



اولین همایش ملی برند در ورزش
The 1st National Conference on Brand in Sport

تأثیر برندسازی داخلی بر رفتار شهروندی کارکنان باشگاه های بدن سازی

وجیهه جوانی^۱

Email: v.javani@tabrizu.ac.ir

چکیده

این پژوهش به دنبال ارزیابی تأثیر برندسازی داخلی بر رفتار شهروندی کارکنان در باشگاه های ورزشی است. با عنایت به این هدف، نمونه ای شامل ۱۵۷ نفر از کارکنان باشگاه های بدنسازی مطرح در سطح شهر تهران و تبریز به پرسشنامه محقق ساخته (ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳) پاسخ دادند. داده ها به روش مدل سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار PLS تحلیل شد. نتایج حاصل از مدل، تأثیرگذاری معنادار و مثبت برندسازی داخلی بر رفتار شهروندی کارکنان را تأیید کرد. بر اساس یافته ها، برندسازی داخلی صحیح موجب ایجاد حس تعلق، تعهد و وفاداری کارکنان به برند می شود. از این رو، کارکنان بر مبنای دلبستگی ایجاد شده به برند متبوع خود، رفتارهای شهروندی بیشتری از خود بروز می دهند و با عملکردهای فرا نقشی خود تلاش می کنند تصویر مطلوبی از برند در ذهن مخاطبان شکل گیرد.

کلیدواژه: برندسازی داخلی، سازمان های ورزشی، رفتار شهروندی

عضو هیات عملی گروه مدیریت ورزشی دانشکده تربیت بدنی دانشگاه تبریز ۹۷۲۸۴۰۹۸۹۱۴۴۰۹۷۲۸۴ Tel: +۹۸۹۱۴۴۰۹۷۲۸۴