامه برگشت داده شد. علت ریزش پرسشنامه‌ها، نقص در تکمیل اطلاعات بود که تمامی موارد ناقص از مطالعه حذف شدند. مداخله شامل اجتناب از هرگونه خرید توسط دانشجویان شرکت‌کننده در پژوهش به مدت یک ماه بود. دانشجویان با آگاهی و رضایت کامل در این پژوهش شرکت کردند و همچنین به آن‌ها اطمینان داده شد که اطلاعات تمامی آن‌ها محرمانه باقی خواهد ماند. در ضمن پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده بدون نام بوده و با کد مشخص شده بودند.

با توجه به هدف‌مندی خرید که تجهیزات و پوشاک ورزشی در نظر گرفته شده بود، جامعه مورد نظر از گروه دانشجویان جوان بودند. در پژوهش‌های خارجی و داخلی برای تعیین سبک‌های خرید از پرسشنامه استاندارد اسپرولز و کندال استفاده شده است. برای تعیین روایی این پرسشنامه از روش محتوایی با اخذ نظرات و دیدگاه‌های پنج نفر از کارشناسان و متخصصین مدیریت بازاریابی، اصلاحات لازم روی پرسشنامه اعمال شد. برای تعیین درجه اعتبار از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برابر با ۰/۸۳ به دست آمد [۱۲]. این پرسشنامه دارای پنج گویه برای تعیین میزان سبک تفریح و سرگرمی خرید کردن بود و برای هر مورد از نمره گذاری لیکرت بر مبنای ۱ تا ۵ استفاده شد. بنابراین حداکثر نمره قابل دستیابی ۲۵ خواهد بود.

خرید، فعالیتی اقتصادی-اجتماعی و هدفمند است. امروزه بعد تفریحی و لذت بخش خرید کردن و به دنبال آن افزایش سلامت روانی و کاهش افسردگی و خستگی زندگی روزمره توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده است [۴]. در واقع خرید می‌تواند فعالیتی بازاندیشانه تلقی شود و شخص می‌تواند بدون خرید کالا به گفتگو درباره آن بپردازد. از این رو بسیاری از پژوهش‌ها، خرید را به عنوان شکلی از فراغت در نظر گرفته‌اند [۵].

اگرچه بین مفهوم "به خرید رفتن" و "خرید کردن" تفاوت وجود دارد، اما انگیزه‌های مختلفی با عمل "خرید کردن" ارتباط دارند که از جمله می‌توان به موارد بازی، سرگرمی جاری زندگی روزمره، تجربه اجتماعی خارج از خانه با دوستان، تحریک و انگیزش حسی، ارتباط با دیگران، تعامل با گروه دوستان و لذت از چانه زنی اشاره کرد [۶].

خرید انواع گوناگونی دارد که مهم‌ترین آن‌ها خرید لذت جویانه و خرید اجباری هستند. در خرید لذت جویانه فرد با / یا بدون برنامه‌ریزی اقدام به خرید می‌کند و آن را رفتاری قابل پیش‌بینی می‌داند. بنابراین خرید لذت جویانه ممکن است به کاهش افسردگی کمک کند، اما خرید اجباری قابل پیش‌بینی نبوده و در پاسخ به اتفاقات و یا احساسات ناسازگار رخ می‌دهد. انگیزه یک فرد در خرید اجباری سودمند بودن کالای خریداری شده نیست، بلکه هدف او از خرید، مدیریت احساسات منفی اش است. خرید اجباری می‌تواند پاسخ اولیه مصرف‌کننده برای جبران استرس، سرخوردگی، ناامیدی، فقدان عزت نفس، نقص ساختاری و فقدان استقلال در زندگی باشد. پژوهشگران معتقدند خرید اجباری ممکن است باعث احساس امنیت، راحتی، فرار از تنش‌ها و کاهش افسردگی شده و با میزان بالایی از مسائل روان‌شناسانه، به ویژه موقعیتی و اختلال‌های اضطرابی در ارتباط است [۷].

