

عنوان مقاله:

طراحی مدل توسعه برند منابع انسانی در سازمان های ورزشی (مطالعه موردی: مدیران ادارات ورزش و جوانان استان تهران)

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسنده:

محبوبه نقوی - استادیار، مدیریت ورزشی، دانشگاه هنر ایران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: این پژوهش با هدف طراحی مدل توسعه برند منابع انسانی در سازمان های ورزشی (مطالعه موردی: مدیران ادارات ورزش و جوانان استان تهران) انجام شد. روش شناسی: پژوهش با توجه به نحوه جمع و آوری داده ها آمیخته از نوع اکتشافی متوالی بود. جامعه آماری پژوهش در بخش کیفی شامل ۲۰ نفر از خبرگان دانشگاهی و مدیران ارشد و معاونان ورزشی ادارات ورزش و جوانان استان تهران بودند. نمونه گیری به روش غیراحتمالی و به شیوه گلوله برفی انجام شد. در بخش کمی، جامعه آماری شامل مدیران میانی، کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان تهران و روسای هیات های ورزشی استان تهران بودند. بر اساس جدول مورگان و کرجسی ۲۷۰ نفر از آن ها به روشی طبقه بندی شدند. ابزار تحقیق، در بخش کیفی مصاحبه نیمه ساختاریافته و در بخش کمی، پرسشنامه محقق ساخته بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه توسط اساتید دانشگاهی مسلط به موضوع پژوهش تأیید شد. پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و میزان پایایی پرسشنامه ($\alpha = 0.883$) گزارش شد. در نهایت از مدل معادلات ساختاری به منظور طراحی مدل توسعه برند منابع انسانی در سازمان های ورزشی استفاده شد. یافته ها: تحلیل داده ها، منجر به شناسایی ۱۲۸ کد اولیه، ۱۵ مقوله فرعی و ۴ مقوله اصلی شدند. نتایج نشان داد با در نظر گرفتن عوامل توسعه برند منابع انسانی در چهار سطح کلان، سطح خرد، سطح فردی و سطح سازمانی می توان مدل توسعه برند منابع انسانی در سازمان های ورزشی را تدوین کرد. نتیجه گیری: بر اساس نتایج پژوهش ضروری است، سازمان های ورزشی به منظور توانمندسازی منابع انسانی به عوامل شکل دهنده برند شخصی مدیران ورزشی که شامل مهارت فنی، مهارت انسانی، شایستگی ارتباطات اجتماعی، ارزیابی عملکرد منابع انسانی، مهارت ادراکی و ارتباطی، آموزش و توسعه منابع انسانی، مهارت روانی، رضایت و تعهد منابع انسانی، رهبری سازمانی، عدالت سازمانی، فرهنگ سازمانی، برندسازی داخلی، شایستگی های تخصصی و شایستگی های فردی توجه ویژه نمایند. یافته های این پژوهش نشان می دهد، مدل توسعه برند منابع انسانی در سازمان های ورزشی می تواند به بهبود شایسته سازی مدیران ورزشی، ارتقاء عملکرد مدیران و کسب مزیت رقابتی سازمان های ورزشی منجر شود.

کلمات کلیدی:

توانمندی، حرفه ای، شایستگی، مهارت، ویژگی های فردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2055448>

