

عنوان مقاله:

شناسایی و مدل سازی عوامل موثر بر برندسازی ویژگی های شخصیتی داوطلبان در رویدادهای ورزشی

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت منابع انسانی در ورزش، دوره 9، شماره 1 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمود بهره مند - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

محمد کشتی دار - استاد مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

مینا مستحفظیان - استادیار مرکز تحقیقات طب ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

جهانگیر کریمیان - دانشیار گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: هدف این پژوهش شناسایی و مدلسازی عوامل موثر بر برندسازی ویژگی های شخصیتی داوطلبان ورزشی در رویدادهای ورزشی دانشگاهی ایران بود. روش شناسی: تحقیق حاضر از نوع کیفی و از منظر هدف از نوع تحقیقات توسعه ای است که با روش نظریه داده بنیاد انجام شد. روش جمع آوری اطلاعات توسط مصاحبه های نیمه ساختاریافته بود. فرآیند مصاحبه ها با ۱۵ نفر از خبرگان از جمله برگزارکنندگان رویدادهای ورزشی و اساتیدی که در زمینه برندسازی تخصص داشته اند انجام شد. شیوه تحلیل داده های کیفی توسط دو پژوهشگر مجزا انجام شد و سپس حاصل توافق درونی محققان وارد پژوهش شد. یافته ها: یافته های تحقیق نشان داد که سه عامل به عنوان شرایط علی، پنج عامل به عنوان شرایط زمینه ای و شش عامل به عنوان شرایط مداخله گر برندسازی ویژگی های شخصیتی داوطلبان ورزشی در رویدادهای ورزشی ایران نقش دارد. محرز است که داوطلبان بخش جدایی ناپذیر ورزش و رویداد های ورزشی هستند، به همین دلیل ویژگی های شخصیتی آن ها باید مد نظر قرار گیرد. از آنجایی که شرایط مداخله گر بیشترین نقش را در تعیین راهبردها دارد پیشنهاد می شود که برای ارتقای سطح داوطلبان ورزشی، به ارتقای روابط عمومی و حرفه ای، ویژگی های فردی آن ها مانند توانایی شخصی، دانش و مهارت آنها مد نظر قرار گیرد. نتیجه گیری: همچنین پیشنهاد می شود که بهترین داوطلبان رویدادهای ورزشی را برای ارتقا روحیه آن ها و انگیزه سایر داوطلبان به سمت های بالاتر در رویدادهای بعدی ارتقا داد یا برای رویدادهای بین المللی مانند المپیک، بازی های آسیایی که از همه دنیا نیروی داوطلب جذب میکند، معرفی شوند. در این صورت است که روحیه داوطلبی در جامعه و ورزش کشور نهادینه می شود.

کلمات کلیدی:

رویدادهای ورزشی، ورزش دانشگاهی، برندسازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1445757>