عوامل مختلفی بر فرآیند خرید موثرند که از مهم‌ترین آن‌ها ویژگی‌های شخصیتی همچون جنسیت، سن و درآمد می‌باشند. این ویژگی‌ها به عنوان عوامل بالقوه‌ای که با افسردگی و خرید اجباری و خرید لذت جویانه در ارتباط است، مورد بررسی قرار گرفته است [۸].

در مدل اسپرولز و کندال (۱۹۸۶)، مصرف‌کنندگان هشت خصوصیت ذهنی و یا سبک را برای تصمیم‌گیری در هنگام خرید در نظر می‌گیرند که عبارتند از: ۱- کیفیت یا کمال گرایی ۲- برند یا مارک گرایی ۳- مدگرایی و به روز بودن کالا ۴- تفریح و سرگرمی یا لذت گرایی ۵- قیمت یا حساسیت به قیمت ۶- انگیزش لحظه‌ای یا خرید ناگهانی ۷- سردرگمی به واسطه گزینه‌های زیاد ۸- عادت یا وفاداری به یک نام تجاری [۹].

درصد در مقطع دکتری با بیشترین تعداد دانشجویان (۴۶/۷ درصد) در مقطع کارشناسی ارشد بودند. از نظر میزان درآمد ماهیانه، ۲۳ درصد زیر یک میلیون، ۳۱/۳ درصد بین ۱ تا ۲ میلیون تومان، ۴۱ درصد ۲ تا ۳ میلیون و ۴/۷ درصد بیشتر از ۳ میلیون تومان درآمد داشتند. از نظر دفعات خرید ماهانه، ۱۱/۴ درصد ۱ تا ۱۰ بار، ۲۷/۳ درصد ۱۱ تا ۲۰ بار، ۵۹ درصد ۲۱ تا ۳۰ بار و ۲/۳ درصد بیش از ۳۰ بار در ماه خرید داشتند. میانگین و انحراف معیار زیر مقیاس تفریح و سرگرمی برابر  $2/57 \pm 19/43$  بار در مدت یک ماه بود.

بر اساس نتایج جدول ۱، میانگین نمره سلامت روان در دانشجویان مشارکت کننده در پژوهش به طور معناداری به میزان ۸/۳۳ نمره بعد از مداخله افزایش یافته بود ( $p < 0/020$ ) که بیانگر بدتر شدن وضعیت سلامت روان دانشجویان است. همچنین از نظر سلامت روان، ۱۵۴ نفر (۳۲/۲۸ درصد) از آن ها در پیش آزمون وضعیت نامطلوب داشتند. ولی پس از یک ماه خرید نکردن، ۲۷۲ نفر (۶۰/۵۹ درصد) از آن ها از نظر سلامت روان در وضعیت نامطلوب بودند. همچنین مداخله سبب بدتر شدن سلامت روان در ابعاد افسردگی، ضعف در عملکرد جسمانی و اضطراب شد، ولی بر علائم جسمانی اثر معناداری نداشت.

به طور کلی سلامت روان دانشجویان دختر و پسر رشته تربیت بدنی در پیش آزمون با پس آزمون تفاوت معناداری داشت و میانگین نمره سلامت روان دانشجویان در پس آزمون افزایش یافته که بیانگر بدتر شدن وضعیت سلامت روان پس از یک ماه مداخله در پسران ( $p = 0/020$ ) و دختران ( $p = 0/010$ ) دانشجویان است (جدول ۲).

تجزیه و تحلیل آماری نشان داد که در بعد افسردگی، ضعف در عملکرد اجتماعی و اضطراب در دانشجویان پسر و دختر رشته تربیت بدنی در پیش آزمون و پس آزمون تفاوت معناداری وجود دارد (جدول ۲) و وضعیت نامطلوب در سلامت روان در دانشجویان در پس آزمون بیشتر شده است، اما در بعد علائم جسمانی تفاوت معناداری وجود نداشت.

نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بیانگر ارتباط مثبت و معنادار بین میزان خرید و سلامت روان دانشجویان بود ( $p = 0/001$  و  $r = 0/613$ ). به بیان دیگر، فعالیت خرید می تواند سلامت روان را بهبود بخشد.

