

طراحی مدل رابطه علی نوآوری و عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی با نقش میانجی کنترل استراتژیک

صغری بشیری نیا^۱، مهوش نوربخش^{۲*}، پریش نوربخش^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۶/۱۴

تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۹/۱۶

ص ص: ۳۱۹-۲۸۹

چکیده

نقش مدیران در نوآوری و حرکت به سوی سازمان نوآور بسیار حیاتی بوده و می‌تواند منجر به بهبود عملکرد شود. کنترل استراتژیک نیز می‌تواند با ایجاد خلاقیت، نوآوری و خیال‌پردازی منشاء اثربخشی و تاثیر گذاری بیشتری شود. هدف از تحقیق حاضر بررسی نقش میانجی‌گری کنترل استراتژیک در رابطه با نوآوری و عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی استان ایلام بود. روش تحقیق کمی-همبستگی و به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران باشگاه‌های ورزشی استان به تعداد ۵۶۳ نفر (۴۱۰ مرد، ۱۵۳ زن) بود که از بین آنان ۴۰۰ نفر به شیوه طبقه‌ای نسبتی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه عملکرد هرسی و گلداسمیت (۲۰۰۳)، کنترل استراتژیک هاریسون (۲۰۱۰) و پرسشنامه محقق ساخته نوآوری مدیران استفاده شد. پایایی ابزار تحقیق با روش آلفای کرونباخ برای پرسشنامه نوآوری مدیران ۰/۹۲، پرسشنامه کنترل استراتژیک ۰/۸۸ و پرسشنامه عملکرد ۰/۸۵ به دست آمد. روایی پرسشنامه‌ها از طریق تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی صورت پذیرفت. برای تحلیل داده‌ها از آزمون تحلیل عاملی و مدلسازی معادله ساختاری استفاده شد. همه آزمون‌ها با استفاده از نرم افزار اس پی اس اس و لیزرل انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که کنترل استراتژیک در رابطه با نوآوری و عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی نقش میانجی‌گری دارد. بر

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

Soghrabashiri@yahoo.com

۲. استاد گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)

mahvashnoorbakhsh@yahoo.com

۳. استاد گروه مدیریت ورزشی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران

Parivashnourbakhsh@yahoo.com



همین اساس مدیران باشگاه‌های ورزشی برای بهبود عملکرد باشگاه باید توجه ویژه‌ای به متغیرهای راهبردی سازمان از قبیل کنترل استراتژیک نمایند.

واژگان کلیدی:

باشگاه ورزشی، سازمان نوآور، عملکرد مدیران، کنترل استراتژیک، نوآوری

Designing a Model of the Causal Relationship Between Innovation and the Performance of Sport Clubs' Managers with the Mediating Role of Strategic Control

Soghrabashirinia¹, Mahvashnoorbakhsh^{2*}, Parivashnourbakhsh³

Abstract

The role of managers in innovation and moving towards an innovative organization is very vital and can lead to improved performance. Strategic control can also become more effective and influential by creating creativity, innovation and imagination. The purpose of this study was to investigate the role of mediation in strategic control in relation to innovation and performance of sport clubs' managers in Ilam province. The research method is quantitative- correlation and in terms of aim was applicable. Statistic population consisted of 563(410 male, 153 female) which 400 people were selected as sample population by stratified sampling. In order to collect data, three questionnaires were used: Performance Questionnaire of Hersi and Goldsmith (2003), Harrison Strategic Control (2010) and a researcher-made innovation questionnaire. The reliability of the research instruments using Cranach's alpha method for managers' innovation questionnaire was 0/92, strategic control questionnaire was 0/88 and the performance questionnaire was 0/85. Validity of the questionnaire was carried out through exploratory and confirmatory analysis. For data analysis, factor analysis and structural equation modeling were used. All tests were performed using SPSS and Smart Pls software. The research findings showed that strategic control in terms of innovation and performance of sports club managers plays a mediation. Accordingly, sports club managers should pay special attention to

1. PhD Student of Sports Management.karaj Branch .Islamic Azad University. Karaj.Iran
Soghrabashiri@yahoo.com

2 -Professor of Sports Management.Karaj Branch.Islamic Azad University .Karaj.Iran.
(Corresponding Author) mahvashnoorbakhsh@yahoo.com

3 -Professor of Sports Management.Karaj Branch.Islamic Azad University .Karaj.Iran
Parivashnourbakhsh@yahoo.com



the strategic variables of the organization, such as strategic control, to improve the performance of the club.

Keywords:

Sports club, innovative organization, performance of managers, strategic control, innovation.

مقدمه

سازمان‌ها در ادوار مختلف حیات خود مراحل مختلفی از ظهور، تغییر و تکامل را می‌پیمایند. در این گذار، تغییر در ساختار سازمانی در مرکز تغییر و تکامل سازمان قرار داشته است (اوجا سالوا، ۱، ۲۰۱۸). سازمان‌های امروزی باید در یک محیط رقابتی با پویایی بالا و دستخوش تغییرات درونی و برونی فعالیت کنند و برای بقاء در چنین محیطی و حتی رشد و موفقیت، نه تنها باید با محیط در حال تغییر انطباق پیدا کنند، بلکه باید تغییرات را غنیمت شمرده و از آنها برای کسب برتری رقابتی استفاده نمایند (یاح و همکاران، ۲، ۲۰۱۹). برتری رقابتی را سازمان‌هایی کسب می‌کنند که به شرایط جدید بازار و نیازهای مشتریان سریع تر واکنش نشان می‌دهند و همواره در جستجوی راه‌حل‌های خلاق و بهبود مستمر در محصولات و فرایندها هستند (واگنانی و ولپه، ۳، ۲۰۱۷).

سازمان‌های ورزشی نیز برای موفقیت بدون شک نیاز است که به سوی روند تکاملی حرکت کنند. سازمان‌ها بدون بهبود عملکردشان قادر نخواهند بود که به نیازهای ذینفعان خود پاسخ دهند (اولاح و همکاران، ۴، ۲۰۲۰). امروزه اکثر سازمان‌ها و موسساتی که به صورت مستقیم با مردم ارتباط دارند، مشتری مداری را سرلوحه کارشان قرار داده و ارج نهادن به مشتری، یک سلاح راهبردی برای آنها محسوب می‌شود (کاتلر، ۵، ۲۰۱۸).

پیشرفت‌ها و تغییرات سریع در فناوری اطلاعات و ارتباطات، بالا رفتن سطح انتظارات جامعه، تقاضاهای جدید مشتریان، افزایش خدمات الکترونیکی، و افزایش رقابت بین ارائه دهندگان خدمات همه و همه منجر به کاهش تقاضا برای خدمات سنتی و افزایش تقاضا برای خدمات جدید گردیده است. در حال حاضر سلیقه مشتریان تغییر کرده است؛ آنها در ازای پولی که می‌پردازند خواهان ارزش بیشتری هستند. یکی از راه‌حل‌های موجود برای سازمان‌ها جهت روبرو شدن با این وضعیت نوآوری^۶ است (جیمینز^۷ و همکاران، ۲۰۱۹).

1. Ojasalo
2. Yeh, et al.
3. Vagnani@ Volpe
4. Ullah, et al.
5. Cutler
6. Innovation
7. Jiménez, et al.

مبحث نوآوری، توجه بسیاری از دانشمندان و محققان از رشته‌های مختلف را به خود جلب کرده و از اهمیت بسیار زیادی در سازمان‌های امروزی برای رقابت و ماندن در چرخه تحولات برخوردار است (راتن^۱، ۲۰۱۷). توانایی نوآوری به عنوان یک مزیت رقابتی اصلی و مهم در سازمان‌ها در نظر گرفته می‌شود و تاثیر کارایی و بازده آنها و متعاقباً ظرفیت آنها را برای پایداری بلند مدت افزایش می‌دهد (لی^۲ و همکاران، ۲۰۱۷).

فشارهای رقابت جهانی و افزایش سرعت تغییرات تکنولوژی، سازمان‌ها را مجبور می‌کنند که پیوسته به دنبال انطباق، بهبود و نوآوری باشند. رقابت شدید نیز باعث شده است که چرخه عمر محصولات جدید کوتاه و کوتاه‌تر شود. فشار روی سازمان‌هایی که تمایل دارند به مزیت رقابتی دست یابند بیشتر شده است (سکرزینسکی^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). مزیت رقابتی را سازمان‌هایی کسب می‌کنند که به شرایط جدید بازار و نیازهای مشتریان سریع‌تر واکنش نشان می‌دهند و همواره در جستجوی راه‌حل‌های خلاق و بهبود مستمر در محصولات و فرایندها هستند (اسمیت و همکاران^۴، ۲۰۱۸). سازمان‌های امروزی باید به صورت مستمر در حال سازگاری، توسعه و نوآوری باشند. منابع انسانی سازمان که عمده‌ترین منبع توسعه نوآوری در سازمان می‌باشند، در کلیه سطوح بایستی به این باور برسند که اصولاً بقای سازمان در دنیای رقابتی و پیچیده امروز، منوط به خلاقیت و نوآوری همگانی بوده و همه نیروها باید در جهت ایجاد نوآوری و خلاقیت در سازمان فعالیت نمایند. برای ایجاد و تداوم نوآوری و شکوفایی در سازمان باید عادت به تفکر و خلاقیت را در تمامی کارکنان ایجاد کرد. یکی از مهمترین عوامل تسهیل و تقویت توان خلاقیت و نوآوری در سازمان ساختار مناسب و عملکرد مناسب با اهداف مورد نظر می‌باشد (رحیمی و همکاران، ۲۰۲۱). مدیران سازمان‌ها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان از چنین روحیه

-
1. Ratten
 2. Li
 3. Skarzynsk
 4. Smith

خلاقیت بهره مند شده و بتوانند به راحتی و به طور فردی یا گروهی، فعالیت‌های نوآورانه خود را به اجرا در آورند. در جهان امروز تفکر، نوآوری و خلاقیت و استفاده از آن در سازمان‌ها امری اجتناب ناپذیر است.

