

رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی

دوره ۹، شماره ۳۵، زمستان ۱۴۰۰

ص: ۴۴-۲۹

تأثیر ابعاد قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌های ورزشی

وحید ملک محمودی^۱ - زینب مندعلی زاده^{۲*} - کریم زهره وندیان^۳

۱. کارشناس ارشد، مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران ۲. استادیار، گروه مدیریت ورزشی،

دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران ۳. استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه

اراک، اراک، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۱۱، تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۱/۲۹)

چکیده

باشگاه‌های ورزشی برای برآورده کردن رضایت و انتظارات مشتریان به ایجاد تغییر تشویق شده‌اند. به دلیل رشد تجاری‌سازی و حرفه‌ای‌گرایی صنعت ورزش، قابلیت باشگاه‌های ورزشی برای ایجاد نوآوری و عملکرد نوآورانه حائز اهمیت است. از این رو، هدف پژوهش حاضر، تأثیر ابعاد قابلیت نوآوری بر عملکرد باشگاه‌های ورزشی بود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت، همبستگی است که به صورت پیمایشی انجام شد. از پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها توسط ده نفر از اساتید صاحب‌نظر مدیریت ورزشی تأیید و پایایی آن‌ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ مناسب به دست آمد. نمونه آماری شامل مربیان و صاحبان باشگاه‌های ورزشی استان لرستان به تعداد ۲۵۰ نفر بود. از آمار توصیفی و استنباطی و رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد ابعاد قابلیت نوآوری بر عملکرد باشگاه‌های ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد و بُعد ساختار نوآوری بیشترین تأثیر و دانش خارجی، رهبری، دانش فردی و فرهنگ نوآوری به ترتیب به عنوان مؤلفه‌های قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌های ورزشی تأثیر مثبت و معناداری داشته است. به نظر می‌رسد باشگاه‌های ورزشی با بهره‌گیری از قابلیت نوآوری بتوانند به صورت خلاقانه و با رویکردهای متنوع بهبود عملکرد نوآورانه را داشته باشند و در نتیجه نسبت به باشگاه‌های دیگر پیشگام و در ایجاد مزیت رقابتی و سودآوری پیش‌قدم باشند. پیامد توسعه قابلیت نوآوری می‌تواند در ایجاد تمایز و نوآوری در باشگاه‌های ورزشی برای صاحبان باشگاه‌ها سودمند باشد.

واژه‌های کلیدی

باشگاه ورزشی، پیشگامی، ساختار نوآوری، عملکرد نوآوری، قابلیت نوآوری.

مقدمه

صنعت ورزش، صنعتی بزرگ و در حال رشد است و ارزش آن در سطح جهان حدود ۶۰۰ میلیارد دلار برآورد شده است که در این راستا یکی از ابعاد صنعت ورزش، کسب و کارهای ورزشی و از آن جمله باشگاههای ورزشی است (۴). اثرات اقتصادی توسعه کسب و کارهای ورزشی از جمله باشگاههای ورزشی در جهان قابل مشاهده است (۲۹). در این راستا به دلیل رشد تجاری سازی و حرفه ای-گرایی در صنعت ورزش قابلیت باشگاههای ورزشی برای ایجاد نوآوری حائز اهمیت است. درواقع باشگاههای ورزشی برای برآورده کردن رضایت و انتظارات مشتریان به ایجاد تغییر تشویق شده اند (۲۱). در ایران نیز باشگاههای ورزشی به لحاظ اشتغال زایی، در سالهای اخیر مورد توجه قرار گرفته است، به طور مثال می توان جمعیتی بالغ بر ۳۰ هزار نفر را به عنوان بخش حرفه ای و اشتغال زایی فقط در بخش باشگاههای بدن سازی مورد توجه قرار داد (۱) و چنانچه این باشگاهها بخواهند در محیط رقابتی موجود دوام داشته باشند ملزم به ایجاد نوآوری و در نتیجه بهبود عملکرد نوآورانه هستند (۲).

عملکرد نوآورانه یکی از مهم ترین معیار سنجش موفقیت در شرکت های تجاری به حساب می آید. نوآوری مهم ترین منبع مزیت رقابتی است، زیرا می تواند منجر به تولید محصولات جدیدی شود که نیازهای مشتریان را بهتر تأمین کنند، نوآوری می تواند کیفیت محصولات موجود را بهبود دهد یا می تواند هزینه های تولید محصولات مورد درخواست مشتریان را کاهش دهد. دانش جدید برای توسعه محصولات یا ایده های جدید و نو ضروری است. در کل جمع آوری و ادغام مستمر دانش جدید به نوآوری منجر خواهد شد. عملکرد نوآورانه با خلق دانش مورد نیاز برای توسعه محصول و فرایندهای تولیدی جدید یا بهبود فرایندهای موجود به دست می آید (۹). عملکرد نوآورانه

اشاره به توانایی شرکت برای اینکه اولین کاربر ایده ها، ابزارآلات، سیستم ها، خط مشی ها، برنامه ها، فرایندها، محصولات و خدمات جدید باشد، دارد. عملکرد نوآورانه، از طریق دروندادهای نوآورانه تعریف می شود. بدین معنی که تبدیل داده به خروجی و سرانجام خروجی نوآورانه با عملکرد شرکت در ارتباط است (۱۳). پژوهش های قابل ملاحظه ای در رابطه با سنجش عملکرد نوآورانه وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش های مختلف نشان می دهد که شرکت هایی که به صورت ویژه به موضوع نوآوری توجه می کنند، سهم بازار و سود خود را به میزان قابل ملاحظه ای افزایش می دهند (۲۶). از طرف دیگر، مسئله اساسی در عملکرد باشگاههای ورزشی این است که بر اساس آمارهای موجود مدت استمرار کسب و کارهای ورزشی و از آن جمله باشگاههای ورزشی در طول زمان کاهش داشته است، به گونه ای که تنها ۸/۵٪ بالاتر از ۲۱ سال دوام داشته اند (۸) که این می تواند نشان از عملکرد نامناسب کسب و کارهای ورزشی باشد و در این راستا به نظر می رسد یکی از راهبردهای دوام و توسعه باشگاههای ورزشی، عملکرد نوآورانه باشگاههای ورزشی و در نتیجه تلاش برای توسعه قابلیت نوآوری در این نوع کسب و کارها است.

نوآوری در ورزش از راه های بی شمار و در ساختارهایی همچون تیم های ورزشی، سازمان های ورزشی، باشگاه های ورزشی و حتی بازیکنان رخ می دهد. باشگاه های ورزشی گاه استراتژی های جدیدی را به منظور بهبود عملکردشان به کار می گیرند (۲۱). رشته های ورزش جدید یا فعالیت هایی نوین، نوع خاصی از نوآوری خدمات به کار گرفته شده در باشگاه های ورزشی هستند مانند زومبا (یک برنامه آمادگی حرکات موزون) که مثالی از فعالیت های جسمانی تفریحی جدید در دهه ۹۰ است. کوشش هایی که برای معرفی و فروش کالاها و خدمات ورزشی انجام می شود و ورزش هایی

بیرونی، یادگیری در مورد مشتریان و رقبا) بود. به‌طور کلی می‌توان گفت یکی از شاخص‌های کارآفرینی، رقابت‌طلبی است که این رقابت‌طلبی به میزان زیادی بستگی به تولید نوآوری در آینده دارد. درواقع عملکرد سازمانی تا اندازه زیادی به قابلیت نوآوری بستگی دارد (۲۶). اهمیت قابلیت نوآوری در باشگاه‌های ورزشی به دلیل ایجاد مزیت رقابتی، دوام کسب‌وکار و نیز رشد و توسعه عملکرد نوآورانه کسب‌وکارها است (۱۳).

