

عنوان مقاله:

بررسی مدل ساختاری رعایت اخلاق کارکنان مجموعه های ورزشی شهرداری کرج بر سه بعد رفتاری قبل، حین و بعد از استفاده مشتریان: نقش میانجی نگرش

محل انتشار:

فصلنامه علوم ورزش، دوره 11، شماره 33 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

رسول مرادی هزاری - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی ورزشی

انسبه فردی - گروه تربیت بدنی دانشگاه سما واحد کرج

اکبر درخشان - گروه تربیت بدنی دانشگاه سما واحد کرج

خلاصه مقاله:

امروزه در تجزیه و تحلیل سازمان ها، پرداختن به اخلاق و ارزش های اخلاقی یکی از الزامات است. هدف این پژوهش بررسی مدل ساختاری رعایت اخلاق کارکنان مجموعه های ورزشی شهرداری کرج بر سه بعد رفتاری قبل، حین و بعد از استفاده مشتریان با نقش میانجی نگرش بود. روش شناسی پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی، از حیث نحوه ی گردآوری اطلاعات میدانی و از نوع همبستگی است که به طور مشخص مبتنی بر مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آموس است. جامعه آماری تحقیق نیز مشتریان مجموعه های ورزشی شهرداری کرج بود و نمونه آماری به صورت در دسترس انتخاب شد. پس از آن تعداد ۳۹۰ پرسشنامه توزیع گردید که تعداد ۳۸۴ مورد برای انجام تجزیه و تحلیل آماری مناسب بودند. ابزار پژوهش پرسشنامه های رعایت اخلاق، نگرش مشتریان و پرسشنامه رفتار مصرفی بود که روایی صوری و محتوایی هر یک از پرسشنامه ها به تایید ۸ نفر از اساتید دانشگاهی رسید. یافته های پژوهش نشان داد که رعایت اخلاق کارکنان مجموعه های ورزشی بر نگرش مشتریان و سپس روی هر سه بعد رفتارهای مصرفی قبل، حین و بعد از استفاده مشتریان تاثیرگذار است. در نتیجه می توان گفت که رعایت اخلاق و اصول آن از عوامل موثر بر نگرش مشتریان و رفتار مصرفی قبل، حین و بعد از استفاده ورزشکاران بخصوص در محیط ها و مجموعه های ورزشی می باشد و به فعالان این حوزه در رسیدن به اهداف مدیریتی، ورزشی و اقتصادی کمک فراوانی خواهد کرد.

کلمات کلیدی:

رعایت اخلاق، رفتار مصرفی مشتریان، شهرداری کرج، مجموعه های ورزشی، نگرش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1313174>