وجود فضای رقابت برای سازمان‌ها و مدیران آن ضروری می‌باشد تا از این طریق سازمان‌ها و مدیران آن‌ها بتوانند از طریق ایجاد نوآوری‌ها و داشتن استراتژی خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه بدهند. به همین دلیل به منظور استفاده از روش‌های نوین بایستی مدیران برای بهبود عملکرد سازمان متبوع خود استفاده از روش‌های نوآورانه را الگوی سازمان خود قرار بدهند. روش‌های نوآورانه می‌تواند همه زمینه‌های یک سازمان را در برگیرد خصوصاً منابع انسانی آن را متحول نماید تا به این شکل زمینه حضور بهتر سازمان و ارائه خدمات به مشتریان را فراهم نموده و از سوی دیگر به اهداف استراتژیک خود دست پیدا کنند.

بسیاری از صاحب نظران، نوآوری و ایجاد تمایز را به عنوان ضرورت انکارناپذیر معرفی کرده و معتقدند نوآوری بخش مکمل استراتژی سازمان می‌باشد. پیوند بین نوآوری و استراتژی برای مدیریت اثربخش نوآوری مهم بوده و بدون استراتژی، برای نوآوری بهبود عملکرد و سایر موفقیت‌های سازمانی امکان‌پذیر نخواهد بود (حمید و همکاران، ۲۰۲۱). ضرورت وجود نوآوری در سازمان‌ها تا حدی رسیده است که برخی منابع نبود آن را عاملی برای نابودی در دراز مدت می‌دانند. سازمانی که خلاقیت و نوآوری نداشته باشد، نمی‌تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می‌شود. از این رو سازمان‌ها پیوسته در جستجوی مسیریایی هستند تا خلاقیت و نوآوری را هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی تقویت و موانع توسعه آن‌ها را برطرف نمایند. رحیمی و همکاران (۲۰۲۱) تاثیر قابلیت‌های نوآوری و یادگیری بر عملکرد بنگاه‌های کوچک و متوسط ورزشی بررسی کردند. نتایج نشان داد تغییرات سریع در فناوری و شرایط محیطی امروز، بنگاه‌های ورزشی را مجبور ساخته تا با کاربست قابلیت‌ها و منابع، خود را با شرایط جدید بازار تطابق داده و به عملکرد بالاتری دست یابند بنابراین قابلیت‌های نوآوری و یادگیری می‌توانند به عنوان عامل اساسی در کسب مزیت رقابتی و عملکرد بنگاه‌های ورزشی شناخته شوند. ملک محمودی و همکاران (۲۰۲۱) تاثیر ابعاد قابلیت نوآوری بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌های ورزشی بررسی کردند و بیان داشتند که باشگاه‌های ورزشی با بهره‌گیری از قابلیت نوآوری می‌توانند به صورت خلاقانه و با رویکرد متنوع بهبود عملکرد نوآورانه داشته باشد و در نتیجه نسبت به باشگاه‌های دیگر و در ایجاد مزیت رقابتی و سودآوری پیش قدم باشند. پیامد توسعه قابلیت نوآوری می‌تواند در ایجاد تمایز و نوآوری در

باشگاههای ورزشی برای صاحبان باشگاهها سودمند باشد. ریگی و همکاران^۱ (۲۰۲۱) تاثیر اقدام مدیریت راهبردی منابع انسانی بر عملکرد و موفقیت باشگاههای حرفه ای لیگ برتر فوتبال ایران مورد بررسی قرار دادند و نشان دادند که اقدامهای مدیریت راهبردی منابع انسانی بر عملکرد و موفقیت سازمان دارای تاثیر معنادار دارد، از این رو برقراری و اجرای رویکردیهای راهبردی در حوزه مدیریت منابع انسانی می تواند ضمن ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان به بهبود عملکرد، ارتقای تعهد کارکنان، کیفیت و انعطاف پذیری نیروی انسانی منجر شود و از این طریق اثربخشی عملکرد و موفقیت سازمان تضمین می شود. عینی و همکاران^۲ (۲۰۲۰) اذعان داشتند، سازمان باید سیستم کنترل خود از طریق اختیار دادن و ارتباط داشتن با کارکنان و پرداخت پاداش برای بهبود عملکرد سازمانی را سازگار نماید. رضایی و همکاران (۲۰۱۹) بیان نمودند که سازمانهای ورزشی با پیاده سازی گام به گام کنترل و پاسخگویی و واکنش مناسب به تغییرات محیطی، تفکر سیستمی و عملکرد سازمان را بهبود بخشند. و به نحو بهتری از این ویژگیها و اطلاعات کارآفرینی استفاده کنند بر بهبود عملکرد باشگاهها تاثیر بیشتری خواهد داشت. قنبری و همکاران (۲۰۱۷) بیان نمودند که استراتژیهای نوآوری بر عملکرد تاثیر مثبت دارد و از این طریق می توان عملکرد را بهبود بخشید. تپه رشی و همکاران (۲۰۱۷) نیز بیان می کنند که هرچه مدیران باشگاهها ویژگی کارآفرینانه قوی تر داشته باشند و به نحو بهتری از این ویژگیها و اطلاعات کارآفرینی استفاده کنند بر بهبود عملکرد باشگاهها تاثیر بیشتری خواهد داشت. قنبری و همکاران (۲۰۱۷) بیان نمودند که استراتژیهای نوآوری بر عملکرد تاثیر مثبت دارد و از این طریق می توان عملکرد را بهبود بخشید.

باشگاههای ورزشی بعنوان یکی از مراکز توسعه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای تاثیراتی زیادی در توسعه فرهنگ عمومی دارند. باشگاهها به عنوان یک نهاد اجتماعی نقش بسزایی در جامعه داشته و در چهارچوب باشگاههاست که تجلی استعدادهای جوانان نمایان شده و شکل صحیح به خود می گیرد. باشگاههای ورزشی برای برآورده کردن رضایت و انتظارات مشتریان به ایجاد تغییر تشویق شده اند. به دلیل رشد تجاری سازی و حرفه ای گرایی صنعت ورزش، قابلیت باشگاههای ورزشی برای ایجاد نوآوری و عملکرد نوآورانه حائز اهمیت است. محققان عنوان می کنند که نقش مدیران در نوآوری و حرکت به سوی سازمان نوآور بسیار حیاتی بوده و در پایان منجر به بهبود عملکرد می شود. امروزه به دلیل رشد

1. Rigi, et al.

2. Eyni, et al.

سریع ورزش در دنیا و ایران، افزایش رقابت بین باشگاه‌ها برای جذب مشتری، توان مالی و افزایش مزیت رقابتی باشگاه ممکن است به تولید نوآوری و درآمدزایی در جامعه ورزشی منجر شود. بنابراین رسیدن به موفقیت در کسب و کار مستلزم وجود مدیران خلاق و نوآور با نگرش مثبت است که در موقعیت‌های بحرانی و نامعلوم به کار خود ایمان دارند و موفقیت را از آن خود می‌دانند. به نظر می‌رسد که یک مدیر خلاق و نوآور همواره باید بتواند با مشتریان، ورزشکاران، مربیان، افراد تحصیل کرده ورزشی و اسپانسرها تعامل نموده و نیازهای جدید افراد را شناسایی کرده و برای رسیدن به آنها برنامه‌ریزی کند.