تحقیقات پراکنده‌ای در ارتباط با قابلیت نوآوری و عملکرد نوآوری انجام شده است. ازجمله تحقیقات درزمینهٔ قابلیت نوآوری، پژوهش میرفخرالدینی و همکاران (۱۳۸۹) است که ارتباط مدیریت دانش و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط را گزارش دادند (۹). سلطانی و همکاران (۱۳۹۷) نیز به بررسی عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال پرداختند و نتایج تحقیق ایشان نشان داد که کارایی، نوآوری و پاسخگویی به مشتری مهم‌ترین عوامل مزیت رقابتی در باشگاه‌های فوتبال است. در این تحقیق بر تئوری منبع محور تأکید شده بود (۳). نائیچی و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر نقش میانجی فرهنگ نوآوری و قابلیت دانش بر گرایش کارآفرینانه باشگاه‌های ورزشی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که فرهنگ نوآوری و قابلیت مدیریت دانش بر گرایش کارآفرینانه اثرگذار است (۱۰). قبادی عنصودی و همکاران (۲۰۱۶)، ارتباط بین مؤلفه‌های مدیریت دانش ازجمله بیرونی سازی دانش را با نوآوری سازمانی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان را گزارش دادند (۶). هال و لیو^۲ (۲۰۰۶) عوامل اثرگذار بر قابلیت نوآوری سازمان‌های ورزشی غیرانتفاعی را مورد مطالعه قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که بُعد مالی (حامیان مالی، تعادل مالی)، بُعد منابع انسانی (داوطلبان و کارکنان)، بُعد

که محصول تعریف می‌شود، می‌تواند آثار مهمی در بقای قابلیت سودآوری و رشد بلندمدت سازمان داشته باشد (۲). نوآوری نیازمند زیرساخت‌هایی است که به‌طور کلی می‌توان آن‌ها را به دو دسته بالقوه و بالفعل تقسیم کرد. از بخش بالقوه آن تحت عنوان قابلیت نوآوری و از قسمت بالفعل آن تحت عنوان ایجاد نوآوری یاد می‌شود. سنجش قابلیت نوآوری، می‌تواند مدیران بنگاه‌ها را در سرمایه‌گذاری‌ها، سوق دادن منابع به مسیرهای مناسب و نیز انتخاب روش‌های مناسب برای اکتساب فناوری کمک کند (۱۴). به عقیده نیول و سوان (۱۹۹۵) قابلیت نوآوری سازمان‌های حاکم بر ورزش جهت دستیابی به منابع (جدید)، دوام و ترویج ورزش خود و همین‌طور توسعهٔ ورزش به‌صورت کلی، گسترش نوآوری‌ها و عملکردها یا قوانین جدید بااهمیت است (۲۱). سازمان‌های ورزشی فرصت‌ها و محدودیت‌های ویژه‌ای دارند که بر قابلیت نوآوری آن‌ها اثر می‌گذارد (۲). سانلیا و اوکو^۱ (۲۰۱۲) در تحقیقی ابعاد قابلیت نوآوری را شناسایی کردند که در این راستا، به پنج مؤلفه قابلیت نوآوری فردی، رهبری، فرهنگ نوآوری، ساختار نوآوری و بهره‌گیری از دانش خارجی اشاره کردند. قابلیت نوآوری فردی، صورت ذهنی ایده‌ها، واقعیت‌ها، مفاهیم، داده‌ها و تکنیک‌های ثبت‌شده در حافظه فرد است و مبتنی بر اطلاعاتی است که باتجربه، باورها، ارزشمندی‌های شخصی، همراه با تصمیم عمل وی، دگرگون و باور می‌شود. از دیگر مؤلفه‌های قابلیت نوآوری، رهبری مشارکتی (سبک رهبری، نظارت و کنترل مدیریت منابع، مدیریت اشخاص)، ساختار (ساختار سازمانی و فرایندهای عملیات، ایده سازی و مدیریت پاداش، سطح عدم تمرکز، ارتباطات متقابل کارکردی)، فرهنگ نوآوری (نگرش به نوآوری، ارتباطات، همکاری، ارزش‌های مشترک)، بهره‌گیری از دانش خارجی (دانش محیط

کاربر (انتظارات و مشتریان) و بُعد استراتژیک (ذی‌نفعان، خدمات ورزشی، شبکه ورزشی) بر قابلیت نوآوری اثرگذارند (۱۷). پردو-اورتیز و همکاران^۱ (۲۰۰۶)، به بررسی ارتباط بین مدیریت کیفیت جامع و قابلیت نوآوری پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مدیریت کیفیت جامع در یک شرکت بر قابلیت نوآوری اثرگذار است و در این راستا رهبری به‌عنوان یکی از فاکتورهای مدیریت کیفیت جامع نقش مهمی در توسعه قابلیت نوآوری دارد. اسکارزینسکی و گیسون^۲ (۲۰۰۸) نیز بر نقش و اهمیت رهبری در توسعه قابلیت نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط تأکید کردند. ازجمله تحقیقات خارجی انجام‌شده، پژوهش سانلیا (۲۰۱۶) است که به اندازه‌گیری عملکرد قابلیت نوآوری در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پرداختند و به این نتیجه رسید که توسعه چارچوب قابلیت نوآوری از طریق مدیریت عملکرد به دست می‌آید. ازجمله عناصر تشکیل‌دهنده چارچوب اندازه‌گیری قابلیت نوآوری عبارت بود از: فرهنگ رهبری، جو کاری و سازمان‌دهی ساختاری، ایده پردازی و سازمان، بهره‌برداری دانش بیرونی، توسعه دانش و فعالیت فردی (۲۵). جی‌منز و همکاران^۳ (۲۰۱۹)، به بررسی اثر اجرای مدیریت کیفیت جامع بر قابلیت نوآوری یک شرکت با نقش میانجی بازارگرایی و مدیریت دانش پرداختند، نتایج این تحقیق نشان داد که مدیریت کیفیت جامع بر قابلیت نوآوری اثر دارد و بازار گرایی و هم مدیریت دانش هر دو نقش میانجی را در تأثیر بین مدیریت کیفیت جامع و قابلیت نوآوری دارند (۲۰). یانگ و همکاران^۴ (۲۰۱۹)، به بررسی چگونگی نقش ادراک مدیران از فشار نهادی و اثرات آن بر قابلیت نوآوری پرداختند. یافته‌های پژوهش آن‌ها حاصل از تحقیقات اولیه و سه مجموعه داده از شرکت‌های موردنظر آنان در چین، نشان داد که فشارهای ادراک‌شده

مدیران از کسب‌وکارها و نیز فشارهای اجتماعی به‌طور مثبتی با تمرکز بر استراتژی محیطی پیشگامی، مرتبط است که در نتیجه باعث توسعه قابلیت نوآوری در این شرکت‌ها می‌شود (۲۸). علاوه بر این، مروری بر تحقیقات داخلی نشان داد که در مورد قابلیت نوآوری در ورزش تحقیقی انجام نگرفته است. از سوی دیگر تحقیقات خارجی نیز اندک بوده و اولین تحقیقات انجام‌شده در این زمینه به سال ۱۹۹۵ برمی‌گردد و از تازه‌ترین تحقیقات در حیطه نوآوری می‌توان به تحقیق رتن (۲۰۱۷) اشاره کرد (۲۳). اخیراً رتن (۲۰۱۸)، به اهمیت مدیریت نوآوری در ورزش و رشد روزافزون صنعت ورزش در نتیجه افزایش اوقات فراغت و تفریحات ورزشی اشاره داشته است (۲۴) و نوآوری را قلب ورزش معرفی کرده است که بدون نوآوری، ورزش، به‌عنوان صنعت شناخته نمی‌شود و فاقد مزیت رقابتی است. در واقع، این تحقیقات پیامد و نتایج نوآوری را اشاره کرده‌اند.

