چهارمین کنفرانس بین‌المللی دانشجویان
4th International Conference form Students of Sports Sciences and Physical Education
علوم ورزشی و تربیت بدنی
www.sport.cdsts.ir

# ارتباط بین مدیریت جهادی با استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی استان گلستان

| | |
|---|---|
| **مجتبی رستگار رودبارکی** | دانشجوی دکتری گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران |
| **زین العابدین فلاح** * | دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران |
| **سعید قربانی** | دانشیار گروه تربیت بدنی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران |
| **اکرم اصفهانی‌نیا** | استادیار گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران |

## چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین مدیریت جهادی و استراتژی کسب‌وکار مدیران اماکن ورزشی استان گلستان انجام شده است. این پژوهش توصیفی-همبستگی، با استفاده از روش‌های میدانی به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران اماکن ورزشی استان گلستان (N= ۱۵۰۰) بوده و نمونه آماری (n= ۳۰۹) بر اساس جدول مورگان و با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای در دسترس انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده‌ها شامل پرسشنامه محقق‌ساخته مدیریت جهادی و استراتژی کسب‌وکار و پرسشنامه مدیران جامی‌پور (۱۳۹۷) بوده است. روایی پرسشنامه‌ها از طریق نظرسنجی از ۸ نفر از اساتید مدیریت ورزشی و تربیت بدنی تأیید شد و پایایی درونی آن‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (به ترتیب ۰.۹۴ و ۰.۹۰ برای استراتژی کسب‌وکار و مدیریت جهادی) مورد تایید قرار گرفت. با توجه به توزیع نرمال داده‌ها و مقیاس متغیرها، از آزمون t، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. نتایج نشان داد که بین استراتژی کسب‌وکار و مدیریت جهادی مدیران اماکن ورزشی ارتباط معناداری وجود دارد ( p<۰.۰۵). استراتژی کسب‌وکار می‌تواند به ارتقای مدیریت جهادی در سازمان‌های ورزشی، به‌ویژه در ابعاد اعتقادی و رفتاری، کمک کند.

**واژه‌های کلیدی**: استراتژی کسب و کار ، مدیریت جهادی، مدیر ورزشی، اماکن ورزشی.

* **نویسنده مسئول**: E-mail: zy.fallah@gmail.com

رستگار رودبارکی مجتبی، فلاح زین العابدین، قربانی سعید، اصفهانی‌نیا اکرم، ارتباط بین مدیریت جهادی با عملکرد مدیران اماکن ورزشی استان گلستان، فصلنامه نوآوری در مدیریت ورزشی، تابستان ۱۴۰۳، ۳(۲): ۲۹-۲۱.

**مقدمه**

در دنیای پویای امروز، سازمان‌ها و کسب‌وکارها برای بقا و موفقیت نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و استراتژیک هستند. در این میان، صنعت ورزش و به‌ویژه مدیریت اماکن ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیست. مدیریت اماکن ورزشی به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت ورزش، نیازمند رویکردهای نوین مدیریتی است تا بتواند به اهداف خود دست‌یابد. یکی از کلیدی‌ترین عوامل موفقیت در این حوزه، تدوین و اجرای استراتژی‌های کسب‌وکار اثربخش است. استراتژی کسب‌وکار نه تنها مسیر حرکت سازمان را مشخص می‌کند، بلکه نقش مهمی‌در بهبود عملکرد مدیران و در نهایت دستیابی به اهداف کلان سازمانی ایفا می‌کند (سعیدی، ۱۴۰۰). استراتژی کسب‌وکار به طور کلی به مجموعه‌ای از تصمیمات و اقدامات یک سازمان برای دستیابی به اهداف بلندمدت خود اطلاق می‌شود. این استراتژی شامل تعیین مسیر حرکت، تخصیص منابع، و ایجاد مزیت رقابتی است. به عبارت دیگر، استراتژی کسب‌وکار یک برنامه جامع برای چگونگی رقابت و موفقیت در بازار است. استراتژی‌ها در سطوح مختلف سازمان شکل می‌گیرند؛ استراتژی شرکتی که به کل سازمان مربوط می‌شود، استراتژی کسب‌وکار که به یک واحد کسب‌وکار خاص مربوط می‌شود، و استراتژی وظیفه‌ای که به بخش‌های عملیاتی سازمان مربوط می‌شود (شهابی، ۱۳۹۳).مدیریت جهادی مقوله ایست که با انقلاب اسلامی تبلور دو چندان یافت و آثار مبارک آن در دوره‌هایی از دوران دفاع مقدس و بویژه نهاد جهاد سازندگی ظهور و بروز پیدا کرد. فرآیندی که از ویژگی‌های برجسته آن ادای تکلیف و هم راستایی با اراده الهی در جهت تشکیل حفظ و تحکیم پایه‌های حکومتی برآمده از اسلام ناب محمدی (صل الله علیه وآله) بود. از سوی دیگر با افزایش چشمگیر نقش ورزش در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و حتی سیاسی کشور، پیشرفت در زمینه ورزش به یکی از اولویت‌های راهبردی برنامه‌ریزان در کشور تبدیل شده‌است. کشورها برای رسیدن به مزایای ناشی از ورزش، سازمان‌های ورزشی را شکل می‌دهند. سازمان‌های دولتی و خصوصی، پایه و اساس ورزش در هر کشوری هستند و رسیدن به اهداف متعالی برنامه‌های ورزشی، نیازمند اثربخشی این سازمان‌ها و مدیران آن‌هاست؛ لذا با توجه به نقش مدیران ورزشی در سازمان‌ها و اماکن ورزشی، امروزه یکی از زمینه‌های مطالعه در مدیریت ورزشی انتخاب استراتژی مناسب برای بهبود استراتژی کسب و کار مدیران ورزش است (موسویان، مهدی پور و خدامرادی، ۱۳۹۸).