در این میان، ضروری است مدیران به‌منظور پیش‌بینی و هدایت راهبردی اثربخش سازمان خود، و همچنین کنترل و پاسخگویی به موقع در واکنش به تحرکات رقبا و تحولات محیطی از کنترل استراتژیک استفاده کنند که علاوه بر ضمانت حفظ حیات و بقا سازمان و تحقق اهداف سازمان، کنترل را امری مستمر، درونی و جاری در سازمان تبدیل می‌کند. کنترل استراتژیک فرایندی است که طی آن نتایج عملکرد و فعالیت‌های سازمان تحت کنترل و نظارت قرار می‌گیرد، به طوری که بتوان عملکرد واقعی را با عملکرد مطلوب مقایسه کرد. این فرایند بازخورد لازم را به مدیریت می‌دهد تا بتواند نتایج را ارزیابی کرده و در صورت لزوم اقدامات تسهیل‌کننده و اصلاحی را اتخاذ نماید. کنترل استراتژیک می‌تواند با ایجاد خلاقیت، نوآوری و خیال‌پردازی منشاء اثربخشی و تاثیر گذاری بیشتری شود (گری و همکاران^۱، ۲۰۲۰). فاجاردو و همکاران^۲ (۲۰۲۰) بیان می‌کنند که عملکرد باشگاه‌های ورزشی از لحاظ اجتماعی و ورزشی بسیار مهم است و می‌تواند اطلاعات مهم تری در زمینه مفاهیم عملی و کاربردی در اختیار تیم مدیریت باشگاه و سازمان‌های ورزشی قرار دهد. کریازاگلو^۳ (۲۰۲۰) در تحقیق خود نشان داد که کنترل استراتژیک پاسخ سریع به فرصت‌های جدیدی است که خود را می‌تواند نشان دهد و با تمرکز بر مشکلات مهم پیش روی یک سازمان در حال حاضر و آینده و همکاری با یکدیگر برای یافتن راه‌حل‌هایی است که می‌تواند به سازمان در طول زمان کمک کند تا عملکرد بهتری داشته باشند. فرایند کنترل استراتژیک بر عکس دیگر فرآیندهای مدیریت استراتژیک بعد از عمل و هدایت فعالیت‌ها سر و کار دارد. این سری از فعالیت‌ها به نمایندگی از طرف استراتژی، در زمان اجرا و در حالی که نتیجه نهایی سال‌ها بعد مشخص خواهد گردید، اهمیت خود را نشان می‌دهند (تیس و همکاران^۴، ۲۰۱۷). هیولاین و

1. Gary, et al.
2. Fajardo, et al.
3. Kyriazoglou
- 4 Teece, et al.

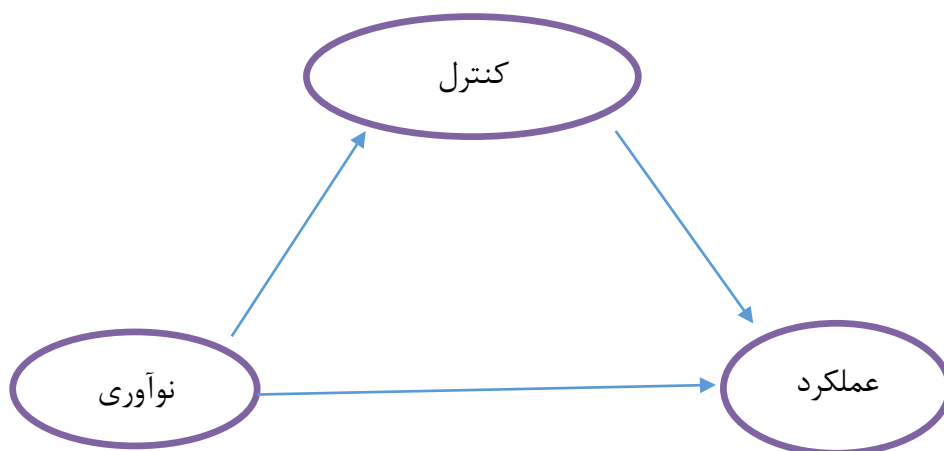
همکاران^۱ (۲۰۱۷) نیز نشان دادند که کنترل استراتژیک از اهمیت بالایی برخوردار است و کنترل عملیاتی دارای رابطه مثبت و معناداری با عملکرد دارد.

امروزه سازمان‌های ورزشی و به تبع آن باشگاه‌های ورزشی در معرض تغییرات محیطی قرار دارند (علوی و همکاران، ۱۳۹۹) و ارتباط و تعامل این سازمان‌ها با عوامل مختلفی مانند دولت، بخش خصوصی، حامیان مالی، ورزشکاران، مربیان، طرفداران و تماشاگران ورزشی و غیره و مهم تر از همه عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی موجب می شود سازمان‌های ورزشی با خواسته‌ها و انتظارات متفاوت و گوناگونی مواجه باشند؛ بنابراین مدیران باشگاه‌های ورزشی باید برای پاسخگویی به این تغییرات خلاق و نوآور باشند تا بتوانند برای آینده مبهم و ناشناخته تصمیم گیری و واکنش به موقع و مناسبی داشته باشند (ملک محمودی و همکاران، ۲۰۲۱). باشگاه‌های ورزشی بعنوان یکی از مراکز توسعه ورزش همگانی، قهرمانی و حرفه ای تاثیراتی زیادی در توسعه فرهنگ عمومی دارند. به نظر می رسد که دغدغه اصلی مدیران باشگاه‌های ورزشی همچون سایر سازمان‌ها، بهره‌وری سازمانشان است و از آن به عنوان یک عامل رقابتی یاد می کنند و می دانند که سازمان آنها مانند سایر سازمان‌ها از اثرات محیطی و داخلی بی نصیب نمی مانند و مجبورند با تقویت نقاط قوت داخلی خود به مقابله با این اثرات بپردازند و خود را در مسیر توسعه حفظ نمایند. در چنین شرایطی نوآوری و کنترل استراتژیک می تواند عامل کلیدی برای توسعه در باشگاه‌های ورزشی باشند و در صورتی که به درستی در نظر گرفته شوند می توانند بر عملکرد مدیران تاثیر قابل ملاحظه ای داشته باشند.

آنچه که از پیشینه پژوهش می توان استنباط نمود این مطلب است که در تحقیقات داخلی و خارجی در زمینه عملکرد مدیران، محققان به این نکته اتفاق نظر دارند که عملکرد سازمان یک مفهوم چند بعدی است در ارتباط با کارایی و اثربخشی می باشد و عملکرد سازمان برای موفقیت و بقای سازمان‌ها ضروری است (تپه رشی و همکاران، ۲۰۱۷؛ کاتلر، ۲۰۱۸). محققان عنوان می کنند که نقش مدیران در نوآوری و حرکت به سوی سازمان نوآور بسیار حیاتی بوده و در پایان منجر به بهبود عملکرد می شود (یانگ و همکاران، ۲۰۱۹؛ کریازاگلو، ۲۰۲۰). بدون برخورداری از سطحی از قابلیت نوآوری، انجام نوآوری امکان پذیر نخواهد بود (الگره و همکاران، ۲۰۱۵). استفاده از سیستم کنترل استراتژیک، پاسخگویی و واکنش مناسب به تغییرات محیطی، تفکر سیستمی و عملکرد سازمان را بهبود می بخشد (پالادان و

1. Hue Line, et al.

آدامو، ۲۰۱۸). لازم به ذکر است که در این راستا تحقیقات پراکنده‌ای به بررسی نوآوری و عملکرد در سازمان‌ها پرداخته‌اند اما تحقیقی که به نقش کنترل استراتژیک در رابطه با نوآوری و عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی بپردازد انجام نشده است. از طرف دیگر فقدان برنامه‌ریزی استراتژیک و نوآوری مشکلی است که در باشگاه‌های استان ایلام به چشم می‌خورد و نبود تحقیقات کافی در این زمینه ضرورت انجام این تحقیق را دوچندان نمود تا بر این اساس به این سؤال پاسخ دهد که آیا کنترل استراتژیک در رابطه با نوآوری و عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی استان ایلام نقش میانجی دارد؟ با توجه به اهمیت نوآوری و کنترل استراتژیک در عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی هدف این تحقیق بررسی نقش میانجی‌گری کنترل استراتژیک در رابطه با نوآوری و عملکرد مدیران باشگاه‌های ورزشی می‌باشد. مدل مفهومی تحقیق در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق

روش پژوهش همبستگی با رویکرد معادله ساختاری و به لحاظ هدف کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مدیران باشگاه‌های ورزشی استان به تعداد ۵۶۳ نفر (۴۱۰ مرد، ۱۵۳ زن) بود که از بین آنان ۴۰۰ نفر به شیوه طبقه‌ای نسبتی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. از پرسشنامه عملکرد هرسی و گلداسمیت (۲۰۰۳) که دارای ۴۲ سؤال و هفت مؤلفه توانایی، وضوح، کمک، مشوق، ارزیابی، اعتبار و محیط برای سنجش عملکرد سازمانی استفاده شد. از پرسشنامه کنترل استراتژیک هاریسون (۲۰۱۰) که شامل ۱۴ گویه و ۵ خرده‌مقیاس می‌باشد شامل اهداف استراتژیک، سازماندهی، شایستگی کارکنان،

بازخور و ردیابی و اقدام اصلاحی بود استفاده شد. به منظور سنجش نوآوری مدیران از پرسشنامه بشیری نیا و همکاران (۱۴۰۱) که شامل ۴ عامل و ۱۳ مولفه که شامل خلاقیت، خطرپذیری، توفیق طلبی، تمایل به تغییر، چالش طلبی، فناوری (تکنولوژی)، جذب مشتری، تبلیغات، تجهیزات، اجرایی، نیروی انسانی، پیشتاز بودن و روابط، تیم سازی و سبک مدیریتی بود استفاده گردید.