مسئله حال حاضر در کسب‌وکارهای ورزشی، فقدان توجه کافی به نوآوری و عملکرد نوآورانه در ورزش است که یکی از این عوامل می‌تواند به فقدان پرورش ظرفیت نوآورانه در کسب‌وکارهای ورزشی و به‌طور خاص باشگاه‌های ورزشی برگردد. از طرف دیگر به دلیل آنکه اقتصاد کشورهای درحال توسعه همانند کشورهای توسعه‌یافته و پیشرفته، دانش‌بنیان و به‌اصطلاح نوآور محور نیست و در حال گذر از اقتصاد عامل محور است، در نتیجه نوآوری در بنگاه‌ها یا کسب‌وکارها چندان جستجو نمی‌شود. در این راستا، بر اساس تحقیق انجام‌شده نیز مدت استمرار کسب‌وکارهای ورزشی در طول زمان کاهش داشته است که یکی از دلایل برای عدم استمرار کسب‌وکارهای ورزشی می‌تواند فقدان عملکرد نوآورانه در این نوع کسب‌وکارها باشد که پیامد آن، محو شدن در رقابت‌های فشرده کنونی است. از طرف دیگر،

3 . Jimenez et al

4 . Yang et al

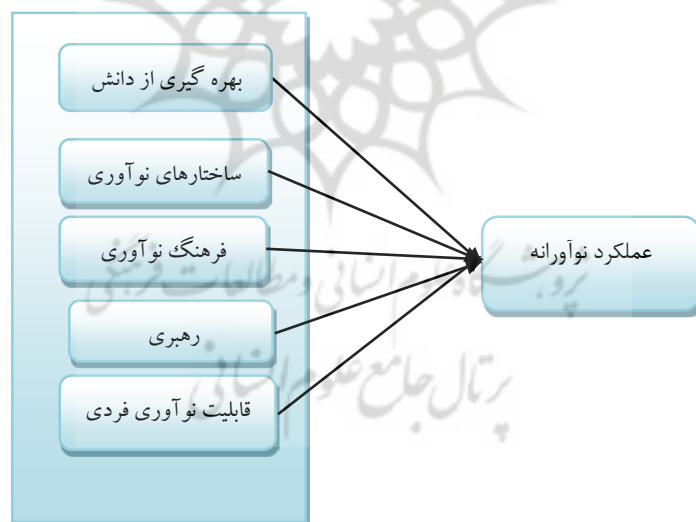
1 . Perdomo-Ortiz

2 . Skarzynski & Gibson

موضوع ظرفیت نوآوری و ضرورت اندازه‌گیری آن در ادبیات مدیریت نوآوری و مدیریت فناوری از آن جهت دارای اهمیت است که قابلیت نوآوری شرط لازم جهت تحقق نوآوری در یک بنگاه اقتصادی است. به عبارت دیگر بدون برخورداری از سطحی از قابلیت نوآوری، انجام نوآوری (اعم از نوآوری در محصول/خدمت و یا نوآوری در فرایند) امکان‌پذیر نخواهد بود (۱۲). در این راستا، تحقیقات پراکنده‌ای به بررسی قابلیت نوآوری در سازمان‌ها پرداخته‌اند؛ اما تحقیقی که به بررسی و شناسایی قابلیت نوآوری در ورزش بپردازد انجام نشده است. درواقع تحولات سریع علم و فناوری در صنعت ورزش کارآفرینان و سرمایه‌گذاران ورزشی را نیازمند به‌کارگیری رویکردهای خلاقانه و نوآورانه کرده است. در این شرایط کسب‌وکارهای ورزشی با تکیه بر نوآوری، به دنبال بهبود عملکرد و افزایش مزیت رقابتی خود بوده‌اند.

علاوه بر این آمار اداره کل ورزش و جوانان استان لرستان نشان می‌دهد که بیش از ۴۰ درصد باشگاه‌های ورزشی را باشگاه‌های بدن‌سازی تشکیل می‌دهد که با توجه به میزان اشتغال‌زایی عدد قابل توجهی است و به نظر می‌رسد با توجه به اهمیت نوآوری در باشگاه‌های ورزشی، توجه به عملکرد نوآورانه از سوی کارآفرینان در این استان می‌تواند دوام این کسب‌وکارها را افزایش دهد. با توجه به اهمیت قابلیت نوآوری و عملکرد نوآورانه بر موفقیت سازمان‌ها و تأثیر آن بر بهبود عملکرد سازمانی و عدم وجود تحقیقی در زمینهٔ باشگاه‌های ورزشی، هدف این تحقیق بررسی تأثیر ابعاد قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآورانه در باشگاه‌های ورزشی است.

مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت توصیفی همبستگی بود که به‌صورت پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مربیان و صاحبان باشگاه‌های ورزشی استان لرستان بود که بر

اساس آمار اداره ورزش و جوانان استان لرستان (سال ۱۳۹۸) ۴۵۰ نفر بودند. از آنجایی که مربیان و صاحبان باشگاه‌های ورزشی به‌صورت مستقیم با مشتریان ورزشی در ارتباط بوده و به‌صورت عملی درگیر در باشگاه‌های ورزشی بودند، این گروه‌ها به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد. منظور از

باشگاه‌های ورزشی، باشگاه‌های تناسب‌اندام، بدن‌سازی و ابروبیک بوده است. تعداد نمونه آماری بر اساس روش تحقیق که استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری است

حداقل ۲۰۰ نمونه باید در نظر گرفته شود. حجم نمونه آماری در جدول شماره ۱ نشان داده شده است. استراتژی نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای بوده است.

جدول ۱. حجم نمونه آماری

شهر	جامعه	نمونه
خرم‌آباد	۱۴۰	۶۵
درود	۵۰	۲۸
الیگودرز	۴۹	۲۷
بروجرد	۸۵	۴۵
ازنا	۳۴	۲۵
کوه‌دشت	۴۲	۲۸
پلدختر	۱۵	۱۰
نورآباد	۲۰	۱۲
الشتر	۱۵	۱۰
مجموع	۴۵۰	۲۵۰

می‌شود تا هر آیت‌م را بر اساس طیف سه‌قسمتی «ضروری است»، «مفید است ولی «ضرورتی ندارد» و «ضرورتی ندارد» بررسی نماید.

بر این اساس، از ۱۰ نفر از استادان مدیریت ورزشی استفاده شد و مقدار CVR به‌دست‌آمده برای پرسشنامه قابلیت نوآوری ۰/۸۹ و برای پرسشنامه عملکرد نوآوری ۰/۹۲ بود، در نتیجه پرسشنامه از روایی خوبی برخوردار بود. جدول شماره ۲ پایایی هر یک از سازه‌های تحقیق را نیز نشان می‌دهد. هم‌چنین در ادامه روایی سازه پرسشنامه‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی به دست آمد. به‌منظور تحلیل عاملی تأییدی از نرم‌افزار LISREL نسخه ۸/۸ استفاده شد.

