

SPORTS MANAGEMENT RESEARCH USING PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)

PLS-SEM se ha convertido en una parte integral en las herramientas metodológicas de economistas, sociólogos y otras disciplinas de las ciencias sociales

La fase inicial de PLS-SEM se centró en las comparaciones con SEM basado en la covarianza (CB-SEM)

PLS-SEM

Tiene por objetivo minimizar los residuos de los modelos de medición y estructural. Es útil para identificar fuentes de ventaja competitiva.

- Los investigadores con la intención de estimar un modelo de compuestos deben usar PLS-SEM.

CB-SEM

Es útil cuando el objetivo de la investigación es probar la estructura de modelo teóricamente establecida como un todo.

- Los investigadores con la intención de estimar un modelo factorial deben usar CB-SEM.

**AMBOS ENFOQUES SE DEBEN CONSIDERAR
COMPLEMENTARIOS Y NO COMPETITIVOS**

La gestión deportiva destaca este método y su utilidad para la disciplina a través de aplicaciones y análisis empírico

Tiene 11 artículos en los que analizan los objetivos planteados mediante PLS-SEM:



"Effects of athletic performance and marketable lifestyle on consumers' engagement with sport celebrity's social media and their endorsements" por Alcina Gaspar, Catia Fernández y Cedric Mendes.

"Exploring the drivers and consequences of the 'awe' emotion in outdoor sports - a study using the latest partial least squares structural equation modeling technique and necessary condition analysis" por Yide Liu, Cheng Yu Y Svenja Damberg.

"Antecedents of satisfaction and loyalty in different spectator tribes in a football context" por Giuseppe Lamberto, Rialp Josep y Alexandra Simon.

"Impact of market demand on recurring hallmark sporting event spectators: An empirical study of the Shanghai Masters" por Lei Luo, Yizhou Qian, Gregoria Rich y James.

"Motivational determinants of digital ticketing: the mediating effect of service satisfaction and the moderating effect of psychological discomfort" por Sanghoon Kim, Ho Yeol Yu y Hyun-Woo Lee.

"Antecedents of the attitude toward the athlete celebrities' human brand extensions" por Jakeun Koo.

"Push-pull analysis: the mediating role of promotion types relative to visit intention to a sports museum" por Bryan Yim, Mark y Dori Song.

"Predicting future use intention of fitness apps among fitness appusers in the United Kingdom: the role of health consciousness" por Svenja Damberg.

"Will destination image drive the intention to revisit and recommend? Empirical evidence from golf tourism" por Tat-Huei , Jun Hwa, Hirámoos Ting y Mumtaz.

"Predicting consumers' intention to purchase eco-friendly athletic wear in a moderated model of individual green values and gender" por Nisar Ahmed, Beenish Tariq Altaf Samo, Niaz Hussain Ghumro and Naveed Akhtar Qureshi.

"A social epidemiological perspective on local tennis league participation: A multigroup mediation structural analysis using PLS-SEM" por Amy Kim, James Du and Jeff James

OBSERVACIONES FINALES

Medir y evaluar problemas en la gestión deportiva es un esfuerzo próspero y continuo.

Los académicos de gestión deportiva deben continuar actualizando sus diseños de investigación y herramientas metodológicas.