

## عنوان مقاله:

نقش آمیخته های بازاریابی سبز و تصویر ذهنی در قصد بازگشت مجدد دانش آموزان به المپیادهای ورزشی

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات آموزشی و آموزشگاهی، دوره 12، شماره 2 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسندگان:

علی همتی عقیف - استادیار، گروه علوم ورزشی، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران

احمد محمودی - استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

سحر پیرجمادی - دکتری تخصصی مدیریت ورزشی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

منوچهر دژآهنگ - استادیار، گروه علوم ورزشی، واحد تاستان، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش آمیخته های بازاریابی سبز و تصویر ذهنی در قصد بازگشت مجدد دانش آموزان به المپیادهای ورزشی بود. روش پژوهش همبستگی با رویکرد مدل معادلات ساختاری بود. جامعه آماری شامل مدیران، دبیران تربیت بدنی و دانش آموزان دوره دوم متوسطه شهر تهران بودند که تعداد ۳۳۱ از آنان به روش نمونه گیری خوشه ای-تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. به منظور جمع آوری داده ها از ۳ پرسشنامه آمیخته بازاریابی سبز رعنائی کردشولی و الهیاری بوزنجانی (۱۳۹۰)، تصویر ذهنی یو و همکاران (۲۰۰۹) و قصد بازگشت مجدد محمدی بارزلی (۱۳۹۵) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط متخصصان تایید و پایایی آن ها با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۰۶، ۰/۸۵۶ و ۰/۸۰۰ به دست آمد. در تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. بر اساس نتایج مشخص شد که آمیخته بازاریابی سبز و تصویر ذهنی بر قصد بازگشت مجدد دانش آموزان به المپیادهای ورزشی و آمیخته بازاریابی سبز بر تصویر ذهنی دانش آموزان اثر مثبت معناداری داشتند. نتایج این پژوهش بر لزوم ارتقای کیفیت المپیاد با حرکت به سمت خدمات سبز ورزشی، تبلیغات سبز، رشته های ورزشی دوست دار محیط زیست، ایجاد نگرش های زیست محیطی، تصویر ذهنی و فضای محیطی مناسب در جهت مشارکت حداکثری دانش آموزان در المپیادهای ورزشی تاکید دارد.

## کلمات کلیدی:

المپیاد سبز، خدمات سبز ورزشی، فضای محیطی، مشارکت، ورزش دانش آموزی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1894379>