پرسشنامه‌های مورد استفاده در پژوهش شامل: پرسشنامه قابلیت نوآوری که محقق ساخته بود و بر اساس مدل سانلیا و اوکو (۲۰۱۲) طراحی گردید (۲۶). پرسشنامه عملکرد نوآورانه هانگ و همکاران^۱ (۲۰۱۱) که استاندارد است (۱۸). برای ارزیابی روایی محتوایی از نظر متخصصان در مورد میزان هماهنگی محتوای ابزار اندازه‌گیری و هدف پژوهش، استفاده شد. برای این منظور دو روش کیفی و کمی در نظر گرفته شد. در بررسی کیفی پژوهشگر از متخصصان درخواست می‌کند تا بازخورد لازم را در ارتباط با ابزار ارائه دهند که بر اساس نظرات آن‌ها، پرسشنامه مجدداً اصلاح شد. برای بررسی روایی محتوایی به شکل کمی، از ضریب نسبی روایی محتوا^۲ CVR استفاده می‌شود. برای تعیین CVR از متخصصان درخواست

جدول ۲. پایایی پرسشنامه

متغیر	ابعاد	تعداد سؤالات	ضریب آلفای کرونباخ
ابعاد قابلیت نوآوری	بهره‌گیری از دانش خارجی	۵	۰/۹۸۳
	فرهنگ نوآوری	۵	۰/۹۶۰
	رهبری	۷	۰/۸۹۲
	ساختارهای نوآوری	۵	۰/۸۷۹
	قابلیت نوآوری فردی	۵	۰/۹۵۰
عملکرد نوآورانه	نوآوری محصول	۶	۰/۹۷۲
	نوآوری فرایند	۵	۰/۸۶۴
	نوآوری سازمانی	۵	۰/۹۲۰

یافته‌های تحقیق

لیسانس، ۲۰ درصد فوق لیسانس داشتند و ۱/۵ درصد دارای مدرک دکتری بودند. میانگین سنی صاحبان باشگاه‌های ورزشی، ۳۸/۵ بود. علاوه بر این، در جدول ۳ معیارهای توصیفی متغیرهای تحقیق آورده شده است.

یافته‌های توصیفی نشان داد که ۷۵ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد و ۲۵ درصد باقیمانده زن بوده‌اند. ۸ درصد دیپلم و زیر دیپلم، ۱۰/۵ درصد فوق دیپلم، ۶۰ درصد

جدول ۳. معیارهای توصیفی متغیرهای تحقیق

ردیف	متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس	تعداد سؤالات	نقطه برش
۱	بهره‌گیری از دانش	۱۶/۲۱	۵/۲۱	۱۵	۵	۲۴/۳
۲	رهبری	۲۲/۳۴	۷/۱۸	۲۱	۷	۴۸/۴۲
۳	فرهنگ نوآوری	۱۶/۵۶	۵/۲۶	۱۵	۵	۲۵/۱۱
۴	ساختار نوآوری	۱۷/۲۳	۵/۳۷	۱۵	۵	۲۴/۱۸
۵	قابلیت نوآوری فردی	۱۵/۹۴	۵/۱۴	۱۵	۵	۲۴/۸۶
۶	نوآوری در محصول	۲۰/۴۷	۵/۳۹	۱۸	۶	۲۵/۱۳
۷	نوآوری در فرایند	۱۵/۶۲	۵/۰۴	۱۵	۵	۲۴/۱۲
۸	نوآوری سازمانی	۱۵/۳۱	۵/۰۱	۱۵	۵	۲۳/۹۶

۰/۰۵ معنی‌دار نبود؛ بنابراین داده‌های موجود نرمال بوده و نیز با توجه به جدول ۴ مقادیر چولگی و کشیدگی که بین مثبت و منفی ۱/۹۶ بود. در نتیجه نشانگر نرمال بودن متغیرها است. با توجه به نرمال بودن داده‌ها، تحلیل عاملی تأییدی برای پرسشنامه‌ها اجرا شد. ضرایب استاندارد شده بارهای عاملی یا تحلیل عاملی تأییدی و مقدار معناداری تی

توجه به اینکه مقدار میانگین $\pm$ انحراف معیار هر متغیر بیشتر از نقطه برش مربوط به آن متغیر است در نتیجه نشان‌دهنده این است که میزان هر متغیر بالاتر از حد متوسط است. به منظور بررسی نرمال بودن متغیرها با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، نمره Z برای هر متغیر محاسبه شد. چون مقدار Z در سطح آلفای بالاتر از

در جدول ۵ و ۶ نشان داده شده است بر این اساس تمامی بارهای عاملی بالاتر از ۰/۳ بوده و مقادیر تی نیز در سطح ۰/۰۱ (مقادیر تی بالاتر از ۱/۹۶) معنادار بود که نشان می‌دهد سؤالات از قدرت تبیین مناسبی برخوردار بودند.

جدول ۴. نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و میزان چولگی و کشیدگی متغیرها

متغیر	آماره z	p-value	چولگی	کشیدگی
قابلیت نوآوری	۱/۱۳۲	۰/۱۵	۰/۹۲۶	-۰/۷۵۹
عملکرد نوآورانه	۱/۲۵۶	۰/۰۸	-۰/۴۷۴	-۰/۷۴۱

جدول ۵. مقدار بار عاملی استاندارد شده و آماره تی برای مفهوم قابلیت نوآوری

متغیرها	سؤالات پرسشنامه	بار عاملی	مقدار تی
بهره‌گیری از دانش	q1	۰/۷۱	۱۲/۰۹
	q2	۰/۸۲	۱۵/۱۳
	q3	۰/۸۳	۱۴/۳۹
	q4	۰/۳۳	۵/۷۰
	q5	۰/۵۵	۲/۵۷
	q6	۱/۰۰	۱
رهبری	q7	۰/۸۹	۴/۹۰
	q8	۰/۶۳	۲/۸۸
	q9	۰/۹۳	۴/۸۷
	q10	۰/۳۱	۳/۵۹
	q11	۰/۵۳	۴/۷۸
	q12	۰/۳۳	۵/۶۱
فرهنگ نوآوری	q13	۰/۷۲	۱۱/۶۸
	q14	۰/۸۱	۱۳/۵۹
	q15	۰/۷۵	۱۳/۷۸
	q16	۰/۵۷	۲/۷۵
	q17	۰/۳۹	۵/۲۲
	q18	۰/۳۶	۶/۵۰
ساختار نوآوری	q19	۰/۵۵	۱۰/۸۳
	q20	۰/۵۲	۱۰/۰۱
	q21	۰/۶۱	۱۲/۳۷
	q22	۰/۵۵	۱۱/۳۲
قابلیت نوآوری فردی	q23	۰/۵۷	۱۲/۰۷
	q24	۰/۵۷	۹/۹۶
	q25	۰/۴۳	۷/۱۷
	q26	۰/۳۶	۲/۶۲
	q 27	۰/۳۷	۲/۸۱

مدل اندازه‌گیری می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری نمود که مدل از لحاظ شاخص‌ها در وضعیت مناسبی قرار دارد. در واقع میزان این شاخص‌ها (برازندگی تطبیقی، شاخص نیکویی برازش، شاخص برازندگی افزایشی، شاخص برازش غیر نرم و شاخص برازش هنجار شده) باید بالاتر از ۰/۹ باشد تا مدل برازش خوبی داشته باشد (۱۱).

مقادیر کای دو به درجه آزادی (۲/۴۷)، ریشه میانگین مجذورات تقریب^۲ (۰/۰۸۰)، برازندگی تطبیقی^۳ (۰/۹۱)، شاخص نیکویی برازش^۴ (۰/۹۲)، شاخص برازندگی افزایشی^۵ (۰/۹۱)، شاخص برازش غیر نرم^۶ (۰/۹۰) و شاخص برازش هنجار شده^۷ (۰/۹۲) برای هر یک از متغیرهای مناسب به دست آمد. با توجه به شاخص‌های

جدول ۶. مقدار بار عاملی استاندارد شده و آماره تی برای مفهوم عملکرد نوآورانه

متغیرها	سؤالات پرسشنامه	بار عاملی	مقدار تی
نوآوری در محصول	a1	۰/۷۰	۱۱/۸۶
	a2	۰/۸۱	۱۵/۰۲
	a3	۰/۸۴	۱۴/۶۵
	a4	۰/۳۱	۵/۳۶
	a5	۰/۳۴	۲/۵۳
	a6	۰/۴۲	۳/۳۹
نوآوری در فرایند	a7	۰/۵۴	۸/۸۹
	a8	۰/۵۴	۸/۲۰
	a9	۰/۳۱	۳/۸۲
	a10	۰/۴۸	۵/۲۷
	a11	۰/۳۱	۵/۲۱
	a12	۰/۷۳	۱۱/۷۱
نوآوری سازمانی	a13	۰/۸۳	۱۳/۸۷
	a14	۰/۷۸	۲/۲۷
	a15	۰/۶۵	۲/۳۷
	a16	۰/۸۷	۴/۷۴

مقادیر کای دو به درجه آزادی (۲/۶۱)، ریشه میانگین مجذورات تقریب (۰/۰۸۴)، برازندگی تطبیقی (۰/۹۱)، شاخص نیکویی برازش (۰/۹۰)، شاخص برازندگی افزایشی (۰/۹۱)، شاخص برازش غیر نرم (۰/۹۲) و شاخص برازش هنجار شده (۰/۹۱) برای هر یک از متغیرهای مناسب به دست آمد. در شکل ۲ مدل‌سازی معادلات ساختاری در حالت استاندارد نشان داده شده است.

