

عنوان مقاله:

ارتباط برند کارفرما و مزیت رقابتی با نقش میانجی کیفیت خدمات در باشگاه های ورزشی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت دانش در ورزش، دوره 2، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مظفر یکتایار

مژگان خدامرادپور

سامان احمدی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر باهدف بررسی ارتباط بین برند کارفرما با مزیت رقابتی با نقش میانجی کیفیت خدمات در باشگاه های ورزشی دولتی و خصوصی شهر سنندج انجام گرفت. این پژوهش از نوع مطالعات توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان باشگاه های ورزشی خصوصی و دولتی شهرستان سنندج بود که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه مورگان تعداد ۲۰۲ نفر به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از پرسش نامه مزیت رقابتی لی (۲۰۰۶)، برند کارفرمای برتون و همکاران (۲۰۰۵) و کیفیت خدمات لیو (۲۰۰۸) استفاده شد. تحلیل های آماری با استفاده از نرم افزارهای اس پی اس و اسمارت پی ال اس در دو سطح توصیفی و استنباطی با (p≤۰.۰۵) انجام گرفت. نتایج نشان داد بین مولفه های برند کارفرما با مزیت رقابتی رابطه (۲۰.۷۹۷ =) معناداری وجود دارد، ضمناً متغیر کیفیت خدمات در ارتباط بین برند کارفرما و مزیت رقابتی به عنوان متغیر میانجی نقش معناداری داشت (P≤۰.۰۵). همچنین بین کیفیت خدمات باشگاه های ورزشی دولتی و خصوصی شهر سنندج اختلاف معناداری وجود دارد نشان داد که بین برند کارفرما با مزیت رقابتی ارتباط معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1970590>