یافته‌های تحقیق

جدول ۱. توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه‌های پژوهش

شاخص	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۶۸/۱
	زن	۳۱/۹
سن	مجرد	۲۹/۶
	متاهل	۷۰/۴
رشته	تربیت بدنی	۵۷/۵
	غیر تربیت بدنی	۴۲/۵
سطح تحصیلات	زیر دیپلم	۵/۷
	دیپلم	۷/۴
	فوق دیپلم	۶/۷
	کارشناسی	۳۴/۸
	کارشناسی ارشد	۳۷/۳
دکتری	۹/۱	۳۲

بررسی داده‌های جمعیت‌شناسی مربوط به متغیر سابقه کار مدیران باشگاه‌های ورزشی استان ایلام نشان داد که درصدهای مربوط به متغیر سن، بالاترین سن مدیران ۳۵ تا ۳۹ سال برابر (۲۸/۲) درصد و کمترین ۲۵ تا ۲۹ سال برابر (۱۱/۱) درصد از نمونه تحقیق را تشکیل دادند. در زمینه تحصیلات، اطلاعات به دست آمده نشان داد که مدرک تحصیلی زیر دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکتری به ترتیب ۷/۵، ۷/۴، ۶/۷، ۳۴/۸، ۳۷/۳ و ۹/۱ درصد جامعه را به خود اختصاص داده‌اند که بیشترین فراوانی مدرک تحصیل مدیران این پژوهش، ۳۷/۳ درصد با مدرک فوق لیسانس و کمترین آن‌ها ۵/۷ درصد مربوط به مدارک زیر دیپلم می‌باشد. همچنین در بررسی اطلاعات متغیر رشته تحصیلی مشخص شد که حدود ۵۸ درصد از نمونه تحقیق در رشته تربیت بدنی و حدود ۴۲ درصد غیر تربیت بدنی می‌باشند. همچنین ۶۸ درصد از نمونه تحقیق را مردان و ۳۲ درصد را زنان تشکیل دادند. همچنین متغیر سوابق کار مدیران، سوابق ۵ سال و کمتر (۳۶/۲) درصد، ۶ تا ۱۰ سال (۲۸/۲) درصد، ۱۱ تا ۱۵ سال (۱۶/۲) درصد، ۱۶ سال و بالاتر (۱۹/۴) درصد به خود اختصاص داده‌اند که بیشترین سوابق را مدیران ۵ سال و کمتر، و کمترین درصد مربوط به سوابق (۱۱ تا ۱۵) سال می‌باشد.

در جدول شماره ۳. روابط مؤلفه‌های پرسشنامه با مقیاس کل یعنی نوآوری مدیران باشگاه‌های ورزشی ارائه شده است.

جدول ۳. روابط مؤلفه‌ها با مقیاس نوآوری مدیران

ردیف	مؤلفه‌ها با مقیاس نوآوری مدیران	میزان رابطه	ضریب تعیین	T-Value	نتیجه
۱	خلاقیت (F1) و نوآوری مدیران	۰/۷۶	۰/۸۲	۱۵/۴۰	تأیید رابطه

تأیید رابطه	۱۵/۷۷	۰/۸۴	۰/۷۷	خطرپذیری (F2) و نوآوری مدیران	۲
تأیید رابطه	۱۳/۶۷	۰/۷۱	۰/۶۵	توفیق طلبی (F3) و نوآوری مدیران	۳
تأیید رابطه	۹/۰۵	۰/۳۹	۰/۴۰	تمایل به تغییرات (F4) و نوآوری مدیران	۴
تأیید رابطه	۱۳/۲۸	۰/۶۸	۰/۶۲	چالش طلبی (F5) و نوآوری مدیران	۵
تأیید رابطه	۱۲/۱۳	۰/۶۰	۰/۶۴	فناوری "تکنولوژی" (F6) و نوآوری مدیران	۶
تأیید رابطه	۱۲/۶۸	۰/۶۴	۰/۷۴	جذب مشتری (F7) و نوآوری مدیران	۷
تأیید رابطه	۱۳/۹۳	۰/۷۳	۰/۷۵	تبلیغات (F8) و نوآوری مدیران	۸
تأیید رابطه	۱۴/۲۵	۰/۷۵	۰/۸۲	تجهیزات (F9) و نوآوری مدیران	۹
تأیید رابطه	۱۱/۸۰	۰/۵۸	۰/۶۶	توان اجرایی (F10) و نوآوری مدیران	۱۰
تأیید رابطه	۱۴/۲۷	۰/۷۵	۰/۷۱	نیروی انسانی (F11) و نوآوری مدیران	۱۱
تأیید رابطه	۱۵/۲۳	۰/۸۱	۰/۷۲	پیشتاز بودن و روابط (F12) و نوآوری مدیران	۱۲
تأیید رابطه	۱۳/۱۲	۰/۶۷	۰/۶۴	تیم سازی و سبک مدیریتی (F13) و نوآوری مدیران	۱۳

براساس داده‌های جدول (۳-۱۱) رابطه تمامی مولفه‌ها با مقیاس نوآوری مدیران معنادار است. ملاک معناداری $\pm 1/96$ می باشد.

جدول ۴. واریانس مستخرج از سازه‌ها و پایایی آن‌ها

شاخص‌ها متغیرها		واریانس مستخرج از سازه‌ها	پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	
		ملاک	نتیجه	ملاک	نتیجه
نوآوری		۰/۴۲۱	۰/۹۰	۰/۸۸	
کنترل استراتژیک		۰/۶۲۹	۰/۸۹	۰/۸۵	۰/۷۰
عملکرد		۰/۶۰۴	۰/۹۱	۰/۸۹	

فورنل و لارکر (۱۹۸۱) ملاک واریانس مستخرج از سازه‌ها (AVE) را $0/50$ و مگنر و همکاران (۱۹۹۶) ملاک را بالای $0/40$ در نظر می‌گیرند. با هر دو ملاک مشخص می‌شود که واریانس مستخرج از سازه‌ها قابل قبول است. همچنین پایایی ترکیبی (ضریب دیلون-گلداشتاین) و ضریب آلفای کرونباخ با توجه ملاک $0/70$ قابل قبول می‌باشند. در نتیجه روایی همگرایی و پایایی مدل قابل قبول است.

جدول ۵. واریانس مستخرج از سازه‌ها و همبستگی بین آن‌ها

متغیرها		متغیرها
نوآوری	کنترل استراتژیک	عملکرد
نوآوری	۰/۶۴۹	

کنترل استراتژیک	۰/۵۷۸	۰/۷۹۳
عملکرد	۰/۵۶۴	۰/۷۷۷

اعداد در قطر جدول ۵. جذر واریانس هر سازه می باشد. اگر جذر واریانس مستخرج از هر سازه از مقدار رابطه هر سازه با سازه دیگر بیشتر باشد، روایی واگرایی مدل مورد تأیید است.

جدول ۶. شاخص نسبت خصیصه تک ارزشی به خصیصه چند ارزشی

متغیرها	متغیرها	متغیرها	کنترل استراتژیک	عملکرد
نوآوری				
کنترل استراتژیک	۰/۶۲۱			
عملکرد	۰/۶۰۷	۰/۶۷۴		

یکی از شاخص های دیگری که در روایی واگرا یا افتراقی مدل قابل بررسی است، نسبت نسبت خصیصه تک ارزشی به خصیصه چند ارزشی^۱ است. این نسبت در منابع مختلف زیر ۱ (بعضی منابع زیر ۰/۹۰ و حتی ۰/۸۵ هم گفته شده است). با توجه به نتایج (جدول ۶) روایی واگرا مورد تأیید قرار گرفته است.

جدول ۶. ضریب مسیر و مقدار معناداری (T-Value) مربوط به هر یک از متغیرهای پژوهش

متغیرها	عملکرد		
مستقل	نوآوری	β	۰/۳۲۹
متغیرها	کنترل استراتژیک	T-Value	۵/۵۰۵

1. Hetrotrait-Monotrait Ratio

۰/۵۷۸	β	نوآوری	مستقل
۱۱/۳۷۸	T-Value		
عملکرد		متغیرها	
۰/۴۰۸	β	کنترل استراتژیک	مستقل
۷/۱۱۷	T-Value		

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد نوآوری بر عملکرد، نوآوری بر کنترل استراتژیک و کنترل استراتژیک بر عملکرد تاثیر دارد.