4 . GFI (Goodness of Fit Index)

5 . IFI (Incremental Fit Index)

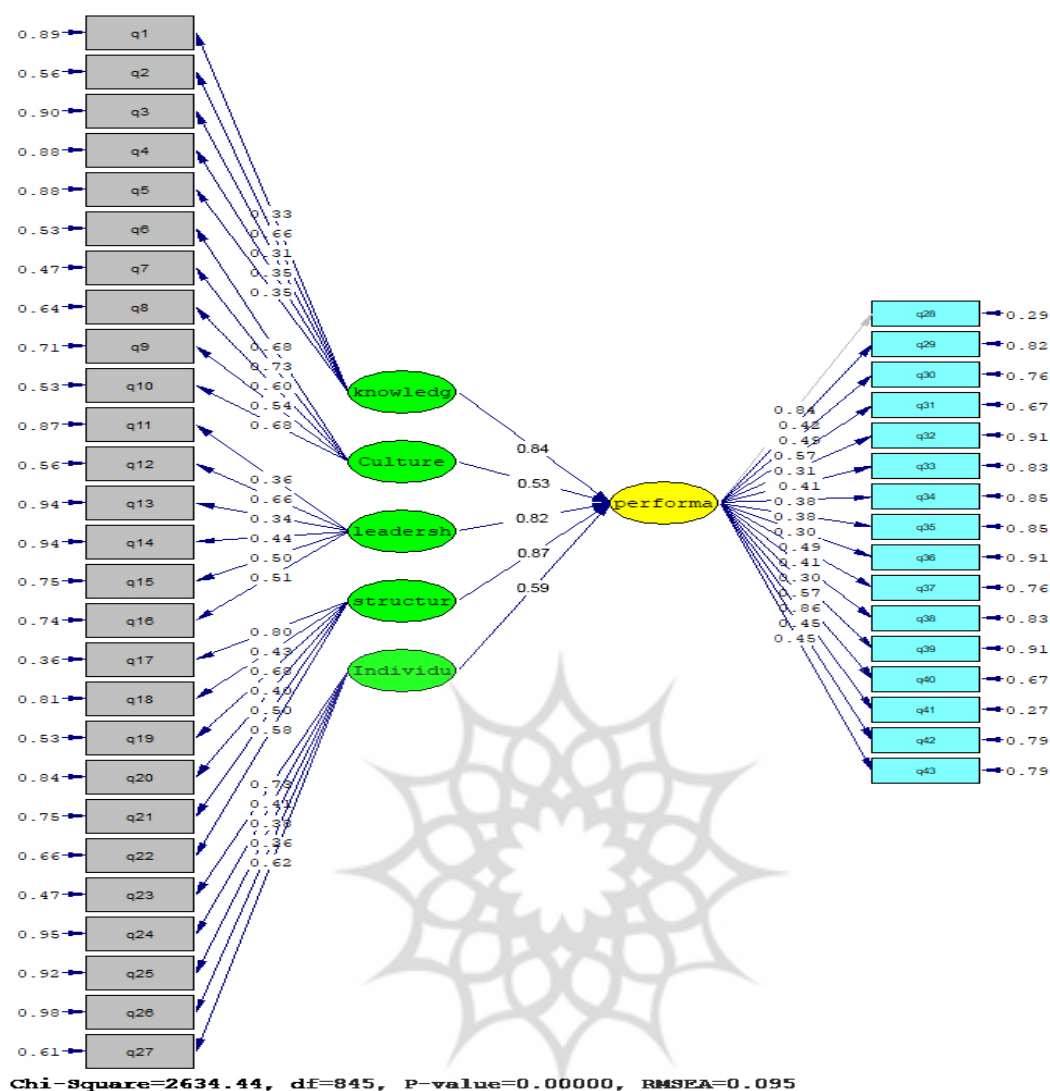
6 . NNFI

7 . NFI

1 . X^2

2 . RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)

3 . CFI (Comparative Fit Index)



شکل ۲. مدل سازی معادلات ساختاری در حالت استاندارد

جدول ۷. میزان تأثیر متغیرها و مقادیر تی

اثر متغیرها	میزان اثر	مقدار تی	نتیجه
بهره‌گیری از دانش خارجی ← عملکرد نوآورانه	۰/۸۴	۳/۰۵	تأیید
رهبری ← عملکرد نوآورانه	۰/۸۲	۳/۰۰	تأیید
فرهنگ نوآوری ← عملکرد نوآورانه	۰/۵۳	۲/۴۵	تأیید
ساختار نوآوری ← عملکرد نوآورانه	۰/۸۷	۲/۹۶	تأیید
قابلیت نوآوری فردی ← عملکرد نوآورانه	۰/۵۹	۱/۹۹	تأیید

مقادیر تی نیز در سطح ۰/۰۰۱ (مقادیر تی بالاتر از ۱/۹۶)

معنادار بوده است.

همان‌گونه که جدول ۷ نشان می‌دهد همه متغیرها بر

عملکرد نوآورانه تأثیر مثبت و معناداری داشته است و

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل برای مدل ساختاری تحقیق

شاخص‌های بررسی شده	میزان استاندارد	مقدار برآورد شده مدل
χ^2/df	کمتر از ۵	۳/۱۱۷
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۹۵
CFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵
IFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۵
GFI	بیشتر از ۰/۸	۰/۹۳
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱

نتایج نشان می‌دهد شاخص‌های دو وقتی حجم گروه نمونه برابر با ۷۵ تا ۲۰۰ باشد مقدار مجذور کای یک اندازه معقول برای برازندگی است اما برای مدل‌های با حجم بزرگ‌تر، مجذور کای اگر بزرگ‌تر از ۳ و کوچک‌تر از ۵ باشد نتایج با اغماض قابل قبول است. در نتیجه مدل از لحاظ شاخص‌ها در وضعیت مناسبی قرار دارد و نشان‌دهنده برازش مطلوب مدل با داده‌ها است که در جدول ۸ نشان داده شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

برای نوآور بودن، یک سازمان باید قابلیت نوآوری‌اش را توسعه دهد. مدیریت خلاقیت و قابلیت‌ها شبیه قابلیت نوآوری یکی از عناصر اساسی سازمان‌های نوآور است. امروزه زمانی که سازمان‌ها در یک محیط رقابتی فعالیت می‌کنند، توسعه قابلیت نوآوری ضروری است (۲۵). سازمان‌های ورزشی از جمله باشگاه‌های ورزشی نیز برای ادامه حیات و به دست آوردن مزیت رقابتی ناگزیر به نوآوری هستند چراکه اگر چنین نوآوری در باشگاه‌های ورزشی وجود نداشته باشد حمایت مالی، حمایت ذی‌نفعان و به‌طور کلی عملکرد باشگاه در خطر می‌افتد. درواقع لازمه چنین نوآوری‌هایی، توسعه و به‌کارگیری قابلیت نوآوری در باشگاه‌های ورزشی است. در این راستا، به نظر می‌رسد توسعه قابلیت نوآوری در باشگاه‌های ورزشی بتواند بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌ها اثرگذار باشد. در نتیجه هدف این

مقاله، بررسی تأثیر ابعاد قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌های ورزشی بود.

