

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر مشارکت مردم در فعالیت های ورزشی: نقش بازاریابی اجتماعی

محل انتشار:

پنجمین همایش ملی انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 1

نویسندگان:

سیدحسین شکرابی - دانشجو ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور گرمسار

سعیده یوسفی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر مشارکت مردم در فعالیتهای ورزشی با رویکرد نقش بازاریابی اجتماعی انجام گرفت. این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی است که به صورت میدانی انجام شد. جامعه آماری شامل کلیه افرادی بود که در باشگاه های ورزشی شهر تهران به ورزش همگانی می پرداختند و براساس جدول مورگان 384 نفر از این افراد به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته ای با 51 گویه و 6 مولفه بود. پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ معادل 0/77 به دست آمد. همچنین روایی صوری ابزار به تایید 10 تن از اساتید مدیریت ورزشی رسید و به منظور بررسی روایی سازه از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده گردید. از روشهای آمار توصیفی و نیز از روشهای آمار استنباطی همچون کلموگروف اسمیرنف، همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی چند متغیره و از نرم افزار Spss استفاده گردید. نتایج نشان داد تمامی فعالیتهای باشگاه های ورزشی در راستای بازاریابی اجتماعی همچون مسئولیت اقتصادی، قانونی، اخلاقی و بشردوستانه تاثیر معنی داری را بر مشارکت مردم در فعالیتهای ورزشی دارند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی اجتماعی، مشارکت، فعالیت ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1024504>