در دنیای پویای امروز، سازمان‌ها و کسب‌وکارها برای بقا و موفقیت نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و استراتژیک هستند. در این میان، صنعت ورزش و به‌ویژه مدیریت اماکن ورزشی نیز از این قاعده مستثنی نیست. مدیریت اماکن ورزشی به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت ورزش، نیازمند رویکردهای نوین مدیریتی است تا بتواند به اهداف خود دست‌یابد. یکی از کلیدی‌ترین عوامل موفقیت در این حوزه، تدوین و اجرای استراتژی‌های کسب‌وکار اثربخش است. استراتژی کسب‌وکار نه تنها مسیر حرکت سازمان را مشخص می‌کند، بلکه نقش مهمی‌در بهبود عملکرد مدیران و در نهایت دستیابی به اهداف کلان سازمانی ایفا می‌کند (سعیدی، ۱۴۰۰). استراتژی کسب‌وکار به طور کلی به مجموعه‌ای از تصمیمات و اقدامات یک سازمان برای دستیابی به اهداف بلندمدت خود اطلاق می‌شود. این استراتژی شامل تعیین مسیر حرکت، تخصیص منابع، و ایجاد مزیت رقابتی است. به عبارت دیگر، استراتژی کسب‌وکار یک برنامه جامع برای چگونگی رقابت و موفقیت در بازار است. استراتژی‌ها در سطوح مختلف سازمان شکل می‌گیرند؛ استراتژی شرکتی که به کل سازمان مربوط می‌شود، استراتژی کسب‌وکار که به یک واحد کسب‌وکار خاص مربوط می‌شود، و استراتژی وظیفه‌ای که به بخش‌های عملیاتی سازمان مربوط می‌شود (شهابی، ۱۳۹۳).

عدم توجه به استراتژی‌های کسب و کار نه تنها بر عملکرد داخلی اماکن ورزشی تأثیر می‌گذارد، بلکه پیامدهای اقتصادی نیز دارد. هزینه‌های عملیاتی ممکن است با عدم وجود یک برنامه‌ریزی مناسب افزایش یابد، زیرا مدیران مجبور خواهند بود برای حل مشکلات ناشی از ناکارآمدی‌ها هزینه‌های بیشتری صرف کنند. مدیرانی که نتوانند استراتژی‌های مؤثر را پیاده‌سازی کنند، ممکن است با کاهش درآمدها مواجه شوند. این موضوع می‌تواند ناشی از عدم جذب مشتریان جدید یا حفظ مشتریان فعلی باشد (حسین زاده، ۱۴۰۱). استراتژی های کسب و کار به طور کلی به سه دسته اصلی تقسیم می‌شوند:

۱. استراتژی رهبری هزینه: این استراتژی بر کاهش هزینه‌ها و ارائه کالاها و خدمات با کمترین قیمت تمرکز دارد. شرکت هایی که این استراتژی را دنبال می‌کنند، سعی دارند با ارائه محصولات مشابه با قیمت پایین تر، سهم بیشتری از بازار را به دست آورند (قاضی، ۱۴۰۱).

۲. استراتژی تمایز: این استراتژی بر ارائه محصولات و خدمات منحصر به فرد و متفاوت از رقبا تمرکز دارد. شرکت هایی که این استراتژی را دنبال می‌کنند، سعی دارند با ارائه کیفیت بالا، ویژگی های خاص، یا خدمات متمایز، مشتریان را جذب کنند و قیمت های بالاتری را دریافت کنند (قاضی، ۱۴۰۱).

۳. استراتژی تمرکز: این استراتژی بر تمرکز بر یک بخش خاص از بازار یا یک گروه خاص از مشتریان تمرکز دارد. شرکت هایی که این استراتژی را دنبال می‌کنند، سعی دارند با ارائه محصولات و خدمات متناسب با نیازهای خاص یک بازار محدود، مزیت رقابتی کسب کنند (قاضی، ۱۴۰۱). در منظومه گفتمان مقام معظم رهبری به عنوان مبدع مبحث مدیریت جهادی جهاد این گونه تشریح شده‌است: "جهاد یعنی چه؟ هر تحرکی اسمش جهاد نیست تحرکی با خصوصیاتی اسمش جهاد است، یکی از خصوصیات این تحرک که اسمش جهاد است این است که انسان بداند این در مقابل دشمن است یعنی بداند در مقابل یک حرکت خصمانه و غرض‌آلودی است که دارد انجام می‌گیرد حرکتی در مقابل یک چنین جهت‌گیری خصمانه وجود دارد. یکی از شرایط اصلی جهاد است. جهت دومی که در مفهوم جهاد حتما بایستی ملاحظه شود استمرار همه جانبه است هوشمندانه بودن است مخلصانه بودن است این جور تحرکی اسمش جهاد است (۱۳۹۰/۵/۲۶). جهاد یعنی حضور در میدان با مجاهدت با تلاش با هدف و ایمان این می‌شود جهاد با نفس جهاد با مال جهاد با نفس کجاست؟ فقط به اینست که جهاد "جاهدو باموالکم و انفسکم فی سبیل ا.." لذا توی میدان جنگ برویم و جانمان را کف دست بگیریم نه یکی از انواع جهاد با نفس است که شما شب تا صبح را روی یک پروژه تحقیقاتی صرف کنید و گذر ساعت را نفهمید جهاد با نفس این است که شما از تفریحتان بزنید از آسایش جسمانیتان بزنید از فلان کار پر پول و پر درآمد به قول فرنگی هاپولساز بزنید و توی این محیط علمی و تحقیقی و پژوهشی صرف وقت کنید تا یک حقیقت زنده علمی را بدست بیاورید و مثل دسته گل به جامعه تان تقدیم کنید. جهاد با نفس این است قسمت کوچکی هم جهاد با مال است (۱۳۸۹/۴/۲). اگر مدیریت جهادی یا همان کار و تلاش با نیت الهی و مبتنی بر علم و درایت حاکم باشد مشکلات کشور در شرایط کنونی فشارهای خباثت آمیز قدرت‌های جهانی و در شرایط دیگر قابل حل است و کشور حرکت رو به جلو را ادامه خواهد داد (۱۰/۲۳/ ۱۳۹۲).