نتایج نشان داد که بهره‌گیری از دانش خارجی بر عملکرد نوآوری در باشگاه‌های ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج پژوهش قبادی عنصردی و همکاران (۲۰۱۶)، سانلیا و اوکو (۲۰۱۲) و میر فخرالدینی و همکاران (۲۰۱۱) هم‌راستا است (۶،۲۶،۹). به نظر می‌رسد بهره‌گیری از دانش خارجی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و گفتمان حاصل از این ارتباطات در تقویت دانش به‌دست‌آمده به‌منظور راکد نماندن ظرفیت دانشی نیروی انسانی و بهره‌مندی و آگاهی از تغییرات محیطی بتواند به پیشگامی^۱ یک باشگاه ورزشی و بهبود عملکرد آن کمک کند. پیشگامی یکی از اهداف نوآوری است که خود می‌تواند در بهبود عملکرد نوآورانه چه در بخش خدمات و یا در فرایند و تولید به باشگاه‌های ورزشی مؤثر باشد. در حقیقت توانمندی جذب دانش به تجدید منبع نوآوری سازمان باهدف باقی ماندن در طول زمان کمک می‌کند چراکه ضرورت انتقال و تجدید پذیری منابع دانش به‌عنوان اصلی مهم در قابلیت نوآوری مدنظر قرار گرفته است. استفاده مکرر از ظرفیت‌های دانش امکان بیشتری برای تطبیق با تغییرات در آینده فراهم می‌کند بعلاوه اینکه اعمال ظرفیت مدیریت دانش، ظرفیت‌های دانش را انعطاف‌پذیر می‌سازد؛ بنابراین افزایش در ظرفیت دانش و ظرفیت مدیریت دانش به‌طور

خودکار افزایش عملکرد نوآوری سازمان را منجر می‌شود (۷).

از دیگر نتایج تحقیق این بود که رهبری بر عملکرد نوآوری در باشگاه‌های ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با نتایج پژوهش پردو-اورتیز و همکاران (۲۰۰۶)، اسکارزینسکی و گیسون (۲۰۰۸) و سانپلا و اوکو (۲۰۱۲) هم‌راستا است (۲۲، ۲۷، ۲۶). در تحقیقی نیز هوآنگ و همکاران^۱ (۲۰۰۲) در مطالعه انجام‌شده در ۲۰۴ شرکت تولیدی و خدماتی به این نتیجه رسیدند که شیوه‌های مدیریت کیفیت جامع با سطح نوآوری و تعداد محصولات و خدمات جدید ارتباط مثبتی دارد که سه شیوه از جمله رهبری و مدیریت منابع انسانی، مدیریت راهبردی و فرایند و سازمان باز ارتباط مثبتی را با نوآوری نشان دادند (۱۶). درواقع رهبری مشارکتی نوعی رهبری است که مدیران علایق کارمندان و آگاهی و پذیرش اهداف و عملکرد گروه را گسترش می‌دهند. در این راستا به نظر می‌رسد از آنجائی که برخی نوآوری‌ها حاصل مشارکت کارکنان و حتی مشتریان است در نظر گرفتن نوعی سبک رهبری با مشارکت و در نظر گرفتن ذی‌نفعان مختلف به خلق نوآوری و در نتیجه عملکرد نوآورانه کمک کند. قابلیت نوآوری را مستقیماً به توانمندی‌های مدیریتی همچون سبک و شیوه مدیریت و رهبری مربوط می‌دانند. اثرات مثبت نوآوری به‌طور معمول برای به وقوع پیوستن، نیاز به زمان دارد و تصدی رهبری خلاقانه منجر به بروز عملکرد موفق‌تری در حوزه نوآوری شده است چراکه این خلاقیت موجب تعمیق دانش ضمنی باشگاه شده که بسترساز موفقیت نوآوری است و می‌تواند منجر به تداوم ثمر دهی پروژه‌های نوآوری شود. رهبری در ورزش به دلیل ارتباطات پیچیده‌ای که بین ورزشکاران، مربیان و سازمان‌ها وجود دارد شامل هماهنگی در درون و بیرون میدان است. رهبری ورزشی می‌تواند به

دلیل عملکردهای متفاوت تحت نظارت رهبران خوب، به‌عنوان یک قلمروی مدیریتی و روانشناسی شناخته شود (۲).

یافته‌های تحقیق نشان داد که فرهنگ نوآوری بر عملکرد نوآوری در باشگاه‌های ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ که با نتایج پژوهش سانپلا و اوکو (۲۰۱۲) و اسکارزینسکی و گیسون (۲۰۰۸) همخوانی دارد (۲۷، ۲۶). به نظر می‌رسد ایجاد فرهنگ نوآوری، یعنی مجموعه‌ای از عقاید و باورهای مرتبط با نوآوری مانند کار گروهی، انعطاف‌پذیری، رویکرد مشارکتی و یا تشویق به ایجاد رویکردها و فرایندهای نو، بتواند نوعی بی‌ترمی را در بین کارکنان، مدیران و یا حتی مشتریان ایجاد کند، ایجاد چنین فرهنگی و تشویق به فرایندهای نوآورانه، بر عملکرد نوآورانه تأثیر مثبتی خواهد داشت مسئله‌ای که در سازمان‌های دولتی کمتر مشاهده می‌شود که این به دلیل فرهنگ نوآوری در باشگاه‌های ورزشی و یا شرکت‌های خصوصی است. درواقع، فرهنگ عامل تعیین‌کننده اصلی در نوآوری در یک باشگاه است. فرهنگ بر رفتار کارکنان تأثیر می‌گذارد که راه را به‌سوی پذیرش نوآوری به‌عنوان یک دارایی چشمگیر سازمان فراهم می‌کند و کارکنان به سازمان خود تعهد بیشتری احساس می‌کنند و رفتار کارکنان را تعدیل می‌کند تا اهمیت کلیدی نوآوری در باشگاه، حس تعامل بیشتر در کسب‌وکار را موجب شود. انعطاف‌پذیری فرهنگ‌سازمانی برای نوآوری مفید است. فرهنگ‌سازمانی عامل کلیدی است که باعث تسریع رفتار خلاقانه در میان کارکنان می‌شود. مشخصاً ویژگی‌هایی همانند باورها، مفاهیم و معانی مشترک، افسانه‌ها، عادات و نمادها، ارزش‌های بنیادی، نرم اجتماعی و سازمانی و مکانیزم‌های کنترلی و... پیوندهای ارتباطی هستند که شدیداً تحت قالب فرهنگ‌سازمانی می‌تواند موجب نوآوری

در درون باشگاه شود. در این میان ریسک‌پذیری به‌عنوان عامل مؤثری در توسعه نوآوری و رشد خلاقیت اثر زیادی دارد و این مهم ضمن ناشی شدن از فرهنگ، به‌وسیله وحدت مالکیت و مدیریت که موجب افزایش قدرت مدیران شده و شجاعت ایشان را افزایش می‌دهد، بستر مناسبی برای ریسک‌پذیری در جهت نوآوری است (۲۷).