جدول ۷. نتایج بررسی شاخص اعتبار اشتراک سازه‌های تحقیق

1-SSE/SSO	SSE	SSO	آماره سازه
---	۴۵۶۳/۰۰۰	۴۵۶۳/۰۰۰	نوآوری
۰/۲۰۳	۱۳۹۸/۹۲۵	۱۷۵۵/۰۰۰	کنترل استراتژیک
۰/۲۴۹	۱۸۴۵/۷۹۵	۲۴۵۷/۰۰۰	عملکرد

با توجه به نتایج جدول شماره ۷ و مثبت بودن تمامی مقادیر می‌توان بیان کرد که مدل اندازه‌گیری از کیفیت من برخوردار است.

جدول ۸. نتایج بررسی شاخص اعتبار اشتراک سازه‌های تحقیق

NFI	Chi-Square	d_G	d_ULS	SRMR	شاخص‌های برازش مدل
۰/۷۸	۱۱۹۷/۵۵	۰/۶۵۰	۱/۹۵	۰/۰۷۸	مقادیر بدست آمده

ملاک	۰/۰۸	زیر ۰/۹۵	---	بالای ۰/۹۰
------	------	----------	-----	---------------

در مجموع و بر اساس شاخص‌های برازش مدل که در جدول ۸ گزارش شده است می‌توان گفت که برازش مدل در حد متوسط به بالا است.

آزمون تاثیر متغیر میانجی (بررسی اثر غیرمستقیم)

جدول ۹. اثرات غیر مستقیم متغیرها

متغیر اثرگذار	متغیر میانجی	متغیر وابسته	میزان اثر غیر مستقیم	SD	T-Value
نوآوری	کنترل استراتژیک	عملکرد	۰/۲۳۶	۰/۰۴۴	۵/۴۱۱

متغیر میانجی کنترل استراتژیک، نقش میانجیگری معناداری (T-Value=۵/۴۱۱ و $\beta = ۰/۲۳۶$) در رابطه علی نوآوری با عملکرد دارد.

برای تعیین شدت تأثیر متغیر میانجی کنترل استراتژیک از آماره VAF^۱ استفاده می‌شود که مقداری بین صفر تا ۱ را ارائه می‌کند. مقدار مذکور هر چه به ۱ نزدیکتر باشد، نشان‌دهنده تأثیر بیشتر متغیر میانجی است. برای محاسبه آن از فرمول زیر کمک گرفته شد:

$$VAF = \frac{a*b}{(a*b)+c} = \frac{0.578*(0.408)}{(0.578*0.408)+0.329} = 0.42 \quad (\text{رابطه ۱})$$

1. Variance Accounted For

A. ضریب اثر متغیر برون زا (نوآوری) بر متغیر میانجی (کنترل استراتژیک)

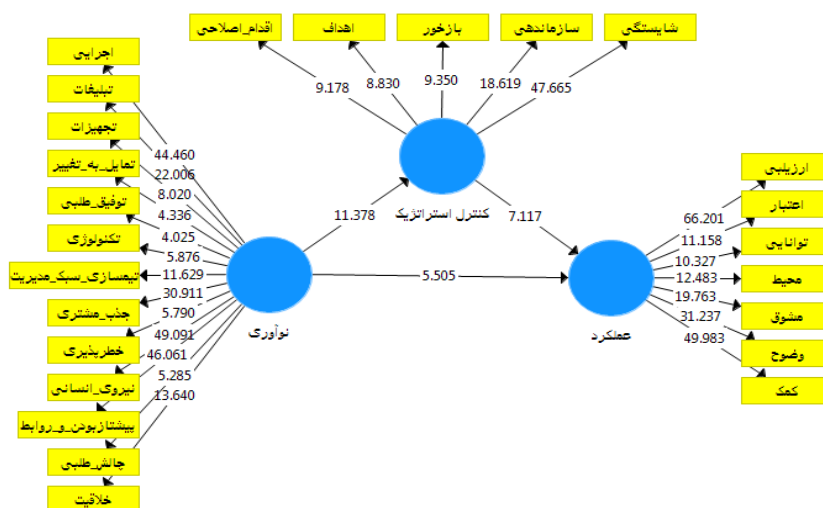
b. ضریب اثر متغیر میانجی (کنترل استراتژیک) بر متغیر درون زا (عملکرد)

c. ضریب اثر متغیر برون زا (نوآوری) بر متغیر درون زا (عملکرد)

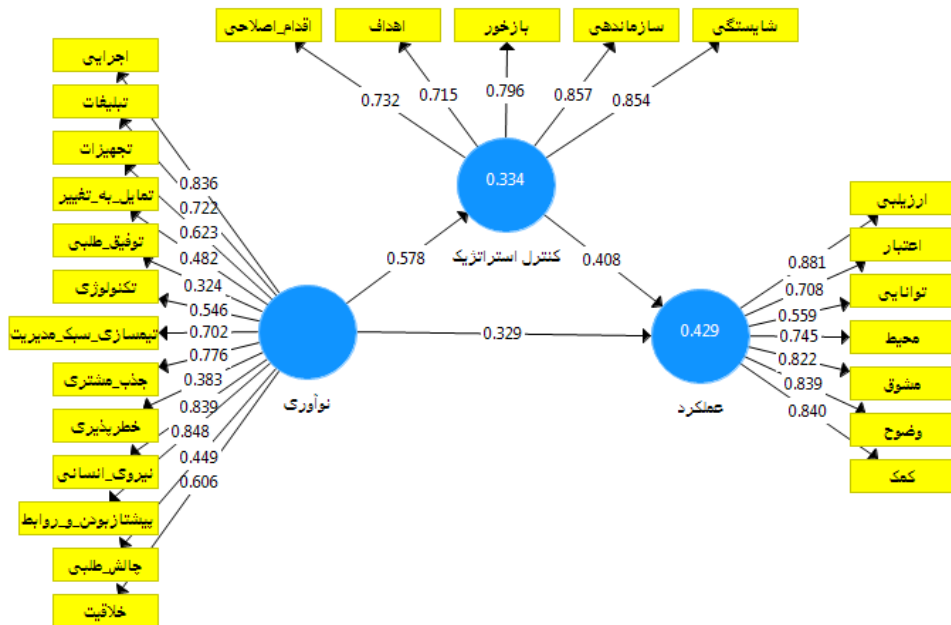
مقدار ۰/۴۲ بدین معنی است که نزدیک به نیمی از اثر کل نوآوری بر عملکرد از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی کنترل استراتژیک، تبیین گردیده است. با این حال باید گفت که مقدار مذکور نشان دهنده میانجی‌گری متغیر کنترل استراتژیک می‌باشد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰. مقدار VAF و قضاوت در مورد مقدار آن

نتیجه	وضعیت	ملاک	متغیر میانجی
میانجی‌گری جزئی و متوسط	بدون میانجی‌گری	کوچکتر از ۰/۲۰	کنترل استراتژیک
	جزئی و متوسط	۰/۸۰ تا مساوی و یا کوچکتر از ۰/۸۰	
	میانجی‌گری کامل	۰/۸۱ و بالاتر	



شکل ۱. رابطه علی متغیرها در حالت استاندارد



شکل ۲. رابطه علی متغیرها در حالت معناداری

(شکل ۲) نشان می دهد با توجه به اینکه ضریب معناداری از ۱/۹۶ بزرگتر می باشد در نتیجه مدل نقش میانجی گری کنترل استراتژیک در رابطه علی نوآوری با عملکرد از برازش لازم برخوردار است.

بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق، بین نوآوری با عملکرد رابطه علی وجود دارد. بنابراین یکی از عوامل موثر جهت حفظ و برتر بودن در سازمان‌های ورزشی، نوآوری است اگر سازمان‌های ورزشی بخواهند در رویدادهای ملی و بین‌المللی عملکرد بهتری داشته باشند باید استراتژی نوآوری را به عنوان اصل اساسی مورد استفاده قرار دهند. در این راستا علوی و همکاران (۱۳۹۹) بیان کردند که مدیران باشگاه‌ها نوآوری مدیریت و نوآوری فناورانه برای بهبود عملکرد خود در نظر بگیرند. (۱). تپه رشی و همکاران

(۱۳۹۶) نیز بیان می‌کنند که هرچه مدیران باشگاه‌ها ویژگی کار آفرینانه قوی تر داشته باشند و به نحو بهتری از این ویژگی‌ها و اطلاعات کارآفرینی استفاده کنند بر بهبود عملکرد باشگاه‌ها تاثیر بیشتری خواهد داشت. کارابولوت (۲۰۱۵) نیز معتقد است استراتژی‌های نوآوری این شرکت‌ها را به سمت بهبود عملکرد مالی و عملکرد مشتری، عملکرد فرایند داخلی کسب و کار و عملکرد یادگیری و رشد سوق می‌دهد (۱۳). کاناریو (۲۰۱۷) اظهار می‌دارد که فدراسیون‌ها با اتخاذ انواع نوآوری و معرفی خدمات جدید به مشتریان موجود به منظور افزایش کارایی و کیفیت و رضایت مشتریان انجام دهند و جذابیت خود را با ترویج خدمات مبتکرانه، برای بدست آوردن جذب و مشارکت افراد تشویق کنند که این خود می‌تواند موجب بهبود عملکرد مالی شود (۱۵). نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات نوبخت رضانی (۱۴۰۱)، قنبری و همکاران (۱۳۹۷)، تپه رشی و همکاران (۱۳۹۶)، علوی و همکاران (۱۳۹۹)، کارابولوت (۲۰۱۵)، فاجاردو و همکاران (۲۰۲۰)، سیوری کایا و همکاران (۲۰۱۸) کاناریو (۲۰۱۷) همسو است.