مدیریت جهادی در منظومه فکری رهبر معظم انقلاب در حکم الگوی مطلوب مدیریتی است؛ الگویی که قابلیت‌های لازم برای تحقق آرمان‌های انقلاب اسلامی را دارا بوده و واجد آن توانایی‌ها و ارزش‌هایی است که از یک نظام مدیریتی کارآمد اسلامی انتظار داریم (غریب، علی طالبی، عباسی و شیری، ۱۳۹۵). در سال‌های اخیر ادبیات مدیریت جهادی تا حدودی وارد عرصه علمی و پژوهشی رشته مدیریت شده است. با توجه به ظهور و بروز مدیریت در بستر سازمان, لازم است تا ویژگی ها, ابعاد و مولفه‌های سازمان‌های جهادی در مقایسه با سازمان‌های دیگر شناسایی و استخراج شود (یخجالی، لطیفی، پورصادق و هاشمی گلپایگانی، ۱۳۹۷).

توجه نمودن به موضوع استراتژی کسب و کار در صنعت ورزش از این جهت دارای اهمیت است که صنعت ورزش، یک صنعت پویا و رقابتی است که نیازمند برنامه‌ریزی و استراتژی‌های دقیق برای دستیابی به موفقیت است. (پیتز و همکاران، ۲۰۲۰). استراتژی کسب و کار مناسب می‌تواند به مدیران اماکن ورزشی در جهت شناسایی فرصت‌ها، کاهش تهدیدها و تخصیص بهینه منابع کمک کند. (پورتر، ۱۹۸۵). همچنین، بدون استراتژی‌های مناسب، اماکن ورزشی با مشکلاتی نظیر کمبود بودجه، کاهش مشارکت‌کنندگان و عدم رضایت مشتریان مواجه خواهند شد. (میلتون و همکاران، ۲۰۱۸).

بنابراین با مرور تحقیقات انجام شده در سازمان‌های ورزشی ملاحظه شد که با توجه به ماهیت این اماکن و رسالت آن‌ها در امر ورزش که نیاز به مهارت‌های مدیریتی مانند استفاده از استراتژی مناسب جهت بالا بردن سود و پایین آوردن هزینه‌ها و

داشتن استراتژی کسب و کار مناسب و تلاش بی‌وقفه برای رسیدن به اهداف سازمان وجود داردر، تحقیقاتی با رویکرد مدیریت جهادی برای بهبود عملکرد مدیران یافت نشد.

لذا به نظر می‌رسد در مطالعه مدیریت جهادی و ابعاد آن در اماکن و سازمان‌های ورزشی اهمیت و ضرورتی خاص وجود دارد. لذا این تحقیق به دنبال پاسخ به این سوال است که آیا بین مدیریت جهادی و استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی ارتباط دارد؟

## روش شناسی پژوهش

با توجه به موضوع و اهداف تحقیق، روش پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی بود و داده‌ها به صورت میدانی جمع‌آوری شد. جامعه آماری (N =۱۵۰۰) شامل کلیه مدیران اماکن ورزشی استان گلستان بودند، که با توجه به استعلام از اداره کل ورزش و جوانان استان، ۷۲۶ مکان ورزشی فعال با مالکیت بخش خصوصی، دولتی و عمومی در استان فعال می‌باشند و در هر مکان حداقل یک مدیر مرد و یک مدیر زن فعالیت دارد. نمونه آماری بر اساس جدول انتخاب حجم نمونه مورگان به طور طبقه ای در دسترس انتخاب شد (n =۳۰۹). برای رسیدن به حد کفایت پرسشنامه‌های سالم، تعداد ۳۵۰ پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری شد. داده‌های مورد نیاز با استفاده از دو پرسشنامه محقق ساخته مدیریت جهادی، دارای ۲۱ سوال از نوع بسته و براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت با ابعاد اعتقادی و عملکردی و پرسشنامه عملکرد مدیران جامی پور، عصاریان و یزدانی (۱۳۹۷) مشتمل بر ۱۸ سوال از نوع بسته و براساس مقیاس پنج ارزشی لیکرت با خرده مقیاس‌های ملی، مشتری مداری، فرایندهای داخلی و رشد و یادگیری جمع‌آوری شد. این پرسشنامه‌ها ابزار اندازه‌گیری استاندارد هستند و بارها توسط محققین بکار برده شده‌اند. اما به لحاظ دقت علمی و افزایش اعتبار پژوهش، بار دیگر روایی و پایایی پرسشنامه مذکور در جامعه آماری پژوهش، مورد بررسی قرار گرفت.