از نتایج دیگر تحقیق نشان داد که ساختار نوآوری بر عملکرد نوآوری در باشگاه‌های ورزشی تأثیر مثبت و معناداری دارد که با توجه به نتایج تحقیق ساختار نوآوری نسبت به چهار ابعاد دیگر قابلیت نوآوری همبستگی بیشتری با عملکرد نوآوری در باشگاه‌های ورزشی دارد. نتایج با پژوهش هانگ و همکاران (۲۰۱۰) همخوانی دارد (۱۸). در خصوص ضرورت ساختارهای مناسب برای قابلیت نوآوری یک توافق همگانی وجود دارد چراکه قابلیت ساختاری در تدارک قابلیت نوآوری سازمانی ایفای نقشی اثرگذار دارد و برای این منظور باشگاه‌ها باید از ساختارها و فرایندهای سازمانی خود برای توسعه قابلیت‌های جدید و یا بازسازی قابلیت‌های موجود بیشترین بهره را بگیرند. قابلیت ساختاری بیان می‌دارد که علاوه بر عامل تکنولوژیکی و عملیاتی، تغییرات ساختاری، فرایندی و رویه‌ای سازمان در جهت ایجاد قابلیت‌هایی که موجب تسری قابلیت نوآوری در سازمان می‌شود، برای کسب موفقیت (مزیت رقابتی) نقش مهمی را ایفا می‌کند (۱۸). دداهانو و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای پیمایشی بر نقش ساختارهای سازمانی بر عملکرد نوآوری بنگاه‌ها پرداختند و به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌های ساختاری از قبیل تمرکزگرایی و رسمیت‌گرایی بر رفتارهای نوآورانه و عملکرد نوآورانه سازمان‌ها تأثیر منفی می‌گذارد که این پژوهش بر ساختارهای نوآورانه منعطف برای عملکرد نوآورانه در سازمان‌ها تأکید می‌کند (۱۵).

نتایج پژوهش نشان داد که قابلیت نوآوری فردی پیش‌بینی کننده عملکرد نوآورانه در باشگاه‌های ورزشی است که با نتایج یانگ (۲۰۱۹) همخوانی دارد. برخی نوآوری را به‌وسیله ظرفیت دانش فردی، سازمانی و دانش بین سازمانی توصیف کرده‌اند چراکه بینش و ایده‌های جدید معمولاً با فرد شروع می‌شود اما در صورت موفقیت، آن‌ها در نهایت در سازمان تعبیه می‌شوند (۲۵). ظرفیت مدیریت دانش سازمان به‌شدت به دانش افراد آن بستگی دارد و توسعه، انباشت و ظرفیت و مدیریت دانش، از سرمایه‌گذاری‌های قبلی در دانش‌های فردی ایجاد شده است. البته در کنار اهمیت افراد در خلق دانش، ظرفیت مدیریت دانش شامل بعضی از عناصر مجزای سازمانی نیز است. برای شناخت فرصت کسب‌وکار، دانش باید بازسازی و فعال‌سازی مستمر شود و با دانش جدید ادغام گردد و علاوه بر این باید دوباره از طریق تجربه کارکنان و مدیران درونی شود.

در نتیجه‌گیری کلی به نظر می‌رسد ابعاد قابلیت نوآوری شامل، ساختار نوآوری، بهره‌گیری از دانش خارجی، فرهنگ نوآوری، رهبری و قابلیت نوآوری فردی از اهمیت زیادی برای نوآوری در باشگاه‌های ورزشی برخوردار است درواقع امروزه سازمانی بقا پیدا نمی‌کند مگر اینکه نوآور باشد و برای این منظور باید قابلیت نوآوری خود را توسعه دهد. قابلیت نوآوری فرایندی انتزاعی است که در این راستا هر سازمان یا باشگاه ورزشی باید شناخت کافی را در این خصوص داشته باشد تا در این دنیای در حال تغییر فعلی که بر سازمان‌ها و باشگاه‌های ورزشی نیز تأثیر دارد، مدیران و مربیان باید بیاموزند که چگونه از این تغییرات و پیشرفت‌های تکنولوژی در جهت بالا بردن عملکرد نوآورانه خود بهره ببرند و کارایی و اثربخشی باشگاه را افزایش داده و در نهایت رضایت مشتریان کسب و سودآوری باشگاه را بالا

ببرد که با توجه به نتایج حاصله از پژوهش مشخص شد که ساختار نوآوری بیشترین تأثیر و پس از آن دانش خارجی، رهبری، قابلیت نوآوری فردی و فرهنگ به ترتیب بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌های ورزشی تأثیر دارند.

با توجه به تأثیر مثبت ساختار نوآوری بر عملکرد نوآوری باشگاه‌های ورزشی می‌توان از جمله پیشنهادهای کاربردی تحقیق را فراهم کردن امکانات و تجهیزات استاندارد و به‌روز و استفاده از فناوری‌های جدید و پیشرفته عنوان کرد. از دیگر نتایج تحقیق، تأثیر مثبت استفاده از دانش خارجی بر عملکرد نوآوری باشگاه‌های ورزشی بود. در نتیجه می‌توان پیشنهادهای کاربردی تحقیق حاضر را در شرکت در نمایشگاه‌ها و فستیوال‌های نوآوری در صنعت ورزش و برگزاری این نوع نمایشگاه‌ها در سطح استان و برگزاری سمینارها و گردهمایی‌هایی بین کارآفرینان، مسئولان شهری و سازمان‌های متولی امر ورزش در سطح استان به‌منظور ارتقا و آشنایی هر چه بیشتر کارآفرینان با فرصت‌های نوآوری در ورزش عنوان کرد. از نتایج دیگر تحقیق، تأثیر مثبت رهبری تحولی بر عملکرد نوآوری باشگاه‌های ورزشی بود. در نتیجه می‌توان بالا بردن مهارت و توانایی‌های فنی و تخصصی مدیران و تسلط به دانش و فناوری ورزشی با شرکت در دوره‌های آموزشی، ایجاد دیوار افتخارات و در معرض دید قرار دادن آن‌ها برای معرفی کامیابی و موفقیت‌های باشگاه، استفاده از شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارها مرتبط از جمله مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، نظرخواهی مستمر از مشتریان داخلی و خارجی و توجه به نظرات آن‌ها و انجام خواسته‌های معقول آنان را پیشنهاد داد و از نتایج تحقیق، تأثیر مثبت قابلیت نوآوری فردی بر عملکرد نوآوری باشگاه‌های ورزشی بود، در نتیجه می‌توان پیشنهادهای کاربردی تحقیق حاضر را تفویض اختیار به کارکنان به‌واسطه تخصص و تجارب و اندوخته‌ها و خبرگی خاصشان اشاره کرد. از نتایج دیگر تحقیق، تأثیر

مثبت فرهنگ نوآوری بر عملکرد نوآوری باشگاه‌های ورزشی بود. در نتیجه می‌توان پیشنهادهای کاربردی را حمایت از ایده‌ها و خلاقیت‌های کارکنان در جهت بهبود محصولات و ارائه خدمات ورزشی بهتر اشاره کرد.

از جمله محدودیت تحقیق، استفاده از رویکرد پرسشنامه و بر اساس ذهنیت صاحبان کسب‌وکارهای ورزشی بود. در نتیجه به‌منظور اندازه‌گیری دقیق‌تر و عینی‌تری از عملکرد نوآورانه پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی به بررسی عملکرد نوآورانه از دید عینی‌تری پرداخته و شاخص‌های دقیق‌تری مالی را برای ارزیابی عملکرد نوآورانه و عوامل اثرگذار بر آن را مورد بررسی قرار دهند. در واقع لزوم اندازه‌گیری مفهوم عینی‌تری به‌منظور اندازه‌گیری عملکرد نوآورانه شرکت‌ها ضروری است به‌گونه‌ای که شناخت مدیران از چنین استراتژی‌هایی می‌تواند به توسعه عملکرد نوآورانه کمک نماید.