برای اندازه گیری سلامت روانی آزمودنی ها از پرسشنامه سلامت روان ۲۸ سوالی (GHQ-۲۸) استفاده شد. پرسشنامه سلامت روان، چهار دسته از اختلال های غیرسایکوتیک شامل افسردگی، نشانگان جسمانی، اضطراب و ضعف در کارکرد های اجتماعی را اندازه گیری می کند. برای هر مورد از روش نمره گذاری لیکرت بر مبنای ۰ تا ۳ استفاده شد. ملاک نمره دهی، شدت علائم ارزیابی شده بود و نمره بالاتر نشان دهنده بیشتر بودن شدت علائم بود. با توجه به این که در هر دسته ۸ سوال و هر سوال حداکثر ۳ نمره خواهد داشت، فرد با نمره ۲۳ و کمتر به عنوان فرد با سلامت روان مطلوب و با نمره ۲۴ و بالاتر به عنوان فرد با سلامت روان نامطلوب در نظر گرفته شد. پایایی پرسشنامه سلامت روان با روش آلفای کرونباخ تعیین شد ( $r = 0/86$ ). در مورد روش بازآزمایی، پرسشنامه سلامت روان به فاصله سی روز دو بار در اختیار آزمودنی ها قرار گرفت و در طی این مدت از آزمودنی ها خواسته شد تا خریدی انجام ندهند و وضعیت سلامت روان با پاسخ گویی به سوالات پرسشنامه بین دو بار محاسبه شد. برای تعیین اثر سبک تفریح و سرگرمی خرید کردن روی سلامت روان، میانگین نمره پس آزمون با میانگین نمره میزان سبک خرید مورد ارزیابی قرار گرفت. به منظور جمع آوری مشخصات آزمودنی ها، از پرسشنامه ویژگی های جمعیت شناختی شامل جنسیت، وضعیت تاهل، سن، تحصیلات و میزان درآمد ماهیانه استفاده شد. با استفاده از روش آمار توصیفی، حداقل، حداکثر و میانگین نمره و انحراف معیار تعیین شد. برای تحلیل آماری از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون تی همبسته در نرم افزار SPSS نسخه ۲۱ با سطح معناداری  $p < 0/05$  استفاده شد.

### یافته ها :

از ۴۷۷ نفر دانشجویان شرکت کننده، ۲۶۵ نفر دختر (۵۷ درصد) بودند، همچنین تعداد ۲۴۶ نفر (۵۲ درصد) مجرد و ۲۳۱ نفر (۴۸ درصد) متاهل بوده اند. دامنه سنی دانشجویان بین ۱۷ تا ۲۲ سال، ۲۹/۲ درصد؛ ۲۳ تا ۲۸ سال، ۲۸/۶ درصد؛ ۲۹ تا ۳۴ سال، ۲۱/۵ درصد؛ ۳۵ تا ۴۰ سال، ۱۱/۹ درصد؛ و ۴۱ سال به بالا، ۸/۸ درصد بودند و بیشتر شرکت کنندگان در رده سنی ۱۷ تا ۲۲ سال قرار داشتند. از نظر میزان تحصیلات، ۱۰/۳ درصد در مقطع کاردانی، ۳۴/۵ درصد کارشناسی، ۴۶/۷ درصد کارشناسی ارشد و ۸/۵

جدول ۱: میانگین و انحراف استاندارد سلامت روان و ابعاد آن در دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه آزاد در پیش آزمون و پس آزمون

P-Value	پیش آزمون		شاخص های سلامت روان
	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	
۰/۰۰۱	۴۹۸ $\pm$ ۳۴۸	۲۹۵ $\pm$ ۱۴	افسردگی
۰/۰۲۰	۱۴۸۱ $\pm$ ۶۷۰	۱۰۲۸ $\pm$ ۵۸۶	ضعف در عملکرد اجتماعی
۰/۰۵۱	۵۲۵ $\pm$ ۴۳۵	۵۶۷ $\pm$ ۲۷۶	علایم جسمانی
۰/۰۱۰	۵۸۹ $\pm$ ۳۴۸	۳۶۶ $\pm$ ۲۴۲	اضطراب
۰/۰۲۰	۳۰۹۰ $\pm$ ۱۱۲۷	۲۲۵۷ $\pm$ ۹۱۲	سلامت روان