برای اطمینان از روایی پرسشنامه‌ها، بعد از تنظیم آنها از نظرات ۸ نفر از اساتید دکتری در مدیریت و تربیت بدنی استفاده شد و نظرات آنها در پرسشنامه نهایی لحاظ گردید. برای اطمینان از پایایی درونی از روش آلفای کرونباخ (مدیریت جهادی ۰/۹۰و استراتژی کب و کار ۰/۹۴) استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها هم از آمار توصیفی و هم از آمار استنباطی استفاده شد به طوری که برای توصیف صفات کیفی از درصد و فراوانی و صفات کمی از شاخص‌های تمایل به مرکز و پراکندگی استفاده شد. و با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌ها و مقیاس متغیرها از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندمتغیره برای تجزیه، تحلیل و تفسیر داده‌های کسب شده در نرم افزار اس پی اس اس نسخه ۲۲ استفاده شد.

## یافته ها

نتایج تحقیق در خصوص ویژگی‌های فردی آزمودنی‌هادر جدول ۱ آورده شده است.

امتیاز مدیریت جهادی، بر اساس نگرش آزمودنی‌ها نسبت به سوالات مربوط به ابعاد اعتقادی و عملکردی، به صورت میانگین، انحراف استاندارد محاسبه شده که در جدول۲ آمده است. مطابق آن از حداکثر میانگین ۵ برای مدیریت جهادی، میانگین کل آزمودنی‌ها، ۴/۳۱۳ با انحراف استاندارد ۰/۴۹۷ بود. و با توجه به جدول۳ و اندازه اختلاف میانگین‌ها و سطح معنی‌داری آزمون می‌توان نتیجه گرفت که مدیریت جهادی بیش از انتظار در سازمان‌های ورزشی اجرا می‌شود.

امتیاز استراتژی کسب و کار مدیران ورزش، بر اساس پاسخ به سوالاتی مربوط به تهاجمی، تحلیلی، تدافعی، آینده نگر، پیش فعالی و ریسک پذیری به صورت میانگین، انحراف استاندارد محاسبه شده که در جدول۴ آمده است. و با توجه به جدول۵ و اندازه اختلاف میانگین‌ها و سطح معنی‌داری آزمون می‌توان نتیجه گرفت که استراتژی کسب و کار مدیران سازمان‌های ورزشی بیش از انتظار می‌باشد.

جدول ۱. فراوانی و درصد فراوانی مشخصات فردی آزمودنی ها

| مشخصات | | فراوانی | درصد |
|---|---|---|---|
| مالکیت اماکن ورزشی | ادارات ورزش و جوانان | ۱۵۱ | ٪ ۵۰ |
| | ادارات آموزش و پرورش | ۵۸ | ٪ ۱۸ |
| | دانشگاه ها | ۱۶ | ٪ ۵ |
| | شهرداری ها | ۷ | ٪ ۲ |
| | بخش خصوصی | ۴۹ | ٪ ۱۶ |
| | سایر(نیروی انتظامی، سپاه و سایر ادارات) | ۲۸ | ٪ ۹ |
| جنسیت مدیران | مرد | ۲۴۶ | ٪ ۸۰ |
| | زن | ۶۳ | ٪ ۲۰ |
| سطح تحصیلات مدیران | کارشناسی ارشد و دکتری | ۴۸ | ٪ ۱۶ |
| | کارشناسی | ۲۴۹ | ٪ ۸۱ |
| | کاردانی و کمتر | ۱۲ | ٪ ۳ |
| سن مدیران | زیر ۲۰ سال | ۳ | ٪ ۱ |
| | از ۲۱ تا ۳۰ | ۴۹ | ٪ ۱۵ |
| | از ۳۱ تا ۴۰ سال | ۲۰۹ | ٪ ۶۸ |
| | بالای ۴۱ سال | ۵۱ | ٪ ۱۶ |

جدول۲. توصیف آماری داده‌های مربوط به مدیریت جهادی و ابعاد آن

| متغیر / شاخص‌های آماری | | تعداد | میانگین | انحراف استاندارد | بیشترین | کمترین |
|---|---|---|---|---|---|---|
| مدیریت جهادی | بعد اعتقادی | ۳۰۹ | ۴/۳۶۶ | ۰/۴۸۸ | ۵ | ۲ |
| | بعد عملکردی | ۳۰۹ | ۴/۲۸۶ | ۰/۵۲۳ | ۵ | ۲/۵ |
| | کل | ۳۰۹ | ۴/۳۱۳ | ۰/۴۹۷ | ۵ | ۲/۳۳ |

جدول ۳. مقادیر آزمون تی تک‌نمونه‌ای در خصوص مدیریت جهادی و ابعاد آن

| متغیر | ابعاد | میانگین | انحراف استاندار | تفاوت میانگین ها | مقدار t | سطح معنی داری |
|---|---|---|---|---|---|---|
| مدیریت جهادی | بعد اعتقادی | ۴/۳۶۶ | ۰/۴۸۸ | ۱/۳۶ | ۴۹/۱۸ | ۰/۰۰۱ |
| | بعد عملکردی | ۴/۲۸۶ | ۰/۵۲۳ | ۱/۲۸ | ۴۳/۱۷ | ۰/۰۰۱ |
| | کل | ۴/۳۱۳ | ۰/۴۹۷ | ۱/۳۱ | ۴۶/۳۹ | ۰/۰۰۱ |

جدول۴. توصیف آماری داده‌های مربوط به استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی

| متغیر / شاخص‌های آماری | | میانگین | انحراف استاندارد | بیشترین | کمترین |
|---|---|---|---|---|---|
| استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی | تهاجمی | ۳/۱۲۰ | ۰/۶۹۹ | ۵ | ۱ |
| | تحلیلی | ۳/۴۰۲ | ۰/۷۲۹ | ۴/۵ | ۱/۳۳ |
| | تدافعی | ۳/۳۶۱ | ۰/۷۱۹ | ۴/۷۵ | ۱ |
| | آینده نگر | ۳/۳۱۸ | ۰/۶۸۵ | ۴ | ۱/۵۵ |
| | پیش فعالی | ۳/۳۰۶ | ۰/۸۵۴ | ۵ | ۱/۲۲ |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | ریسک پذیری | ۳/۳۸۵ | ۰/۸۳۵ | ۵ | ۱/۳۳ |
| | کل | ۳/۳۱۲ | ۰/۵۹۷ | ۴/۵ | ۱/۴۴ |

