

عنوان مقاله:

بررسی تجارب زیسته منتورها از پدیده بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ در شرکت ایران خودرو دیزل

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت دولتی، دوره 15، شماره 4 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 33

نویسندگان:

میدیا حاتمی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، پردیس بین المللی کیش، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

عباس نرگسیان - دانشیار، گروه رهبری و سرمایه انسانی، دانشکده مدیریت دولتی و علوم سازمانی، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

عباس منوریان - استاد گروه مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف: پژوهش حاضر درصدد دستیابی به مضامین مشترک و درک عمیق از تجارب زیسته منتورها، در جهت تبیین ماهیت پدیده بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ در شرکت ایران خودرو دیزل است. روش: پژوهش حاضر بر رویکرد پدیدارشناسی هرمنوتیک و من مبتنی است. ابزار پژوهش مصاحبه های نیمه ساختاریافته و مشارکت کنندگان پژوهش، ۱۵ نفر منتور که از خبرگان و ارائه دهندگان بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ در شرکت ایران خودرو دیزل بوده اند، انتخاب شد. روش نمونه گیری هدفمند (مبتنی بر هدف) از نوع معیارمحور بود. یافته ها: پس از انجام مصاحبه های تخصصی با گروه منتورها، به عنوان ارائه دهندگان بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ و تحلیل داده های به دست آمده از مصاحبه ها، مفهوم ها و درون مایه های اصلی و فرعی مشخص شدند. مفهوم ها و درون مایه های اصلی و فرعی به دست آمده، با سوال های اصلی پژوهش، یعنی «چیستی» و «چگونگی» تجارب زیسته منتورها از پدیده بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ انطباق داشت که به ۸ خوشه کلی دسته بندی شدند. این خوشه ها عبارت اند از: مقوله محوری، تسهیلگر، الزامات، تعدیلگر، بستر، محدودیت، استراتژی و پیامد. ۱۸ درون مایه اصلی هر یک از خوشه ها عبارت بود از: مقوله محوری؛ تسهیم دانش؛ تسهیلگر؛ شایستگی های منتور، شایستگی های منتی و حساسیت های بین فردی؛ الزامات؛ شایستگی های فردی منتور و شایستگی های فنی منتور؛ تعدیلگر؛ ویژگی های منتی و محتوای بازخورد؛ بستر؛ حمایت سازمانی و فرهنگ سازمانی؛ محدودیت؛ ویژگی های منتی، ویژگی های منتور و شیوه ارائه بازخورد؛ استراتژی؛ شیوه بازخورد فنی، شیوه بازخورد توسعه ای و شیوه بازخورد اجتماعی؛ پیامد؛ پیامدهای فردی و پیامدهای سازمانی. همچنین ۸۴ درون مایه فرعی مربوط به فهم تجارب زیسته منتورها از پدیده بازخورد اثربخش شناسایی شد. نتیجه گیری: با توجه اهمیت برنامه های منتورینگ در توسعه سرمایه انسانی، بایسته است که مولفه های شناسایی شده در طی تجارب کسب شده از ارائه بازخورد اثربخش، برای بهبود عملکرد و دستیابی به نتایج مورد انتظار، در کانون توجه مدیران و افراد مسئول در حوزه مربوطه قرار گیرد. نتایج کسب شده، معیارهای مناسبی برای اثربخشی هرچه بیشتر بازخورد است و افراد را قادر می سازد تا وظایفی را که برعهده دارند با موفقیت به انجام برسانند. استفاده از مدل این پژوهش، می تواند فرایند طراحی و بسط بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ را در سطح کلان فرهنگ سازی کند و در سطح سازمان ها نیز با سهولت بیشتری عملیاتی شود. افزون بر این، موجب توسعه حوزه نظری در سطح بین المللی می شود؛ از این رو ارزش افزوده این مطالعه را می توان آگاهی و تسهیل فرایند بازخورد اثربخش در روابط منتورینگ در بستر سازمان ها با آگاهی و الگوبرداری از مفاهیم و درون مایه های مدل ارائه شده برای متخصصان ماهر و شایسته دانست. تشکیل کارگروه تخصصی، برای نظارت بر کارایی و اثربخشی بازخورد در روابط منتورینگ، بسیار اهمیت دارد. با توجه به اهمیت موضوع پژوهش، برای کاوش عمیق تر و دستاوردهای تجربی غنی تر، لازم است تا به منظور دستیابی به رهنمودهای ...

کلمات کلیدی:

بازخورد، بازخورد اثربخش، تجارب زیسته، منتورینگ