جدول ۲: میانگین و انحراف استاندارد سلامت روان و ابعاد آن در دانشجویان رشته تربیت بدنی دانشگاه آزاد به تفکیک جنس در پیش آزمون و پس آزمون

P	دانشجویان دختر		دانشجویان پسر		شاخص های سلامت روان	
	پس آزمون	پیش آزمون	پس آزمون	پیش آزمون		
	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین	انحراف استاندارد $\pm$ میانگین		
۰/۰۰۱	۴۸۹ $\pm$ ۳۵۸	۲۹۹ $\pm$ ۱۸۱	۰/۰۰۱	۴۸۳ $\pm$ ۳۲۰	۲۹۰ $\pm$ ۱۲۵	افسردگی
۰/۰۱۰	۱۳۵۲ $\pm$ ۶۴۱	۱۰۶۵ $\pm$ ۴۲۵	۰/۰۲۰	۱۲۲۱ $\pm$ ۶۶۲	۹۹۲ $\pm$ ۴۱۴	ضعف در عملکرد اجتماعی
۰/۰۵۷	۵۳۵ $\pm$ ۴۸۹	۴۹۷ $\pm$ ۳۸۷	۰/۰۵۱	۵۴۴ $\pm$ ۴۵۱	۵۳۹ $\pm$ ۳۳۴	علایم جسمانی
۰/۰۱۰	۵۹۴ $\pm$ ۳۶۲	۴۲۱ $\pm$ ۳۶۹	۰/۰۱۰	۴۹۹ $\pm$ ۳۹۰	۳۱۱ $\pm$ ۳۵۸	اضطراب
۰/۰۱۰	۲۹۶۹ $\pm$ ۱۰۷۲	۲۳۸۲ $\pm$ ۱۰۱۸	۰/۰۲۰	۲۷۴۷ $\pm$ ۹۲۶	۲۱۳۲ $\pm$ ۸۶۸	سلامت روان

## بحث:

زنی منجر به لذت و آرامش روحی خریداران می شود که با نتایج به دست آمده از مطالعه حاضر هم خوانی دارد [۱۷]. نتایج دیگر پژوهش حاضر نشان داد میزان سلامت روان دانشجویان در پیش آزمون و پس آزمون تفاوت معناداری وجود دارد که حاکی از وضعیت نامطلوب سلامت روان آن ها در پس آزمون است. با توجه به یافته ها، فعالیت خرید کردن در کاهش افسردگی و اضطراب تأثیر بسزایی دارد. بنابراین حضور فعال دانشجویان در خرید نقش موثری در بهبود سلامت روانی آن ها داشته و بدین ترتیب، نتایج این پژوهش با پژوهش های مشابه هم خوانی دارد. برای مثال، نتایج مطالعه ارنولد و رنولدز [۱۸] نشان داد خرید لذت جویانه نه تنها برای نزدیک شدن به سرگرمی و هیجان، بلکه برای اجتناب از مشکلات و استرس در زندگی روزمره فرصتی را فراهم می آورد. همچنین کیم [۱۹] نشان داد که گرایش های قوی تر برای استفاده از محل کار خرده فروشی ها، برای سرگرمی، تحریک حسی و فکری و جمع آوری اجتماعی و فراغت خاطر ارائه می کند که با نتایج پژوهش حاضر هم سو است. یم و همکاران [۲۰] در نتایج پژوهش شان بیان داشتند که خرید لذت جویانه برای ایجاد انگیزه تحریک پذیری مصرف کننده و همچنین تشویق خریداران و همراهان آن ها برای ماندن طولانی تر در یک فروشگاه با دید تفریحی و کاهش خستگی