**جدول ۵. مقادیر آزمون تی تک‌نمونه‌ای در خصوص استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی و ابعاد آن**

| متغیر | ابعاد | میانگین | انحراف استاندار | تفاوت میانگین ها | مقدار t | سطح معنی داری |
|---|---|---|---|---|---|---|
| استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی | تهاجمی | ۳/۱۲۰ | ۰/۶۹۹ | ۰/۱۲۰ | ۳/۰۲ | ۰/۰۰۳ |
| | تحلیلی | ۳/۴۰۲ | ۰/۷۲۹ | ۰/۴۰۲ | ۹/۷۱ | ۰/۰۰۱ |
| | تدافعی | ۳/۳۶۱ | ۰/۷۱۹ | ۰/۳۶۱ | ۸/۸۳ | ۰/۰۰۱ |
| | آینده نگر | ۳/۴۲۱ | ۰/۶۴۵ | ۰/۳۸۵ | ۸/۹۸ | ۰/۰۰۱ |
| | پیش فعالی | ۳/۴۶۳ | ۰/۸۱۵ | ۰/۳۲۴ | ۸/۹۹ | ۰/۰۰۱ |
| | ریسک پذیری | ۳/۳۸۵ | ۰/۸۳۵ | ۰/۳۸۵ | ۸/۰۹ | ۰/۰۰۱ |
| | کل | ۳/۳۱۲ | ۰/۵۹۷ | ۰/۳۱۲ | ۹/۱۹ | ۰/۰۰۱ |

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق مبنی بر وجود ارتباط بین ابعاد مدیریت جهادی و استراتژی کسب و کار مدیران ورزشی در جدول ۶ آمده است. که نشان داد که بین مدیریت جهادی و ابعاد آن با استراتژی تهاجمی سازمان‌های ورزشی ارتباطی دیده نشد. ولی بین مدیریت جهادی و ابعاد آن با استراتژی کسب و کارو ابعاد آن ارتباط معنی‌دار وجود دارد و با توجه به اندازه ضریب همبستگی قدرت این ارتباط مستقیم ولی ضعیف می‌باشد.

با توجه به جدول ۷، مقدار آماره آزمون Fو سطح معناداری مربوطه، نتیجه می‌شود که رگرسیون معنادار است و همچنین، ضریب تعیین برابر ۰/۳۵۶ بدست آمده است که بیانگر آنست که ۳۵/۶ درصد از تغییرات مربوط به استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی استان گلستان توسط متغیرهای مدیریت جهادی، سن و تحصیلات قابل تبیین و توضیح می‌باشد.

## بحث و نتیجه گیری

علوم مدیریتی را باید به لحاظ محتوا و ماهیت, علومی هنجاری دانست. نسبت الگوهای غربی مدیریت با ارزش‌های بومی کشورهای دیگر, از جمله موضوعاتی است که برای مدت زیادی ذهن اندیشمندان و مصلحان اجتماعی را به خود مشغول کرده است. در این میان کاربست برخی تجربیات مدیریتی همزمان با شکل‌گیری انقلاب اسلامی و مشاهده دستاوردهای ملموس و چشم‌گیر این تجربیات, موید وجود الگوهای بومی مدیریت در کشور بوده است (اصلی پور، ۱۳۹۶). مدیریت جهادی از جمله مفاهیمی است که به واسطه ضرورت‌های انقلاب اسلامی شکل گرفته و آثار و برکات فراوانی را در سالیان گذشته نصیب کشور کرده است. امروزه, با گسترده شدن عرصه دشمنی استکبار از سویی و جهت‌گیری رو به پیشرفت «جمهوری اسلامی ایران» از سوی دیگر, احساس نیاز به بهره‌گیری از الگوهای شکل گرفته در این مسیر افزایش

**جدول۶. ارتباط بین مدیریت جهادی و استراتژی کسب و کار مدیران اماکن ورزشی**

| ابعاد مدیریت جهادی / ابعاد استراتژی کسب و کار | بعد اعتقادی مدیریت جهادی | بعد عملکردی مدیریت جهادی | مدیریت جهادی |
|---|---|---|---|
| تهاجمی | ۰/۰۰۲ | ۰/۰۲۹ | ۰/۰۲۰ |
| تحلیلی | ۰/۱۰۰* | ۰/۲۱۹** | ۰/۱۸۶** |
| تدافعی | ۰/۱۵۳** | ۰/۲۶۶** | ۰/۲۳۷** |
| آینده نگر | ۰/۱۰۵* | ۰/۲۲۰** | ۰/۲۰۱** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **پیش فعالی** | ۰/۱۴۵* | ۰/۲۶۸** | ۰/۲۲۷** |
| **ریسک پذیری** | ۰/۲۰۹** | ۰/۳۲۰** | ۰/۲۹۳** |
| **کل** | ۰/۱۳۰* | ۰/۲۴۴** | ۰/۲۱۴** |