منابع و مآخذ

۱. اسمعیلی، محسن، کلاته سیفری، معصومه، زارعیان، حسین. (۱۳۹۸). تحلیل عوامل مؤثر بر وضعیت باشگاه‌های بدن‌سازی ایران با رویکرد کیفی، مطالعات مدیریت ورزشی، ۵۳: ۵۹-۸۲.
۲. رتن، و، فریرا، جوآ. (۲۰۱۶). کارآفرینی و نوآوری ورزشی، ترجمه مندعلی‌زاده، زینب، خسروی‌زاده، اسفندیار، اراک، انتشارات دانشگاه اراک.
۳. سلطانی، مصطفی، کارگر، غلامعلی، کشگر، سارا، غفوری، فرزاد. (۱۳۹۷) شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر کسب مزیت رقابتی در باشگاه‌های حرفه‌ای فوتبال ایران با رویکرد منبع محور، رویکرد نوین در مدیریت ورزشی، ۶(۲۰): ۸۱-۹۳.
۴. سیلپیتی، دورن، چادویک، سیمون (۱۳۹۳). کارآفرینی ورزشی، تئوری و عمل، ترجمه هنری، حبیب، گودرزی، محمود. تهران: انتشارات حتمی.
۵. صلواتی، عادل. (۱۳۷۸). بررسی و تجزیه و تحلیل اثرات رفتار سازمانی بر روی خلاقیت و نوآوری سازمانی در سطح سازمان‌های عمومی استان کردستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
۶. قبادی عنصرودی، کاظم، پزشکی، غلامحسین، هوشیار، ناصر. (۱۳۹۵). بررسی ارتباط بین مدیریت دانش با نوآوری سازمانی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی، همایش ملی تحولات علوم ورزشی در حوزه سلامت، پیشگیری و قهرمانی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، ۱-۹.
۷. مرادی‌هزاری، رسول، فردی، انسیه، درخشان، اکبر. (۱۳۹۷). بررسی مدل ساختاری اثر دانش محصول مصرف‌کننده بر پذیرش برند لباس‌های ورزشی بر اساس تحلیل چند گروهی در AMOS فصلنامه علمی مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۶(۱)، ۳۲-۲۳.
۸. مندعلی‌زاده، زینب، احسانی، محمد، هنری، حبیب (۱۳۹۵). طراحی مدل کارآفرینی پایدار در ورزش با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها، نشریه مدیریت ورزشی، ۸ (۵): ۷۲۵-۷۰۹.
۹. میرفخرالدینی، حمید، حاتمی نسب، حسن، طالعی فر، رضا و کنجکاور منفرد، امیررضا. (۱۳۸۹). مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط، فصلنامه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۲ (۳۵): ۱۱۸-۱۰۳.
۱۰. نائیچی، محمدجواد، پناهی‌فر، فرهاد، اسفندیاری، زینب. (۱۳۹۶). تأثیر آمیخته بازاریابی داخلی بر گرایش کارآفرینانه باشگاه‌های فرهنگی ورزشی: نقش میانجی فرهنگ نوآوری و قابلیت‌های مدیریت دانش، توسعه کارآفرینی، ۱۰(۲): ۳۷۵-۳۹۳.
۱۱. هومن، حیدر علی. (۱۳۸۸). مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل، (چاپ دوم)، تهران: انتشارات سمت.
12. Alegre, J. Chiva, R. & Lapiedra, R. (2005). A literature-based innovation output analysis: implications for innovation capacity. *International Journal of Innovation Management*, 9(04), 385-399.
13. Alegre, J. Pla Barber, J. Chiva, R., Villar, C. (2013), Organizational learning capability, Product innovation performance and export intensity, *Technology Analysis and Strategic Management*, 24 (5), 511-526.
14. Boly, V., Morel, L., & Reaoud, J. (2003). Towards a Constructivist Approach to Technological Innovation Management: An Overview of the Phenomena in French SME's. In *international Handbook on Innovation*. Elsevier, 2003.

15. Dedahanov, A. T., Rhee, C., & Yoon, J. (2017). Organizational structure and innovation performance: is employee innovative behavior a missing link?. *Career Development International*, 22(4), 334-350.
16. Hoang, D., Igel, B. and Laosirihongthong, T. (2002) 'the impact of Total Quality Management on innovation: Findings from a developing country' *International Journal of Quality & Reliability Management* 23 (9): 1092–1117.
17. Hull, C. E. and Lio, B. H. (2006). 'Innovation in non-profit and for-profit organizations: Visionary, strategic, and financial considerations'. *Journal of Change Management*, 6(1), 53–65.
18. Hung, R. Y. Y., Lien, B. Y. H., Yang, B., Wu, C. M., & Kuo, Y. M. (2011). Impact of TQM and organizational learning on innovation performance in the high-tech industry. *International business review*, 20(2), 213-225.
19. Hung, R. Y. Y., Yang, B., Lien, B. Y. H., McLean, G. N., & Kuo, Y. M. (2010). Dynamic capability: Impact of process alignment and organizational learning culture on performance. *Journal of World Business*, 45(3), 285-294.
20. Jiménez-Jiménez, D., Martínez-Costa, M. and Para-Gonzalez, L. (2019), "Implications of TQM in firm's innovation capability", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-09-2018-0233>
21. Newell, S. and Swan, J. (1995). 'The diffusion of innovations in sport organizations: An evaluative framework'. *Journal of Sport Management*, 9(3), 317–333.
22. Perdomo-Ortiz, J., González-Benito, J., & Galende, J. (2006). Total quality management as a forerunner of business innovation capability. *Technovation*, 26(10), 1170-1185.
23. Ratten, V. (2017). *Sports innovation management*. Routledge.
24. Ratten, V. (2018). *Sport entrepreneurship: Developing and sustaining an entrepreneurial sports culture*. Springer.
25. Saunila, M. (2016). Performance measurement approach for innovation capability in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(2), 162-176.
26. Saunila, M., & Ukko, J. (2012). A conceptual framework for the measurement of innovation capability and its effects. *Baltic Journal of Management*, 7(4), 355-375.
27. Skarzynski, P., & Gibson, R. (2008). *Innovation to the core: A blueprint for transforming the way your company innovates*. Harvard Business Press.
28. Yang, D., Wang, A. X., Zhou, K. Z., & Jiang, W. (2019). Environmental strategy, institutional force, and innovation capability: A managerial cognition perspective. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 1147-1161.
29. Yusof, A., & Pariah, M. (2008). Globalization and Malaysian sports industry. *Journal of Intentional Studies*, 8, 112-116.

The Effect of Innovation Capability on Innovative Performance of Sport Clubs

Vahid Malek Mahmoodi¹ - Zeinab Mondalizadeh^{*2}- Karim Zohrevandiyan³

1. Master of science, Sport Management, Faculty of Sport Sciences, Arak University, Arak, Iran 2. Assistant Professor, Sport Management, Faculty of Sport Sciences, Arak University, Arak, Iran, 3. Assistant Professor, Sport Management, Faculty of Sport Sciences, Arak University, Arak, Iran,
(Received:2020/04/30;Accepted:2021/04/18)

Abstract

Sports clubs have been encouraged to make a difference to meet customer satisfaction and expectations. Due to the growth of commercialization and professionalism of the sports industry, the capability of sports clubs to create innovation is important. Therefore, the purpose of this study was to determine the effect of innovation capability dimensions on innovation performance of sports clubs. The present study was descriptive, correlational and purpose-based research. The researcher-made questionnaire of innovation capability and standard questionnaire of innovation performance were used for data collection. The validity was confirmed by ten experts and its reliability was obtained through the appropriate Cronbach's alpha coefficient. The statistical population of the study consisted of coaches and owners of all sports clubs in Lorestan province with 250 people. Descriptive and Inferential Statistics were used. The results of this study showed that there was a positive and significant relationship between dimensions of innovation capability and innovation performance in sports clubs and the dimension of innovation structure. The greatest effect was external knowledge, leadership, individual knowledge and innovation culture had a positive and significant effect on the innovative performance of sports clubs, respectively. It seems that sports clubs can take advantage of the innovative capacity to innovate and innovate in a variety of approaches, and thus take the lead over other clubs in driving competitive advantage and profitability. The consequence of innovation can be beneficial to the owners of the clubs in differentiating and innovating sports clubs.

Keywords

Innovation capability, innovation performance, innovation structure, proactiveness, sports club.

* Corresponding Author: Email: z-mondalizade@araku.ac.ir , Tel: +989132778325