مطالعه حاضر نشان داد که جلوگیری از سبک تفریحی و سرگرمی خرید کردن می تواند میزان سلامت روان دانشجویان را کاهش دهد. یافته های حاصل از پژوهش حاضر نشان می دهد برای این گروه مشتریان، جلوگیری از خرید موجب می شود که سلامت روان فرد در وضعیت نامطلوب قرار گیرد. پژوهشگران معتقدند خرید یک فعالیت دلپذیر و مملو از سرگرمی است و آن ها تجربه خرید را به چشم عملی مفرح و سرگرم کننده می بینند. این عمل شامل اتلاف وقت در فروشگاه، خرید کردن برای خوش گذرانی و مسافرت کوتاه برای خرید کردن است [۱۳]. مصرف کنندگان متکی به این سبک از فعالیت خرید بیشتر لذت می برند و زمان بیشتری را صرف خرید می کنند. آن ها با برانگیختگی احساسی موجود در سرگرمی و شادی حاصل از خرید، تمایل درونی خود را به محصولات ورزشی ارضا می کنند [۱۴]. فیض آبادی و شجایی [۱۵] در پژوهشی با عنوان لذت گرایی در خرید نشان دادند مصرف کنندگان به دلایل مختلفی از قبیل نیاز به سرگرمی، تفریح، عکس العمل های اجتماعی یا تحریک ذهنی خرید می کنند. نتایج پژوهش باکیرتاس و همکاران نشان داد که خرید پوشاک فرایندی لذت بخش است که با نتایج پژوهش حاضر هم سو است [۱۶]. بریدجس و فلورشم در پژوهش خود نشان دادند که گشت و گذار و دنبال کردن حضوری و مستقیم اجناس مورد نظر و چانه

دارند درباره فروشگاه‌ها و محصولات بیشتر بدانند، ۳- به خاطر نقشی که خانم‌ها در جامعه دارند، ایده‌های بهتری درباره موجودی مغازه‌ها در هنگام خرید دارند. بنابر این با عدم حضور در فعالیت‌های تفریحی همچون خرید بیشتر دچار اضطراب و اختلال در سلامت روان می‌شوند [۲۶].

### نتیجه‌گیری:

بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر و بررسی پژوهش‌های مشابه، جلوگیری از سبک تفریحی و سرگرمی خرید کردن باعث کاهش سلامت روانی افراد می‌شود، بنابراین لازم است افراد جامعه به ویژه دانشجویان که زندگی پرتلاشی را دارند، فعالیت خرید کردن را با نگاه تفریح و سرگرمی در برنامه‌های خود لحاظ کنند. با توجه به این که بسیاری از مصرف‌کنندگان به طور ذاتی گرایش به سبک خرید تفریح و لذت‌جویانه دارند و هم‌زمان با خرید جنبه تفریحی و سرگرم‌کنندگی آن را مورد توجه دارند، به مدیران فروش و فروشندگان محصولات ورزشی توصیه می‌شود که با ایجاد فضاهای جذاب و همراه با سرگرمی و ایجاد امکانات رفاهی در فروشگاه‌های بزرگ و لوکس مشتریان را در جهت خرید بیشتر ترغیب کنند.

### تشکر و قدردانی:

بدین وسیله از کلیه دانشجویانی که در این پژوهش شرکت کرده و وقت گرانبه‌ای خود را در اختیار پژوهشگران قرار داده‌اند، تشکر و قدردانی می‌شود.

### تعارض منافع:

نویسندگان هیچگونه تعارض منافی ندارند.

روزمره انجام می‌شود که با نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر هم‌سو است.

نتایج پژوهش علی‌عرب [۲۱] بیان داشت که عامل انگیزش فرد برای خرید در خرید اجباری درون فرد است. به عبارت دیگر، فرد برای کاهش تنش و اضطراب روزانه خود احساس اصرار به خرید می‌کند که بر نقش خرید کردن بر سلامت روان و کاهش افسردگی و خستگی تأکید دارد.

به طور کلی پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند که گشت و گذار به هنگام خرید در کاهش افسردگی و اضطراب تأثیر به‌سزایی دارد و اعتماد به نفس را افزایش می‌دهد [۲۲]. در طی فرایند خرید تفریحی و لذت بخش مکرر همانند فعالیت ورزشی، میزان ترشح اندروفین‌ها را افزایش می‌یابد و به همین دلیل خریداران پس از انجام خریدهای تفریحی، احساس لذت و آرامش خاصی می‌کنند [۲۳].