*: همبستگی معنی‌دار در سطح ۰/۰۵ = α

**: همبستگی معنی‌دار در سطح ۰/۰۱ = α

**جدول ۷.** نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره پیش بینی استراتژی کسب و کار بر اساس مدیریت جهادی، سن و تحصیلات

| گویه | B | B (استاندارد شده) | آماره آزمون t | سطح معناداری | R | $R^2$ | آزمون معناداری رگرسیون | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | آماره آزمون F | سطح معناداری |
| **(ضریب ثابت)** | -۰/۲۹۱ | | -۰/۹۲۱ | ۰/۳۵۳ | ۰/۵۹۷ | ۰/۳۵۶ | ۵۶/۲۳۰ | ۰/۰۰۱ |
| **مدیریت جهادی** | ۰/۱۶۷ | ۰/۱۳۹ | ۲/۹۹۹ | ۰/۰۰۳ | | | | |
| **سن** | ۰/۲۹۲ | ۰/۲۹۴ | ۶/۳۵۹ | ۰/۰۰۱ | | | | |
| **تحصیلات** | ۰/۶۴۵ | ۰/۴۶۰ | ۹/۹۲۲ | ۰/۰۰۱ | | | | |

یافته است (علی شیری، تولایی، بیدی، ۱۳۹۵).

یک استراتژی کسب و کار موفق می‌تواند با شناسایی نیازهای مشتریان و ارائه خدمات با کیفیت، رضایت آن‌ها را جلب کند و در نتیجه، درآمد و سودآوری سازمان را افزایش دهد. این امر، به نوبه خود، می‌تواند انگیزه کارکنان را برای تلاش بیشتر و ارائه خدمات بهتر افزایش دهد و زمینه را برای پیاده‌سازی مدیریت جهادی فراهم کند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات علیپور و همکاران (۱۴۰۱)، دهقانپوری و همکاران (۱۳۹۹) همسو است. برای مثال، نتایج تحقیق دهقانپوری و همکاران (۱۳۹۹) نشان داد که بلوغ مدیریت دانش مبتنی بر استراتژی‌های کسب و کار، نقش مهمی‌در موفقیت سازمان‌ها ایفا می‌کند. با توجه به نتایج این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد که مدیران اماکن ورزشی، تدوین و اجرای استراتژی کسب و کار مدون را مدنظر قرار دهند. در این رابطه، مدیران اماکن ورزشی باید با انجام تحلیل سوات، وضعیت فعلی سازمان خود را ارزیابی کنند و بر اساس آن، استراتژی‌های مناسبی را تدوین کنند. همچنین، اهداف استراتژیک باید کاملاً مشخص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، مرتبط، و زمان‌بندی شده باشند و برنامه‌ریزی عملیاتی برای دستیابی به اهداف استراتژیک، نیز باید به صورت دقیق و زمان‌بندی شده تدوین شود. در مرحله بعد، استراتژی‌ها و برنامه‌های عملیاتی باید به طور دقیق اجرا شوند و به طور دوره‌ای ارزیابی شوند. در صورت نیاز، باید اصلاحات لازم اعمال شود. در تدوین استراتژی کسب و کار، باید ارزش‌های جهادی مانند ایثار، فداکاری، نوآوری، و حل مسئله در نظر گرفته شود و اهداف استراتژیک باید با اهداف جهادی همسو باشند. همچنین، شاخص‌های ارزیابی عملکرد باید شامل شاخص‌هایی برای سنجش میزان پایبندی به ارزش‌های جهادی باشد. علیپور (۱۴۰۱) نیز در همین رابطه، تحقیقی با عنوان نقش مدیریت جهادی در شکوفایی کشور انجام داد و گزارش کرد که رفتارجهادی در اقتصاد مفهومی‌آرزشی در فرهنگ اسلامی‌آست که بیانگر تلاش و مجاهدت مقدس در عرصه‌های مختلف اقتصادی است. در دهه های گذشته نیز شاهد موفقیت هایی در عرصه‌های مختلف از قبیل جهاد نظامی، جهاد سازندگی، جهاد علمی، جهاد فرهنگی و... با تاکید بر مدیریت جهادی و فعالیت های جهادگرانه بوده ایم و می‌توان با استفاده از مدیرانی که روحیه جهادی دارند به رشد و توسعه کشور کمک کرد. با اجرای این پیشنهادات، می‌توان زمینه را برای هم‌افزایی استراتژی کسب و کار و مدیریت جهادی در اماکن ورزشی فراهم کرد و عملکرد این اماکن را بهبود بخشید. این امر می‌تواند منجر به افزایش رضایت مشتریان، افزایش بهره‌وری، و توسعه ورزش در کشور شود.