لذا با توجه به نتایج می‌توان بیان کرد که در دنیای رقابتی امروز، روش‌های سنتی دیگر پاسخگویی نیازها نمی‌باشد و تضمین تداوم حیات و بقای سازمان‌ها نیازمند راه حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است در این میان مدیران نوآور به عنوان پرچمدار اصلی سازمان‌ها و موتور توسعه حرکت جهت رسیدن به اهداف می‌باشند و نقش مدیران در ایجاد خلاقیت و نوآوری بسیار مهم و حساس می‌باشد و با توانایی و خلاقیت خود می‌توانند خلاقیت و نوآوری در افراد تشویق و ترغیب کنند و یا مانع این امر حیاتی شوند یکی از مزیت‌های عمده در خصوص ویژگی مدیران نوآور و کار آفرین، توانایی پاسخگویی آنها به محیطی است که همیشه در حال تغییر است و از طریق آن باشگاه‌ها برای تحویل ارزش به مشتریان به طور خلاقانه نوآوری نوین را به کار خواهد برد و تقاضای آینده آنها را پاسخ خواهد داد و یک مزیت رقابتی شایان توجه در خود ایجاد خواهد کرد بی توجهی به مفهوم ویژگی نوآورانه می‌تواند چالش برای باشگاه‌های فاقد این رویکرد باشد و درک ارتباط بین نوآوری و عملکرد به سازمان کمک می‌کند که استراتژی‌های رقابتی را توسعه دهد هرچه درک اهمیت نوآوری بیشتر شود در مورد اینکه سازمان به استراتژی رقابتی و عملکرد دست پیدا کند بیشتر می‌شود و باشگاه‌های ورزشی هر چه به نحو شایسته مدیریت شوند و از رویکرد نوآورانه برای جذب مشتری استفاده کنند می‌توانند درآمد قابل توجهی داشته باشند و نقش مهمی در توسعه زندگی افراد جامعه ایفا کنند بنابراین می‌توان انتظار داشت با افزایش نوآوری در باشگاه‌های شهر ایلام به طور چشمگیری باعث بهبود عملکرد مالی و غیر مالی این باشگاه‌ها گردد. با این حال نقش مدیریت این باشگاه‌ها در گسترش فرهنگ نوآوری مهم و اساسی می‌باشد مدیریت باشگاه‌های ورزشی می‌توانند با ایجاد برنامه‌های متنوع و برنامه ریزی مناسب

در این حوزه سبب گردند تا نوآوری در باشگاه‌ها به طور محسوس افزایش پیدا کند رشد نوآوری در باشگاه‌ها فواید بیشماری از جمله بهبود عملکرد را به ارمغان خواهد آورد. بنابراین از طریق نوآوری باعث ایجاد توسعه کسب و کار ورزشی در تولید لوازم و تجهیزات ورزشی جدید و ارائه خدمات ورزشی در باشگاه‌ها به توسعه ورزش کمک می‌کند بنابراین باشگاهها باید رویکرد نوآورانه و کارآفرینانه داشته باشند از این طریق با دیگران در تعامل باشند. بنابراین ضرورت دارد که باشگاه‌های ورزشی به عنوان بنگاه‌های اقتصادی به ترتیب و پرورش مدیرانی بپردازند که بتوانند از خلاقیت، نوآوری، ریسک پذیری آنها در جهت نیل به اهداف خود بهره‌گیرند.

طبق نتایج تحقیق، بین نوآوری با کنترل استراتژیک رابطه علی وجود دارد. تحقیقاتی که رابطه بین نوآوری و کنترل استراتژیک را نشان دهد یافت نشد و محدود تحقیقاتی که انجام شده است در حوزه غیر ورزش می‌باشد. در این راستا عینی و همکاران (۲۰۱۹) اذعان داشتند، سازمان باید سیستم کنترل خود از طریق اختیار دادن و ارتباط داشتن با کارکنان و پرداخت پاداش برای بهبود عملکرد سازمانی را سازگار نماید. سیادت و همکاران (۱۳۹۸) بیان کردند که امروزه در محیط رقابتی در فضای کسب و کارهای مختلف مستلزم مواجهه با فرصت‌ها و چالش‌های فراوانی است، کنترل و پاسخگویی به موقع در واکنش به تحولات رقبا و تحولات محیطی، علاوه بر ضمانت حفظ حیات و بقا سازمان و تحقق اهداف، کنترل را امری درونی و جاری در سازمان تبدیل کنید. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات سیادت و همکاران (۱۳۹۸)، عینی و همکاران (۲۰۱۹)، کری زگلا (۲۰۲۰) همسو است.

همچنین در خصوص این یافته می‌توان گفت که برای اینکه باشگاه‌های ورزشی در محیط رقابتی و پویا بتوانند تداوم و فعالیت و بقای خود را حفظ کنند توانایی و قابلیت‌های یک سازمان از طریق استفاده از نوآوری و کنترل استراتژیک به عنوان ابزار مهم برای بهبود عملکرد معرفی می‌شود که بهره‌مندی از آن نیازمند مدیریت آگاه و مطلع است. مدیران باشگاه بعد از بررسی نقاط قوت و ضعف رقبا و مقایسه آن با نقاط قوت و ضعف خود، از استراتژی رقابتی برای پیروزی در رقابت با باشگاه‌های رقیب بهره‌گیرد این استراتژی برای پاسخگویی و تحمل فشارهای وارده از طرف بازارهای رقابتی، عملکرد سازمان‌های مختلف را ترکیب می‌کند و مشتریان را جذب و جایگاه سازمان را در بازار رقابت تثبیت می‌نماید، به ویژه در بازاری که محصولات جایگزین و مشابه فراوانی وجود دارد (علوی و همکاران، ۱۳۹۹). سیستم کنترل استراتژیک که نقش تضمین عملکرد مناسب را دارا هستند بخصوص در باشگاهها، که عنصری تاثیر گذار در درآمدزایی می‌باشید از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، در واقع سازمانی که سیستم و برنامه‌ای

برای کنترل فعالیت‌ها و برنامه‌های خود نداشته باشد توانایی سنجش عملکرد و تعیین میزان دستیابی به اهداف خود را تا حدودی از دست می‌دهد و از مسیر دستیابی به اهداف سازمان غافل می‌شود. همان گونه که به همین دلیل کنترل استراتژیک به عنوان راهی برای حفظ سامانه‌های پایش محیطی و استقرار سامانه بازخور جهت حصول اطمینان از موفقیت استراتژی بازار و همچنین پیگیری مسیر استراتژی در حال اجرای یک سازمان را کشف می‌کند و تعدیل‌های لازم را به عمل می‌آورد و همچنین به سازمان در استقرار و نگهداری جهت‌گیری استراتژیک، ثمربخشی و انسجام درونی کمک می‌کند. بنابراین مدیران باید از استراتژی نوآوری مناسب استفاده کنند؛ تا بتوانند جایگاه خود را در بازارهای ورزشی پیدا کنند و وجود یک سیستم کنترلی که حاصل بررسی دقیق محیط داخلی و خارجی باشد و امکان واکنش مناسب در برخورد با رویدادهای پیش بینی نشده و ناگهانی را فراهم آورد راهنمای عمل خوبی برای مدیران محسوب می‌گردد، بنابراین کنترل استراتژیک وسایلی برای مدیران ارشد فراهم می‌کند تا کنترل دقیقتری بر روی آنچه مدیران انجام می‌دهند داشته باشد و همچنین برای کنترل و شکل‌گیری و اجرای برنامه‌ها، سنجش و اندازه‌گیری عملکرد خود به آن نیاز دارند.

