

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر عوامل مدل رفتاربرنامه ریزی شده برتمایل به اهداداوطلبانه ی عضومطالعه ی موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

زهرا محمدزاده امام وردی خان - کارشناس ارشد گروه مدیریت بازرگانی واحد رشت دانشگاه آزاد اسلامی رشت ایران

حمیدرضا رضایی کلیدبری - استادیار گروه مدیریت بازرگانی واحد رشت دانشگاه آزاد اسلامی رشت ایران

## خلاصه مقاله:

بازاریابی اجتماعی، آخرین و جدیدترین مفهوم در میان فلسفه های پنجگانه بازاریابی می باشد و اخیراً این رویکرد در عرصه بهداشتی به صورت جدی تری بررسی شده است. وجود یک تلاش جمعی جهت اهدا داوطلبانه ی عضو برای افزایش تعداد افرادی که تمایل به اهدای داوطلبانه ی عضو دارند، نیازمند یک فعالیت بازاریابی اجتماعی منسجم است که در این راستا، شناسایی فاکتورهای مؤثر در اهدای داوطلبانه ی عضو امری ضروری است. هدف از این تحقیق، شناسایی میزان تاثیرگذاری باورهای سه گانه مدل رفتار برنامه ریزی شده بر تمایل به اهدای داوطلبانه ی عضو با توجه به رویکرد بازاریابی اجتماعی است. مطالعه انجام شده از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ شیوه ی گردآوری داده ها توصیفی - همبستگی و بطور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی است. جهت جمع آوری اطلاعات در سال ۱۳۹۴، از پرسشنامه و نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس با حجم نمونه ۱۰۰ نفری، از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت استفاده گردید. جهت تجزیه و تحلیل دادهها از نرمافزار Smart PLS 2.0 و مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل مسیر استفاده شد. یافتهها نشان داد که سه متغیر باور رفتاری، هنجاری و ادراکی می توانند حدود ۶۲٪ از واریانس تمایل به اهدای داوطلبانه ی عضو را تبیین می کنند. و نیز مشخص گردید که باور رفتاری بیشترین نقش را در توضیح تغییر تمایل داوطلبانه به اهدای عضو دارد. با توجه به تأثیرگذاری متغیرهای مدل رفتار برنامه ریزی شده در تمایل افراد به اهدای داوطلبانه ی عضو، تقویت باورهای سه گانه به ویژه باور ادراکی بین افراد جامعه، می تواند راه کار مناسبی جهت جذب بیشتر داوطلبان به اهدای داوطلبانه ی عضو باشد

## کلمات کلیدی:

بازاریابی اجتماعی، تئوری رفتاربرنامه ریزی شده، اهدای داوطلبانه ی عضو، تمایل، باورادراکی، باوررفتاری، باورهنجاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500018>

