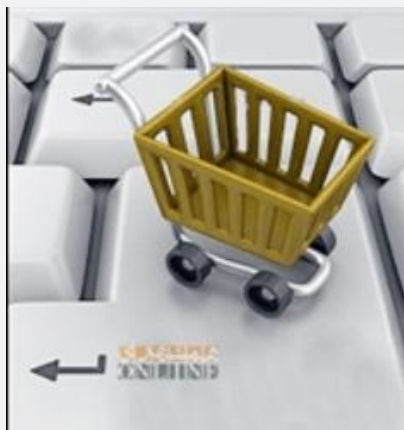


کند و کاو علمی در رفتارهای معطوف به خرید

احساس شادی که پس از خرید به ما دست می‌دهد، ممکن است یک توهم نباشد. در حقیقت خرید ممکن است برای عزت نفس شما خوب باشد.



همشهری آنلاین: احساس شادی که پس از خرید به ما دست می‌دهد، ممکن است یک توهم نباشد. در حقیقت خرید ممکن است برای عزت نفس شما خوب باشد.

به گزارش لایوساینس یک پژوهش جدید نشان می‌دهد خرید کالاهای جذاب عزت نفس مشتریان را تقویت می‌کند و ذهن آنان را نسبت به گزینه‌ها یا دیدگاه‌های جدید باز می‌کند.

پژوهشگران آمریکایی در این بررسی احساسات مشتریان پس از خرید یکی از دو نوع لامپ را به آزمون گذاشتند. افرادی که لامپ با ظاهر زیباتر را خریده بودند، نسبت به افرادی که لامپ با کارکرد بهتر را خرید بودند، تقویت احساس عزت به نفس پس از خرید را گزارش کردند.

تعجب آور این بود که اثر خرید بر روان مشتریان به این حد خاتمه نیافت. مصرف‌کنندگانی که لامپ‌های با ظاهر بهتر خریده بودند، نسبت به دیدگاه‌های دیگر گشودگی بیشتری نشان می‌دادند، از جمله این نظر افرادی که به آنها می‌گفتند در خریدشان اشتباه کرده‌اند. به گفته این پژوهشگران این امر تا حدی به خاطر تقویت عزت نفس آنان در نتیجه خرید بود.

این پژوهشگران می‌گویند: "اقتصاددانان رفتاری و روانشناسان برای مدت‌های درازی می‌دانستند که افراد گرایش دارند "پس از بدبیری به خرج کردن پول ادامه دهند" یا "در مسیرشان بمانند"، به این معنا که آنها به سرمایه‌گذاری بر روی چیزی حتی پس از اینکه سرمایه‌گذاری اولیه اثر مطلوب آنان را ایجاد نمی‌کند، ادامه می‌دهند."

"پژوهش ما نشان می‌دهد که خریدن یک چیز جذاب باعث می‌شود افراد احساس بهتری نسبت به خودشان پیدا کنند و این "اثر تاییدکننده" آنها را از لحاظ ذهنی آماده می‌کند تا خطای‌شان در این مسیر را بپذیرند. نتیجه این است که این افراد نیازی ندارند که برای توجیه سرمایه‌گذاری نادرست ابتدایی‌شان به خرج کردن بیشتر در آن مسیر بپردازند و به این ترتیب تصمیم‌های بهتری بگیرند."

این پژوهش در شماره ماه اوت "ژورنال پژوهش مصرف‌کنندگان" منتشر خواهد شد.