این یافته‌ها با نتایج تحقیقات راسخ و همکاران (۱۴۰۰)، رشیدی اقدم و همکاران (۱۳۹۹)، زین الدینی و همکاران (۱۳۹۷) همسو است. براساس یافته های تحقیق، صرفاً داشتن یک استراتژی کسب و کار قوی کافی نیست، بلکه برای اینکه این استراتژی به بهبود عملکرد منجر شود، باید از طریق یک رویکرد مدیریتی مبتنی بر ارزش‌های جهادی پیاده‌سازی شود. این یافته، فرضیه اصلی تحقیق را تأیید می‌کند و نشان می‌دهد که مدیریت جهادی به عنوان یک کاتالیزور، می‌تواند اثربخشی استراتژی‌های کسب و کار را در اماکن ورزشی افزایش دهد. به عبارت دیگر، مدیران اماکن ورزشی که استراتژی‌های کسب و کار خود را با رویکردی جهادی اجرا می‌کنند، نتایج بهتری در عملکرد کسب و کار خود مشاهده خواهند کرد. این رویکرد جهادی شامل عناصری مانند تعهد به ارزش‌های اسلامی و انقلابی، تلاش بی‌وقفه برای دستیابی به اهداف، نوآوری و خلاقیت در حل مسائل، و فداکاری برای خدمت به جامعه است. مدیریت جهادی با ایجاد انگیزه و تعهد در کارکنان، بهبود بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها، و افزایش رضایت مشتریان، به بهبود عملکرد اماکن ورزشی کمک می‌کند. همچنین، مدیریت جهادی با ترویج فرهنگ نوآوری و خلاقیت، به اماکن ورزشی کمک می‌کند تا خدمات جدیدی ارائه دهند و مزیت رقابتی خود را حفظ کنند. یافته های تحقیق زین الدینی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که مدیریت جهادی می‌تواند به عنوان یک نوع رهبری تحول‌آفرین در نظرگرفته شود و عملکرد مدیران را بهبود ببخشد. همچنین، رشیدی اقدم و همکاران (۱۳۹۹) در نتیجه تحقیق خود بر اهمیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سازمان‌های ورزشی تأکید دارند. مدیریت جهادی می‌تواند با ترویج ارزش‌های اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به بهبود تصویر برند و افزایش اعتماد مشتریان کمک نماید. با توجه به نتایج این پژوهش، پیشنهاد می‌گردد در انتخاب و انتصاب مدیران، به ویژگی‌های جهادی آن‌ها توجه شود. در ارزیابی عملکرد مدیران، به شاخص‌های مدیریت جهادی توجه شود. برای ترویج مدیریت جهادی، مشوق‌ها و پاداش‌هایی در نظر گرفته شود. مدیریت جهادی در استراتژی کسب و کاراذغام شود. برای این کار می‌توان در بیانیه ماموریت اماکن ورزشی، ارزش‌های جهادی را گنجاند. همچنین، اهداف استراتژیک را می‌توان با ارزش‌های جهادی همسو نمود. در ارزیابی استراتژی کسب و کار، نیز می‌توان میزان تحقق ارزش‌های جهادی را مورد بررسی قرار داد. در نظر گرفتن این پیشنهادات، می‌تواند به مدیران اماکن ورزشی کمک نماید تا استراتژی‌های کسب و کار خود را به طور مؤثرتری از طریق مدیریت جهادی پیاده‌سازی کنند و عملکرد کسب و کار خود را بهبود بخشند. این امر می‌تواند منجر به افزایش رضایت مشتریان، افزایش درآمد و سودآوری، بهبود تصویر برند، و توسعه ورزش در کشور شود. نتایج این تحقیق با یافته‌های پژوهش  یافته‌های نظام آبادی، فضل الهی و ویسی (۱۴۰۱) که معتقدند مدیریت جهادی -اسلامی نقش مهمی‌در عملکرد و اثربخشی مدیریت دارد و برنامه‌ریزی برای بهبود مدیریت از طریق الگوی مدیریت جهادی-اسلامی ضروری است؛ همسو بود. کیانی زاده، و گلشنی (۱۳۹۵) در پژوهش با عنوان شناسایی ویژگی‌های شخصیتی سیاست گذاران مبتنی بر مدیریت جهادی بیان داشتند که مدیریت جهادی مدیریتی است مبتنی بر مبانی, ارزش‌ها و اهداف اسلامی‌که مؤلفه‌های اصلی آن عبارت است از: روحیه ایثارگری, کار و تلاش مضاعف, مسئولیت‌پذیری, شایسته سالاری, وجدان کاری, شجاعت و قاطعیت در امور, خودباوری, از جنس مردم بودن, قناعت و ساده زیستی و حسن خلق.  یافته‌های آنها نشان داد که اهمیت مؤلفه‌های مدیریت جهادی یکسان و مساوی نیست. مؤلفه شایسته سالاری مهم ترین مؤلفه در مدیریت جهادی و بعد از آن مؤلفه‌های مسئولیت پذیری, وجدان کاری و حسن خلق در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار دارند. که این یافته‌ها تا حدی زیاد تایید کننده نتایج تحقیق حاضر می‌باشند.

## تشکر و قدردانی

شایسته است از مدیران اماکن ورزشی که ثمره سال‌ها تلاش و تجربیات خود را در اختیار محققین قرار دادند، و همچنین مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول که از رساله دکتری دانشجو حمایت مالی و معنوی نمودند صمیمانه تشکر نماییم.

## منابع

Ali Shiri, Mohammad Mahdi, Tolai, Ruholah, and Bedi, Mojtaba. (2016). Principles governing jihadi management: a qualitative analysis of the experience of jihadi management in the country. Public administration perspective, - (28), 89-109. https://jpap.sbu.ac.ir/article_95938.html

Alipour, H. (2022). The Role of Jihadi Management in the Flourishing of the Country. National Conference on Management and Entrepreneurship in the School of Martyr Haj Qasem Soleimani (with a Focus on Deprivation Elimination in the Jazmou Region). SID. https://sid.ir/paper/1065643/fa

Gharib, A., Alitaleb, A., Abbasi, S.,& Shiri, A. (2017). Effect of Jihad management on Entrepreneurship education. Iranian Pattern of Progress,۴ (8),.۳۱-۴۶ https://www.ipoba.ir/article_45798.html

Ghazi, Roqiyeh (1401). Investigating the impact of competition in the product market on company innovation and business strategies, Master's thesis, Khazar Institute of Higher Education - Mahmudabad, Faculty of Humanities

Dehghanpouri, Hourieh, Kashef, Seyed Mohammad and Khodadadi, Mohammad Rasoul. (2019). Designing a knowledge management maturity model based on business strategies in Iranian sports. Quarterly Journal of Applied Research in Sports Management, 9(1), 25-48. doi: 10.30473/arsm.2020.7094

Hosseinzadeh, Mohammad (1401). Investigating the status of safety management of sports facilities and equipment in Shirvan city, Master's thesis, Atrak-Quchan Institute of Higher Education, Physical Education Department

Shahabi, Afsaneh (2014). The impact of business strategy on the organization's human resource management practices. Master's thesis, Hormozgan University, Khodgaran Campus, Qeshm.