نتایج دیگر تحقیق نشان داد که بین کنترل استراتژیک با عملکرد رابطه علی وجود دارد. با بررسی مطالعات خارجی و داخلی، تحقیقاتی که رابطه بین عملکرد و کنترل استراتژیک را در باشگاه‌های ورزشی بررسی کنند مشاهده نشد و معدود تحقیقات مشابهی که انجام شده است در حوزه غیر ورزش می‌باشد از جمله، هیولاین و همکاران (۲۰۱۷) ادعان کردند که کنترل استراتژیک از اهمیت بالایی برخوردار است و کنترل عملیاتی بر عملکرد شرکت‌ها در درازمدت تاثیر مثبت دارد. رضایی و همکاران (۱۳۹۹) بیان کردند که از طریق کنترل استراتژیک، می‌توان کارائی و اثربخشی سازمان را تقویت کرده و به اهداف سازمانی دست یابند. نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات، کری زگلا (۲۰۲۰)، هیولاین (۲۰۱۷)، رضایی و همکاران (۱۳۹۹) و سیادت و همکاران (۱۳۹۸) همسو است. طبق یافته‌های تحقیق می‌توان چنین استنباط کرد، بررسی عملکرد نوعی فرایند مهم راهبردی است که برای دوام و رفاه هر سازمان ضروری است از این رو باشگاه‌ها بتوانند در عرصه رقابت به موفقیت دست یابند به دنبال بهبود عملکرد باشند از سوی دیگر دستیابی به اهداف سازمانی و کسب نتایج مطلوب بدون برخورداری از برنامه‌ها در قالب یک سیستم جامع و مدون عملکردی امکان پذیر نخواهد بود. بنابراین همه سازمان‌ها در عرصه رقابت امروزی، به نوعی سیستم ارزیابی عملکرد نیاز دارند تا بتوانند در قالب آن کارایی و اثربخشی خود را بسنجند و این امکان را فراهم سازند که سازمان با کاهش ضعف‌ها و افزایش قوت‌ها، وضعیت را برای بهبود مستمر فراهم نمایند. همانطوری که اندیشمندان علم مدیریت در این خصوص

بیان داشته اند هرچه نتوانیم اندازه گیری کنیم و هرچه نتوانیم کنترل کنیم مدیریت آن امکان پذیر نخواهد بود. بنابراین کنترل استراتژیک، نقش تعیین کننده و انکارناپذیری در راستای تحقق اهداف و رسالت سازمان ورزشی دارد. از آنجائیکه مدیران باشگاههای ورزشی بخواهند برای کسب اطمینان از کارایی و راهبردهای مدیریتی و اجرای موفقیت آمیز اهداف و ماموریتها و وظایف سازمانی خود، اطلاعات لازم را حاصل کند و در حوزه کاری تحت امر خود شاهد دست یابی به عملکرد مطلوب و اثربخشی فعالیت سازمانی باشد، نیازمند روشی است تا میزان تحقق و پیشرفت خود در راستای این برنامهها اندازه گیری کند که از طریق کنترل استراتژیک امکان پذیر است و انجام هیچ فعالیتی قرین به توفیق نخواهد بود مگر آنکه کنترل لازم نسبت به آن به عمل آید. بنابراین به کمک کنترل است که مدیر نسبت به تحقق اهداف و انجام عملیات آگاهی یافته و قدرت پیگیری و سنجش اصلاح آن را پیدا می کند. بنابراین کنترل استراتژیک نقش تضمین عملکرد مناسب و انکارناپذیری در راستای تحقق اهداف و رسالت سازمان ورزشی دارد و می توان گفت که کنترل استراتژیک موثرترین عامل در جهت حفظ صیانت و هدایت همه سازمانهاست و نبود کنترل استراتژیک در گردش کاری سازمان، تشکیلات را در معرض انحراف، افول، و در نهایت نابودی قرار می دهد. بنابراین مدیریت باشگاههای استان ایلام به این متغیرهای مهم راهبردی توجه ویژه ای داشته باشند و برای سنجش عملکرد خود از کنترل استراتژیک در امور باشگاهها پیاده کنند که شاهد عملکرد مطلوبی باشند.

از دیگر نتایج پژوهش این است که کنترل استراتژیک، نقش میانجی گری بین نوآوری با عملکرد دارد. یافته‌های تحقیق با نتایج تحقیق وینانند و همکاران (۲۰۱۷)، کری زگلا (۲۰۲۰)، رضایی و همکاران (۱۳۹۹) همسو است. در این راستا، وینانند و همکاران (۲۰۱۷) معتقدند کارکنان نگرش مثبت به نوآوری دارند و نوآوری بطور غیر مستقیم تاثیر بر تغییرات سازمان به وسیله افراد درون فدراسیونها دارد و مدیران و سیاستگذاران به منظور توسعه و پیشرفت، نوآوری در فدراسیونها ارتقا دهند و از نوآوری خدمات پشتیبانی کنند و همچنین رضایی و همکاران (۲۰۲۲) بیان کردند که مدیران باشگاههای ورزشی می توانند از طریق ارتقاء مدیریت دانش و نگرش مثبت به جدید و نو بودن، نوآوری را افزایش دهند که این می تواند به عملکرد بهتر در باشگاهها کمک کند. همچنین کریزگلا (۲۰۲۰) اظهار داشت که کنترل استراتژیک فقط به معنای واکنش به رویدادها پس از وقوع آنها نیست و آن به معنای نگه داشتن یک سازمان در مسیر و پیش بینی رویدادهایی که ممکن است رخ دهد، و پاسخ سریع به فرصت‌های جدیدی است که خود را نشان می دهد و تمرکز بر مشکلات مهم پیش روی یک سازمان

در حال حاضر و آینده، و همکاری با یکدیگر برای یافتن راه حل‌هایی است که می‌تواند به سازمان در طول زمان کمک کند تا عملکرد بهتری داشته باشد. بنابراین بر اساس یافته‌های پژوهش می‌توان استنباط کرد که سیستم کنترل استراتژیک با مدیریت عملکرد سازمانی و نوآوری در باشگاه‌های ورزشی ارتباط مثبت دارد؛ از این رو می‌توان گفت اگر مدیران بر تقویت و اثربخشی سیستم کنترل استراتژیک در ابعاد مختلف تمرکز داشته باشد و با بکارگیری تکنیک جدید در راستای بهبود آن و تطابق با نیازهای مدیران حرکت نمایند، نتایج قابل ملاحظه‌ای در رابطه با مدیریت عملکرد خواهند داشت. همچنین سازمان‌ها به منظور حفظ حیات و رشد و توسعه می‌بایست استراتژی‌ها و راهکارهایی را در پیش گیرند که عملکرد بهتری را برای آنها در آینده رقم بزند؛ این استراتژی‌ها با توجه به تغییرات روزافزونی که در محیط کاری سازمان‌ها رخ می‌دهد بیش از پیش اهمیت پیدا می‌کند و عدم توجه به آنها می‌تواند حیات سازمان‌ها را با خطر مواجه سازد. از این رو باشگاه‌های ورزشی در جهت هدایت برنامه‌ها، سنجش و اندازه‌گیری عملکرد خود نیاز به کنترل استراتژیک دارند. همچنین به کارگیری دستاورد این پژوهش، می‌تواند باعث صرفه‌جویی در هزینه‌ها و شناسایی ظرفیت خود و سایر باشگاه‌ها، و گسترش ارتباط با باشگاه‌ها دیگر و رقبای داخلی و خارجی و کارآفرینی در ورزش و به کارگیری دانش نو شوند که در نهایت موجب بهبود عملکرد و توسعه ورزش در سطح قهرمانی و حرفه‌ای خواهد شد.

از آنجایی که طبق نتایج تحقیق بین نوآوری و کنترل و عملکرد ارتباط وجود دارد بنابراین می‌توان گفت که با افزایش نوآوری، میزان عملکرد افزایش پیدا می‌کند و همچنین دو متغیر کنترل استراتژیک و نوآوری بیشترین قابلیت پیش‌بینی عملکرد در باشگاه‌های ورزشی استان ایلام را دارند. با عنایت به مطالب فوق، شناخت و بهبود عملکرد هدف اصلی مدیران است، لذا برای اینکه یک سازمان به حداکثر عملکرد در بین مدیران و کارکنان برسد نیازمند است که از این متغیرها به بهترین شکل استفاده کنند چرا که عدم توجه به این متغیرها در بهبود عملکرد سازمان تاثیر منفی خواهد گذاشت. از این رو شایسته است به نوآوری و کنترل استراتژیک در سازمان بها داده شود تا میزان عملکرد در سازمان بهبود پیدا کند.