از نتایج مهم دیگر پژوهش حاضر بدتر بودن وضعیت سلامت روان دانشجویان دختر نسبت به دانشجویان پسر است. پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند که شیوع اختلالات روانی و استرس و فشار عصبی در خانم‌ها دو برابر مردان است. شاید یک دلیل آن، انجام کارهای روزانه توسط آن‌ها باشد که باعث بروز عدم تعادل بین نیازهای فردی و اجتماعی می‌شود. عوامل دیگری مثل قانندگی، زایمان، یائسگی، نقش‌های جنسیتی، شرایط موجود در خانه، محل کار، کم‌حرکی و غیره نیز بدون تأثیر نبوده و در دراز مدت موجب ناکامی می‌شوند که در به خطر افتادن سلامت روان زنان موثر است [۲۴]. این مسئله برای زنان نسبت به مردان نقش فراگیرتری از نظر روان‌شناسی و احساسی دارد [۲۵].

از طرفی، پژوهشگران برای تمایل و حضور بیشتر خانم‌ها در فرآیند خرید علل مختلفی بیان کرده‌اند. مورویتز و بلاک این تمایل را به سه علت مرتبط دانسته‌اند. ۱- خانم‌ها مسئول خرید خواربار در منزل هستند، ۲- به خاطر چنین شرایطی، خانم‌ها تمایل

## References:

1. Bahrami EH. Mental Health in 21 century and problems in face. J Psychol Humanities 2001; 32(1); 181-199. (Persian)
2. Ibn Sina Institute. World health report 2003. Tehran; Ministry Health Med Educ; 2003. (Persian)
3. Navabinejad, S., Dokanei, F., Shirzadi, S. The effect of family factors on mental health of elderly men and women in Tehran 13<sup>th</sup> district. Journal of Educational Management Research. 1392; Vol. 5, No. 1, 119-131. (Persian)
4. Shin, S. H., Kim, J.H., & Moon, H. Examining Psychometric Properties of Korean American Consumer Decision-Making Styles: The Case of Golf Club Purchasing. International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism, 2016; Vol.22, p.1-25.
5. Tanksale, D., Neelam, N., Venkatachalam, R. Consumer decision making styles of young adults Consumer in India. Journal of Social and Behavioral Sciences, 2014; 133,211-218.
6. Tauber, E. M. Why do people shop? Journal of Marketing, 1972; Vol. 36, No. 4, 46-49.
7. Mueller, A, James E. Mitchell, C E, Martina de Z. Estimated prevalence of compulsive buying in Germany and its association with sociodemographic

