



## مقایسه قدرت اجتماعی برندهای ورزشی داخلی و خارجی از دیدگاه

### دانشجویان ورزشکار

سعیده فتاح مدرس<sup>۱</sup>، مهرداد محرم زاده<sup>۲</sup>، شمامه زمانی<sup>۳</sup>

[Saeedeh\\_Fm1@Yahoo.Com](mailto:Saeedeh_Fm1@Yahoo.Com)

#### چکیده

برند یکی از ارزشمندترین دارایی‌های هر سازمان است که مدیریت مناسب آن می‌تواند راه را برای رسیدن به سهم بیشتری از بازار و سودآوری بیشتر در هر صنعتی هموار می‌سازد. قدرتمندی برند متغیری با فضای تقریباً گسترده است که می‌تواند استراتژی بازاریابی و ادراک مشتریان از محصولات شرکت‌ها را در تعاملی پویا بررسی نماید. از آنجا که مشتریان تنها پشتوانه و حامی هر برندی هستند لذا وجود قدرت و نفوذ اجتماعی برای رسیدن به اهداف یک برند امری اجتناب ناپذیر است. پژوهش حاضر باهدف مطالعه قدرت اجتماعی برندهای ورزشی داخلی و خارجی از دیدگاه دانشجویان ورزشکار انجام شده است. روش تحقیق از نوع توصیفی - تحلیلی و تحقیق از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش را تمامی دانشجویان ورزشکار دانشگاه ارومیه می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری مورگان ۱۲۰ نفر از آنان انتخاب شده‌اند. ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه‌ی روا و پایایی محقق ساخته، "قدرت اجتماعی حیدر زاده و همکاران (۱۳۸۹)" بوده که شامل ۱۶ سؤال و ۴ مقیاس (قدرت اجتماعی قهریه برند، قدرت اجتماعی جذابیت برند، قدرت اجتماعی مشروعیت برند، قدرت اجتماعی الگو بودن برند) می‌باشد. برای بررسی روایی و پایایی، این پرسشنامه روی گروه کوچک ۹۰ نفری اجرا شده و آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه بالای ۸۵ درصد به دست آمده. پس از حصول اطمینان از نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون‌تی همبسته داده‌های جمع‌آوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس نتایج به دست آمده قدرت اجتماعی برندهای خارجی در ابعاد مختلف (قدرت اجتماعی قهریه برند، قدرت اجتماعی جذابیت برند، قدرت اجتماعی مشروعیت برند، قدرت اجتماعی الگو بودن برند) بسیار برتر بوده است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود که انواع برندهای ایرانی در زمینه محصولات ورزشی ضمن استفاده از مزیت رقابتی خود بتوانند در تمامی ابعاد قدرتمندی اجتماعی خود را بهبود بخشند تا به اوضاع اقتصادی کشور سرو سامان دهند.

کلید واژه‌ها: قدرت اجتماعی، برند ورزشی، دانشجویان ورزشکار

<sup>۱</sup> نویسنده مسول، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه: شماره تماس: ۰۹۳۸۱۰۳۳۹۰۴

<sup>۲</sup> دانشیار مدیریت ورزشی

<sup>۳</sup> کارشناس ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز