

عنوان مقاله:

شناسایی قابلیت‌های بازاریابی و کسب درآمد نیروی انسانی باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران و طراحی مدل

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت منابع انسانی در ورزش، دوره 7، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

کریم زهره وندیان - استادیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

اسفندیار خسروی زاده - دانشیار مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

طهماسب شیروانی - دکتری مدیریت ورزشی، اداره کل ورزش و جوانان استان چهارمحال و بختیاری، شهرکرد، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: پژوهش حاضر شناسایی قابلیت‌های بازاریابی و کسب درآمد نیروی انسانی باشگاه‌های فوتبال لیگ برتر ایران و طراحی مدل آن است. روش تحقیق: این تحقیق از نوع کیفی است که از روش نظریه داده‌بنیاد و رویکرد گلنزر (1992) استفاده شده است. جامعه تحقیق شامل کلیه مدیران باشگاه‌های فوتبال و اساتید مدیریت ورزشی است. از روش نمونه‌گیری نظری و به شیوه گلوله برفی نمونه انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه به صورت سؤالات باز استفاده شد. یافته‌ها: داده‌های حاصل از 15 مصاحبه به روش تئوری‌سازی داده‌بنیاد، کدگذاری و تجزیه و تحلیل گردید. در مجموع 426 کد باز از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و پیشینه تحقیق به دست آمد. بعد از استخراج کدهای مشابه 134 کد حاصل شد و در مرحله کدگذاری محوری به 21 کد تبدیل شدند. در مرحله بعد، کدهای محوری در 5 گروه کد انتخابی از قابلیت بازاریابی نیروی انسانی شامل قابلیت‌های بازاریابی مدیران باشگاه، قابلیت‌های بازاریابی بازیکنان و مربیان، قابلیت‌های بازاریابی کارکنان و تدارکات، قابلیت‌های بازاریابی مشاهیر و پیشکسوتان و قابلیت‌های بازاریابی لیدرهای باشگاه جای گرفتند. با توجه به ارتباطات بین این پنج گروه مدل به صورت دایره‌ای تدوین شد که قابلیت بازاریابی مدیران در مرکز و سایر قابلیت‌ها در محیط قرار گرفتند. نتیجه‌گیری: مدل ارائه شده می‌تواند به عنوان ابزاری جهت شناسایی قابلیت‌های بازاریابی نیروی انسانی باشگاه‌های فوتبال، بهره‌گیری و استفاده از این قابلیت‌های برای بازاریابی و کسب درآمد مورد استفاده قرار گیرد تا به گونه‌ای منطقی و اصولی با برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی این قابلیت‌ها و توسعه آنها، به بازاریابی و کسب درآمد و استقلال مالی باشگاه‌ها و حل مشکلات موجود در این حوزه پرداخت.

کلمات کلیدی:

قابلیت‌های بازاریابی، کسب درآمد، بازیکنان و مربیان، مدیران، باشگاه‌های فوتبال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1166257>