Aslipour, H. (2017). Dimensions and Components of the Jihadi Management Model Based on the Grounded Theory. Police Management Studies Quarterly,۱۲ (3),.۴۲۷-۴۵۰ http://pmsq.jrl.police.ir/article_18361.html

Jami Pour, M., Assarian, M., & Yazdani, H. R. (2018). Investigating the Effectiveness of Business Strategic Orientation on Organizational Performance Considering the Intervening Role of Knowledge Management. Journal of Business Management, 10(4), 835-854. https://doi.org/10.22059/jibm.2018.231985.2575

Kiyani, M., & golshani, A. (2016). Identifying the personality traits of policy makers based on jihadi management. *Basij Strategic Studies*, *19*(72), 57-78. https://dorl.net/dor/20.1001.1.1735501.1395.19.72.3.2

Mousavian, S. A., Mehdipour, A., & Khoda Moradi, M. (2019). A Model of Strategic Thinking to Developing Performance of Sports Managers (Case Study: Sport Federations of Islamic Republic of Iran). *Strategic Studies on Youth and Sports*, *18*(43), 165-186. https://faslname.msy.gov.ir/article_304.html

Affecting Performance Management in Sports Organizations (Case Study: Student Sports Federation and Physical Education and Sports Activities Office). *Research on Educational Sport*, *9*(24), 241-272. https://doi.org/10.22089/res.2020.8881.1877

Nezamabadi D, Fazlollahi S, Veisi G. Designing a Jihadi-Islamic Management Model in Education: A Mixed Research. Islamic Life Style 2022; 6 (2):169-178. https://islamiclifej.com/article-1-1037-fa.html

Rashidi Aghdam, Mahmoud, Torabi Khalidi, Hamid Reza and Alizadeh, Mahmoud. (2019). Designing and explaining the strategic model of jihadi management. Interdisciplinary studies in strategic knowledge, 10(39), 358-331.

Rasekh, N., Ameri, A., Etemadi, H., & Azizi, J. (2021). Analyzing Factors for Improving Jihadi

Management Based on the Supreme Leader's Directives in the Country's Sports with a Mixed Methods Approach. Journal of Management and Organizational Behavior in Sport, 10(1),

Saeedi, D. (2021). The Impact of Training Courses and In-Service Programs on Improving Management Knowledge of Sports Facilities (Case Study: Managers and Staff of Sports Facilities in Kermanshah County). Master's Thesis, Payame Noor University of Semnan Province, Garmsar Payame Noor Center.

Yakhchali, M., Latifi, M., Poursadegh, N., and Hashemi Golpaigani, S. M.H. (2018). Analyzing the pattern of Jihadi organization in the industry sector. Strategic Management Thought (Management Thought), 12(1), 49-80. https://ensani.ir/file/download/article/1558161709-9444-97-2.pdf

Zeinoddini, M., & Mohammadi Siahboumi, H. R. (2018). Providing a Desirable Model of Jihadi Management in the Islamic Revolution "A Case Study of the Guidelines of the Supreme Leader of the Islamic Revolution". Revolutionary Islamic Research Journal, 8(28), 23-49. doi: 10.22084/rjir.2018.15774.2352

چهارمین کنفرانس بین‌المللی دانشجویان
4th International Conference form
Students of Sports Sciences
and Physical Education
علوم ورزشی
و تربیت بدنی
www.sport.cdsts.ir

# The relationship between Jihadi Management and Business Strategy of Sports Venue Managers in Golestan Province

**Mojtaba Rastegar Rodbari** — PhD student, Department of Physical Education, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran

**Zynalabedin Fallah** * — Associate Professor, Department of Physical Education, Gorgan Branch, Islamic Azad University, Gorgan, Iran

**Saeed Ghorbani** — Associate Professor, Department of Physical Education, Islamshahr Branch, Islamic Azad University, Islamshahr, Iran

**Akram Esfehaninia** — Assistant Professor, Department of Physical Education, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran

**Abstract**

The purpose of this research was to investigate the relationship between jihadi management and the Business strategy of sports venues in Golestan province. The research method was descriptive-correlation and the data were collected in the field method. The statistical population was all the managers of sports facilities in Golestan province (N=1500). The statistical sample was selected based on Morgan's sample size selection table from the available stratified method (n=309). The required data were collected using two modified questionnaires. Researcher-made questionnaire jihadi management questionnaire (2017) and Jamipour's Organizational Performance Questionnaire (2018). To ensure the validity of the questionnaires, the opinions of 8 sports management and physical education professors were used and Cronbach's alpha method was used to ensure internal reliability (Jihadist management 0.90 and organizational performance 0.94). Due to the normality of the data distribution and the scale of the variables, Correlated t-test, Pearson's correlation coefficient and Multivariate regression were used to analyze and interpret the obtained data. The results of the study showed that there was a significant relationship between the Kab and Kar strategy and the jihadi management of sports organizations. Therefore, it can be concluded that the Kab and Kar strategy can improve the jihadi management of sports organizations, especially in the dimensions of belief and behavior.

Key word:

Facilities Sports Manager, Sports Business strategy, Management,Jihadi

* Corresponding Author: E-mail: zy.fallah@gmail.com

**How to Cite**: Rastegar Rodbari M, Fallah Z, Ghorbani S, Esfehaninia A. The correlation between jihadi management and performances of sports facility managers of Golestan province, Journal of Innovation in Sports Management, 2024; 3(2):21-29.