

عنوان مقاله:

اکتشاف مولفه های قابلیت بازاریابی ورزشی نیروی انسانی در فوتبال عراق

محل انتشار:

دوفصلنامه مدیریت منابع انسانی در ورزش، دوره 11، شماره 2 (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مثنی محمد نصرای - دانشگاه ارومیه

سید محمد کاشف - دانشگاه ارومیه

محسن بهنام - دانشگاه ارومیه

خلاصه مقاله:

هدف: هدف از پژوهش حاضر اکتشاف مولفه های قابلیت بازاریابی ورزشی نیروی انسانی فوتبال عراق بود. روش شناسی: این پژوهش با ماهیت اکتشافی و با هدف بسط دانش و شناخت موجود در رابطه با قابلیت های بازاریابی و کسب درآمد نیروی انسانی انجام شد. از روش تحقیق کیفی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش مدیران عامل و بازاریابان باشگاه ها، اعضای کمیته بازاریابی فدراسیون فوتبال، اساتید هیئت علمی دانشگاه ها و دانشجویان دکتری بازاریابی ورزشی کشور عراق بودند که با استفاده از روش نمونه گیری گلوله برفی نمونه ها انتخاب و مصاحبه ها با خبرگان این بخش تا اشباع نظری ادامه یافت. در پژوهش حاضر از روش توافق درون موضوعی برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها (shy&های انجام گرفته استفاده شده است. نتایج نشان داد که تعداد کل کدها در این سه مصاحبه برابر با ۱۹ مورد و تعداد توافق برابر ۷ است و ضریب توافق ۷۳/۰ بدست آمد. یافته ها: بر اساس مدل برخاسته از داده های کیفی، تعداد ۷۶ کد باز، تعداد ۱۱ کد محوری و تعداد سه کد انتخابی (قابلیت های ورزشکاران و مربیان، قابلیت های مدیران و کارکنان، قابلیت حامیان و هواداران) در زمینه قابلیت های بازاریابی نیروی انسانی فدراسیون فوتبال کشور عراق شناسایی شدند. نتیجه گیری: با داشتن حامیان و هواداران با تعهد و علاقه مندی بالا، می توان بازاریابی ورزشی نیروی انسانی فوتبال کشور عراق را بهبود داد و به رشد و توسعه این حوزه کمک کرد. پیشنهاد می شود، فدراسیون فوتبال عراق با توجه به مدل شناسایی شده در پژوهش حاضر به بازاریابی از طریق قابلیت های شناسایی شده در این تحقیق اقدام نماید.

کلمات کلیدی:

کسب درآمد، ورزشکاران و مربیان، مدیران و کارکنان، حامیان و هواداران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2055444>