به طور کلی با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود به منظور ارزیابی عملکرد در باشگاه‌ها از سیستم کنترل استراتژیک استفاده شود، برای رسیدن به بالاترین عملکرد شاخص‌هایی از قبیل رضایت مشتریان، فروش، استفاده از انواع استراتژی‌های خلاقانه، استفاده از بسته‌های تشویقی برای مشتریان، استفاده از کارت هواداری مشتریان، برگزاری سمینارهای بازاریابی از قبیل آشنایی با بسته‌های درآمدزایی مدیران

ورزشی، از تجهیزات جدید و پیشرفته و همراه با آموزش در باشگاه‌های ورزشی برای مربیان و بازیکنان استفاده شود که بر جذب مشتری و عملکرد باشگاه تأثیرگذار است. نیازسنجی مشتریان انجام گیرد، با توجه به اهمیت رویکرد خلاقانه مدیران برای افزایش این نگرش پاداش از قبیل ارتقاء سمت شغلی در نظر گرفته شود. برگزاری دوره‌های توانمند سازی کارکنان و همچنین دوره‌های آموزشی ارتباطات بین بخشی نیز می‌تواند برای ارتقاء عملکرد مدیران ورزشی با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد شود تا بتواند مدیران در راستای اهداف، سیاست‌های باشگاه در جهت صحیح ریل گذاری شود. یکی دیگر از عوامل مؤثر در نوآور بودن باشگاه‌ها، به کارگیری سیستم آموزشی نوین به جای روش‌های سنتی توسط مربیان، ورزشکاران، و آموزش مداوم کارکنان اداریاز جمله مواردی است که همواره باید مدنظر قرار گیرد، پاداش متناسب با عملکرد برای تمام کارکنان باید در نظر گرفته شود. همچنین به کارگیری و استخدام نیروی انسانی متخصص و زبده بالاخص مربیان مجرب و متخصصان بازار یابی و نیروی انسانی در حیطه مدیریت و روابط عمومی جهت جذب بیشتر بازیکنان و مشارکت بیشتر در باشگاهها برای بهبود وضعیت عملکرد و درآمد باشگاه پیشنهاد می‌شود. بنابراین جهت توسعه وارتقاء عملکرد مدیران پیشنهاد می‌شود فاکتورها و مولفه‌های کنترل استراتژیک همچون اهداف استراتژیک، سازماندهی، شایستگی کارکنان، بازخور و ردیابی و اقدام اصلاحی در باشگاه‌های ورزشی متناسب سازی شود. و همچنین پیشنهاد می‌شود به سایر ابعاد نوآوری همچون نوآوری در فناوری، نوآوری اداری، نوآوری تولید، نوآوری فرایندی، نوآوری‌های فنی و نوآوری‌های اجرایی توجه شود و مدیران با نوآوری در فرایند اداری، استفاده از مدیریت نوآورانه در شیوه‌های برنامه ریزی و نظارت فرایندها، پاسخ منعطف سازمان به تغییرهای محیطی و ایجاد روابط درون سازمان جدید با سایر سازمان سطح بالاتری از عملکرد را بروز دهند. در مجموع با عنایت به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌شود مدیران تدابیری بیاندیشند که افراد در سازمان منطبق با نیازهای اساسی، نوآوری را در سر لوحه خود قرار دهند، مدیران خلاق و نوآور را برای پست سازمانی انتخاب کنند و در گزینش مدیران و همچنین در ارزیابی عملکرد آنها این شاخص‌ها مورد توجه قرار گیرد.

در پایان نیز می‌توان گفت هر باشگاه می‌تواند متناسب با نوع تدوین و اجرای استراتژیک خود، از استراتژی‌های کنترل استراتژیک استفاده نمایند و هر چه هماهنگی بین خلاقیت و نوآوری و کنترل استراتژیک بیشتر باشد عملکرد افزایش می‌یابد.

منابع

- تپه رشی، گ؛ اسماعیلی، م؛ امیرتاش، ع. (۱۳۹۶). بررسی ارتباط بین ویژگی‌های کارآفرینی مدیران با عملکرد در باشگاه‌های ورزشی، مدیریت ورزشی، ۹ (۴)، ۷۷۴-۷۹۲.
- رحیمی، ع، کوزه چیان، ح. (۱۴۰۰). تأثیر قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری بر عملکرد شرکت‌های ورزشی کوچک و متوسط، تحقیقات کاربردی در مدیریت ورزشی، ۱ (۳۷)، ۵۱-۶۰.
- رحیمی، ه. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد مالی با میانجی‌گری یادگیری سازمانی، نوآوری‌های مدیریت آموزشی، ۴۸، ۲۱-۷.
- رضایی، ر؛ صلاحی مقدم، ن؛ شعبانعلی، ف. (۱۳۹۸). بررسی مدیریت دانش بر عملکرد سازمان در سازمان جهاد کشاورزی البرز، مجله پژوهشی ترویج و آموزش، ۷ (۴)، ۸۷-۹۵.
- رضایی، س؛ نظامی، ع. (۱۳۹۹). طراحی یک مدل کنترل استراتژیک موثر در سازمان‌های ورزشی ایران با رویکرد داده‌بنیاد، مجله مدیریت ورزشی، ۱۲ (۱)، ۲۲۳-۲۴.
- ریگی، س؛ صفایی، ا. (۱۴۰۰). تأثیر اقدامات استراتژیک مدیریت منابع انسانی بر عملکرد و موفقیت باشگاه‌های لیگ برتر فوتبال حرفه‌ای ایران، پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۳ (۴)، ۱۹۷-۲۱۱.
- سیادت، س؛ امینی، م؛ پرهیزگار، م؛ سالار، ج. (۱۳۹۸). طراحی و تبیین الگوی کنترل استراتژیک با رویکرد خودکنترلی بر مبنای نظریه پردازی داده بنیاد، مدیریت سازمان‌های دولتی، ۲۹، ۳۱-۱۱.
- علوی، س؛ محمدی، ف؛ درویش، ا؛ رحمانی، ن. (۱۳۹۹). نقش نوآوری در تأثیر بازاریابی بر عملکرد باشگاه خصوصی، فصلنامه علمی پژوهشی کارآفرین، ۱۷ (۳)، ۲۰۱-۱۸۷.
- عینی، ع. (۱۳۹۹). تأثیر شایسته سالاری بر نوآوری سازمانی در پردیس دانشگاه البرز، مجله دیدگاه مدیریت و آموزش، ۳ (۳)، ۸۷-۱۰۱.
- قنبری، م؛ سیدامین، د. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر استراتژی بازاریابی سبز بر عملکرد سازمانی در فدراسیون‌های ورزشی، مجله نخبگان علم و مهندسی، ۳ (۶)، ۳۶-۲۸.
- ملک محمودی، و؛ مندلی زاده، ز؛ زهره وندیان، ک. (۱۴۰۰). تأثیر ابعاد نوآوری بر عملکرد نوآورانه باشگاه‌های ورزشی، رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی، ۹ (۳۵)، ۹۷-۸۷.

نوبخت رضانی، ز؛ عبدالله پور، م. (۱۴۰۱). تأثیر نگرش کارآفرینانه مدیران باشگاه بر عملکرد باشگاه‌های بدنسازی شهر تهران، فصلنامه مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش. ۱۱(۵)، ۱۵-۲۹.

Alegre, J. Pla Barber, J. Chiva, R., Villar, C. (2015), Organizational learning capability, Product innovation performance and export intensity, *Technology Analysis and Strategic Management*, 24 (5), 511-526.

Fajardo, E. P., Núñez-Pomar, J. M, & González-Serrano, M.H. (2020). Sport entrepreneurship in Spanish sports clubs. *Journal of Sports Economics & Management*. 10(1): 3-15.

Gary L, Amos H. C. Ng, Tehseen A. (2020). A hybrid simulation-based optimization framework supporting strategic maintenance development to improve production performance. *Journal homepage: www. elsevier. com/locate/ejor.2020.*

Hameed, W. U., Nisar, Q. A., & Wu, H. C. (2021). Relationships between external knowledge, internal innovation, firms' open innovation performance, service innovation and business performance in the Pakistani hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102745, [Farsi]

Hue line, Y., Jen chen, B., wenlin B. (2017). The influence of strategic control and operation control on new venture performance. *management decision*. 55(5): 45-33.

-Kanario , M.C. (2017). Influence of sports innovation on organizational performance: a case of football Kenya federation. *United States International University Africa*. 222-229.

Karabulut, A. T. (2015). Effects of Innovation Types on Performance of Manufacturing Firms in Turkey. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355-1364.

Kyriazoglou , J. (2020). Strategic management controls. *Bookhttps // www.researchgate.net*

Li, D., Cao, C., Zhang, L., Chen, X., Ren, Sh. & Zhao, Y. (2017). Effects of corporate environmental responsibility on financial performance: The moderating role of government regulation and organizational slack. *Journal of Cleaner Production*, 166 (8).1334-1324.

Palladan, A. A., Adamu, M.A. (2018). An Overview of Strategic Management Practices. *Austin J Bus Adm Manage*. 2018; 2(3): 1033.

Skarzynski, P., Gibson, R. (2016). *Innovation to the Core: A Blueprint for Transforming the Way Your Company Innovates*. Boston: Harvard Business School Press. 147-151.

Sivrikaya, k., Demir, A., Fisek, T (2018). Innovation in Sports Management and The Role of Users, open Innovation and Sport-Based Entrepreneurship. *Journal of Research in Business and Management*, 6 (7), 9-18.

Smith M, Busi M, Ball P, & Vandermeer R. (2018). Factors influencing an organization's ability to manage innovation: a structured literature review and conceptual model. *International Journal of Innovation Management*. 12 (4): 676-655.

Teece, D.J. (2017). *Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth*. London: Oxford University Press.

Ullah, A., Iqbal, S., & Shams, S. R. (2020). Impact of CRM adoption on organizational performance. *Competitiveness Review: An International Business Journal* , [Farsi]

Winnand, M & Anagnostopoulos, C. (2017). Get ready to innovate staff's disposition to implement service innovation in non-profit sport organizations. *International Journal of Sport Policy and politics*, ISSN:1940- 6940. (online) journal homepage: <http://www.Tandfonline.com>.

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.

