

## عنوان مقاله:

ارائه مدل تاثیر بازاریابی رابطه مند بر کیفیت خدمات ارائه شده با نقش میانجی برند سازمانی در باشگاه های ورزشی استان کرمانشاه

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، دوره 20، شماره 52 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

نریمان رحمانی تبار - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

شیرین زردشتیان - استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول)  
E-mail: Zardoshtian2014@gmail.com

شهاب بهرامی - استادیار، گروه مدیریت ورزشی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، ارائه مدل تاثیر بازاریابی رابطه مند بر کیفیت خدمات ارائه شده با نقش میانجی برند سازمانی در باشگاه های ورزشی استان کرمانشاه است. این تحقیق از نوع توصیفی- همبستگی است و جامعه آماری این پژوهش را مدیران باشگاه های ورزشی استان کرمانشاه تشکیل می دهند. نمونه آماری تحقیق، به صورت تصادفی طبقه ای به تعداد ۳۲۴ نفر انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری شامل پرسشنامه های «بازاریابی رابطه مند» آریا مدیر (با پایایی ۸۸/۰) و «کیفیت خدمات» ليو (۲۰۰۸) با پایایی ۷۵/۰ و «برند سازمانی» بامگارس (۲۰۱۰) با پایایی ۹۰/۰ بود. از روش آماری استنباطی و مدل یابی معادلات ساختاری به بررسی اثرات متغیرهای مشاهده شده بر متغیرهای مکنون پرداخته شد. نتایج نشان داد که بازاریابی رابطه مند بر برندسازمانی باشگاه های ورزشی تاثیر دارد ( $\beta$ , ۳۴/۳۳=p-value=۹۹/۰). بازاریابی رابطه مند بر کیفیت خدمات ( $\beta$ , ۴۴/۲۱=p-value=۸۳/۰) تاثیرگذارند. با توجه به اثر مثبت بازاریابی رابطه مند بر کیفیت خدمات و اثرات مثبت بازاریابی رابطه مند بر برند سازمانی و برند سازمانی بر کیفیت خدمات، می توان متغیر برند سازمانی را یک متغیر میانجی جزئی محسوب کرد. پس مدیران باشگاه های ورزشی می توانند با به کارگیری مبانی بازاریابی رابطه مند در جهت رضایت مشتریان، تمایل حضور مجدد آنان و وفادار ساختن مشتریان خود گام بردارند و از مزایای یک مشتری وفادار برای مجموعه خود بهره گیرند.

## کلمات کلیدی:

واژگان کلیدی: بازاریابی رابطه مند، باشگاه های ورزشی، برند سازمانی و کیفیت خدمات

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1405466>