- characteristics and depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 2010; 10, (11), 1-6.
8. Mafini, C., & Dhurup, M. Assessing Consumer Purchasing Decision Styles: An Empirical Investigation from South Africa. *International Business & Economics Research Journal*. 2014; Vol 13. No, 2, (12), 127-138.
  9. Eddie T.c., L., & Bae, J. Confirmatory factor analysis of the Purchaser Style Inventory for Sport Products (PSISP). *Sport management review*. 2013; 3(6): 1- 11.
  10. Omar, N. A., Rahim, R. A., Wel, C. A. C., & Alam, S. S. Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, 2014; 10(1), 52-74.
  11. Kellett, S., & Jessica, V. B. Compulsive Buying: A Cognitive-Behavioural Model. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 2009; 16, (5), 83-99.
  12. Vahid Moghaddam, A. Amoei, E. Delkhah G. Investigating and identifying customer decision making styles in chain stores. *Modern Marketing Research Quarterly*. 1393, Issue 4. No 2, 141-154.
  13. Millan, E., Howard, E. Shopping for pleasure? Shopping experiences of Hungarian consumers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 2007; 6 (11), 474-487.
  14. Bakirtas, H., & Divanoğlu, S. U. The Effect of Hedonic Shopping. Motivation on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty. *International Journal of Asian Social Science*, 2013; 3(7).
  15. Feizabadi, H. Shoji, S. The pleasure of shopping. The 4th National Conference and the Second International Conference on Accounting and Management with New Approaches and Research. 1394. (Persian)
  16. Bakirtas, H., Bakirtas, I., & Çetin, M. A. Effects of Utilitarian and Hedonic Shopping Value and Consumer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions, *Ege Academic Review*, 2015; 91-98.
  17. Bridges, E., & Florsheim, R. Hedonic and utilitarian shopping goals: The online experience. *Journal of Business Research*, 2008; Vol. 61, Issue 4, 309-314.
  18. Arnold, M. J. Reynolds. K.E. Approach and Avoidance Motivation: Investigating Hedonic Consumption in a Retail Setting, *Journal of Retailing*, 2012; Vol. 88, Issue 3, Pages 399-411.
  19. Kim. H, SH. Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers, *Journal of Shopping Center Research*, 2006; Vol. 13, Number 1.
  20. Yim .MY, Seung-Chul Yoo, Paul L. Sauer, Joo Hwan Seo. Hedonic shopping motivation and co-shopper influence on utilitarian grocery shopping in superstores. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2017; 25, (1), 23-33.
  21. Ali Arab, S. One-stop shopping in front of the current shopping. *Journal of Marketing Management*. 1392; No. 11, 9-21. (Persian)
  22. Banister, E.N., & Hogg, M.K. Negative symbolic consumption and consumers' drive for self-esteem: The case of the fashion industry. *European Journal of Marketing*, 2004; 38 (7), 850-868.
  23. Haydarzadeh, K, Parsahasani, E. Examine other pleasurable values for consumer shopping. *Journal of Marketing Management*, 1391; No. 17. (Persian)
  24. Ryu, K., Han, H., Jang, S (Sh). Relationships among Hedonic and Utilitarian Values, Satisfaction and Behavioral Intentions in the Fast-Casual Restaurant Industry, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2010; Vol. 22, No. 3, 416 – 432.
  25. Lee, S & Mysyk. A. The medicalization of compulsive buying. *Social Science & Medicine*, 2004; 58, (2), 1709 – 1718.
  26. Kwak, H, Zinkhan, G. M., Delorme, D. E., Larsen, T. Revisiting Normative Influences on Impulsive Buying Behavior and an Extension to Compulsive Buying Behavior: A Case from South Korea. *Journal of International Consumer Marketing*, 2006; 3, (7), 57-80.



## The Effect of Recreation purchasing Style in Mental Health and Depression in Physical Education Students of Islamic Azad University

Mohammad Hassan Solhjoo<sup>1</sup>, Farshad Bushehr<sup>2\*</sup>, Ali Zarei<sup>3</sup>

Received: 2019.12.16

Revised: 2020.01.11

Accepted: 2020.01.12

1. Ph.D. Student of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Tehran Azad University Branch
2. Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch
3. Associate Professor, Department of Sport Management, Faculty of Physical Education and Sport Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch

Pars Journal of Medical Sciences, Vol.17, No. 4, Winter 2020

Pars J Med Sci 2019;17(4):1-7

### *Abstract:*

#### **Introduction:**

Mental problems such as anxiety and depression, reduced self-esteem can be improved by having recreation activities such as browsing the purchasing and purchasing areas. This study aimed to determine the effect of purchasing style on mental health in physical education students of Islamic Azad University.

#### **Materials and Methods:**

This interventional study was performed on 477 students in five regions of the country. Subjects completed the Mental Health Questionnaire (GHQ-28) as pre-test and one month later as post-test and during this time, they were asked not to make purchases. Recreation purchasing style was measured by the Sproles and kendall questionnaire. Pearson correlation coefficient and T-test were used to determine the effect of purchasing style on mental health and depression.

#### **Results:**

The mean score of pre- and post-test of mental health questionnaire was  $22.57 \pm 9.12$  and  $30.90 \pm 11.27$ , respectively. Also, 32.28% and 60.59% of subjects were in poor mental health situation in pre- and post- time of intervention, respectively. The difference between pre- and post-test mental health was significant ( $p = 0.020$ ). There was a significant difference between the two measures in dimensions of depression, weakness in social functioning and anxiety ( $p < 0.05$ ). The results of Pearson correlation coefficient test showed a positive and significant relationship between students' purchase and mental health ( $r = 0.613$ ,  $p = 0.001$ ).

#### **Conclusion:**

Prevention of purchase during one month declined students' mental health status. So, having the recreation purchasing activity may be able to effect on mental health and depression.

**Keywords:** Mental Health, Depression, purchasing, Student.

\* Corresponding author Email: