



Presenting a model of the effect of business strategy on the performance of sports venue managers with an emphasis on the mediating role of jihadi management

Mojtaba Rastegar Roudbaraki¹ | Zynalabedin Fallah^{2✉} | Saeed Ghorbani³ | Akram Esfahaninia⁴

1- Department of Physical Education, Ali.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

Email: m.rastegar@iau.ac.ir

2-Corresponding Author, Department of Physical Education, Go.C., Islamic Azad University, Gorgan, Iran.

Email: zy.fallah@iau.ac.ir

3- Department of Physical Education, Isl.C., Islamic Azad University, Islamshahr, Iran.

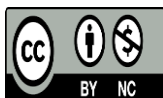
Email: saeed.ghorbani@iau.ac.ir

4-Department of Physical Education, Ali.C., Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran.

Email: akram.esfahaninia@iau.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: The purpose of this study was to investigate the impact of business strategy management on the performance of sports venue managers, with an emphasis on the mediating role of Jihadi management.
Article history: Received 27 July 2025 Revised 5 October 2025 Accepted 9 October 2025 Published 11 November 2025	Methods: This research was applied in terms of purpose and descriptive in terms of method, which was implemented as a survey. The statistical population of the study consisted of sports venue managers in Golestan Province (N= 1500). A sample of 386 persons were selected by cluster and convenience sampling. The data collection tool included three questionnaires: Rastegar Rudbaraki (2019) to measure Jihadi management, Jami Pour et al. (2018) questionnaire to measure business strategies, and Jami Pour et al. (2018) questionnaire to measure managers' performance. The validity of the questionnaires was assessed by the opinion of university professors, and their reliability was assessed by Cronbach's alpha and composite reliability methods. Descriptive and inferential statistics were used to analyze the data with a structural equation approach using Spss and Smart PLS software.
Keywords: Business Strategy, Management, Jihadi Management, Managers' Performance, Organizational Efficiency.	Results: The research findings showed that the variables of business strategies and Jihadi management have a significant impact on the performance of sports venue managers. Jihadi management has a positive and significant impact on the performance of managers. Also, the Jihadi management variable plays a mediating role in the relationship between business strategy and managers' performance. Conclusions: According to the research findings, it is recommended that sports officials and stakeholders, by focusing on strengthening Jihadi management and improving business strategies, provide the necessary conditions for improving the performance of sports venue managers.

Cite this article: Rastegar Roudbaraki, Mojtaba., Fallah, Zynalabedin., Ghorbani, Saeed & Asfahaninia, Akram. (2025). The effect of business strategy on the performance of sports venue managers with an emphasis on the mediating role of jihadi management. *Jahesh*, 3 (3), 13-24.



© The Author(s).

Publisher: Gorgan Branch, Islamic Azad University.



ارایه مدل اثر استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی با تاکید بر نقش میانجی مدیریت جهادی

مجتبی رستگار رودبارکی^۱ | زین العابدین فلاح^{۲*} | سعید قربانی^۳ | اکرم اصفهانی نیا^۴

۱- گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

رایانامه m.rastegar@iau.ac.ir

۲- گروه تربیت بدنی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران.

رایانامه zy.fallah@iau.ac.ir

۳- گروه تربیت بدنی، واحد اسلامشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اسلامشهر، ایران.

رایانامه saeed.ghorbani@iau.ac.ir

۴- گروه تربیت بدنی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران.

رایانامه akram.esfahaninia@iau.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر مدیریت استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی با تاکید بر نقش میانجی مدیریت جهادی بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۵/۵	روش پژوهش: این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی بود که به صورت پیمایش اجرا شد. جامعه آماری تحقیق مدیران اماکن ورزشی استان گلستان (به تعداد ۱۵۰۰ نفر) بودند. نمونه آماری به تعداد ۳۸۶ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و در دسترس انتخاب شد. ابزار گردآوری داده شامل سه پرسش‌نامه محقق ساخته مدیریت جهادی، پرسش‌نامه استراتژی‌های کسب و کار جامی پور و همکاران (۱۳۹۷) و پرسش‌نامه عملکرد مدیران جامی پور و همکاران (۱۳۹۷) بود. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها با نظر ۸ نفر از اساتید دانشگاهی و پایایی آن‌ها به دو روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی انجام شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی با رویکرد معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Spss و Smart PLS استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۷/۱۳	یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد که متغیرهای استراتژی‌های کسب و کار و مدیریت جهادی بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی تاثیر معنی‌دار دارند. مدیریت جهادی بر عملکرد مدیران تاثیر مثبت و معنی‌دار دارد. همچنین متغیر مدیریت جهادی در رابطه استراتژی کسب و کار و عملکرد مدیران نقش میانجی دارد.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۷/۱۷	نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌های تحقیق، به مسئولان و دست‌اندرکاران ورزش توصیه می‌شود که با تمرکز بر تقویت مدیریت جهادی و بهبود استراتژی‌های کسب و کار، زمینه‌های لازم برای ارتقاء عملکرد مدیران اماکن ورزشی را فراهم کنند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۸/۲۰	
کلیدواژه‌ها: مدیریت استراتژی کسب و کار، مدیریت جهادی، عملکرد مدیران، مکان ورزشی.	

استناد: رستگار رودبارکی، مجتبی؛ فلاح، زین العابدین؛ قربانی، سعید و اصفهانی نیا، اکرم. (۱۴۰۴). اثر استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی با تاکید بر نقش میانجی مدیریت جهادی. جهش، ۳ (۳)، ۱۳-۲۴.



مقدمه

استراتژی کسب و کار به عنوان نقشه‌ای برای دستیابی به اهداف سازمانی عمل می‌کند. در صنعت ورزش، جایی که رقابت شدید و نیاز به نوآوری مداوم وجود دارد، داشتن یک استراتژی مؤثر می‌تواند به مدیران کمک کند تا تصمیمات بهتری اتخاذ کنند و منابع را به طور بهینه تخصیص دهند (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۹). استراتژی‌های مناسب می‌توانند تأثیر مستقیمی بر عملکرد مالی اماکن ورزشی داشته باشند. با استفاده از استراتژی‌های بازاریابی و مدیریت منابع انسانی، مدیران می‌توانند درآمدها را افزایش دهند و هزینه‌ها را کاهش دهند (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۲). استراتژی‌های مؤثر همچنین می‌توانند منجر به افزایش رضایت مشتری شوند. با توجه به نیازها و خواسته‌های مشتریان، مدیران می‌توانند خدمات و محصولات خود را بهبود بخشند و تجربه مشتری را ارتقا دهند (برای خاص و همکاران، ۱۴۰۰). مدیران اماکن ورزشی باید توانایی پیاده‌سازی استراتژی‌های کسب و کار را داشته باشند. این شامل توانایی تحلیل بازار، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، و ایجاد یک فرهنگ سازمانی مثبت است (بیک زاده عباسی، ۱۳۹۹). مدیران باید مهارت‌های رهبری قوی داشته باشند تا بتوانند تیم خود را در راستای اهداف سازمان هدایت کنند. این مهارت‌ها شامل ارتباط مؤثر، توانایی حل مسئله و انگیزش کارکنان است (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۲). نوآوری یکی از کلیدهای موفقیت در صنعت ورزش است. مدیران باید فضایی ایجاد کنند که کارکنان بتوانند ایده‌های جدید را ارائه دهند و فرآیندهای کاری را بهبود بخشند (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۹).

در بررسی اثر استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی، باید چالش‌ها و فرصت‌هایی که این مدیران با آن مواجه هستند نیز مورد توجه قرار گیرد. چالش‌های اقتصادی مانند رکود یا بحران‌های جهانی می‌توانند تأثیر منفی بر عملکرد اماکن ورزشی داشته باشند. در چنین شرایطی، مدیران باید قادر باشند که استراتژی‌های انعطاف‌پذیری را پیاده‌سازی کنند (برای خاص و همکاران، ۱۴۰۰). با پیشرفت فناوری، فرصت‌های جدیدی برای جذب مشتریان و ارتقاء خدمات وجود دارد. مدیران می‌توانند از ابزارهای دیجیتال برای بازاریابی و مدیریت ارتباط با مشتری استفاده کنند (بیک زاده عباسی، ۱۳۹۹). با توجه به چالش‌ها و فرصت‌های موجود، مدیران باید همواره در جستجوی راهکارهای نوآورانه باشند تا بتوانند در محیط رقابتی امروز موفق عمل کنند (سالارزهی و همکاران، ۱۳۹۵). بدون یک استراتژی مشخص، مدیران نمی‌توانند منابع مالی و انسانی را به نحو مؤثری تخصیص دهند. این عدم تخصیص بهینه می‌تواند منجر به هدر رفت منابع و کاهش کارایی سازمان شود (روترمیل^۱، ۲۰۱۹). مدیرانی که از استراتژی‌های مناسب بی‌بهره‌اند، ممکن است تصمیمات غیرمؤثری اتخاذ کنند که نتیجه آن کاهش کیفیت خدمات و نارضایتی مشتریان خواهد بود. مدیران بدون استراتژی‌های مشخص نمی‌توانند کیفیت خدمات ارائه شده را بهبود بخشند. این موضوع می‌تواند باعث نارضایتی مشتریان و کاهش وفاداری آنها شود (جمکیز و ویلیامسون^۲، ۲۰۱۵).

عدم توجه به استراتژی‌های کسب و کار در مدیریت اماکن ورزشی می‌تواند پیامدهای جدی و منفی برای عملکرد مدیران و کل سازمان داشته باشد. یکی از پیامدهای اصلی عدم وجود استراتژی مناسب، کاهش عملکرد مدیران است. زمانی که مدیران بدون یک نقشه راه مشخص عمل کنند، ممکن است نتوانند به اهداف سازمانی دست‌یابند. این موضوع می‌تواند منجر به سردرگمی در تصمیم‌گیری‌ها و عدم توانایی در شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود شود (جرادات و استان^۳، ۲۰۲۳). این ناکارآمدی می‌تواند در چندین حوزه خود را نشان دهد. بازار ورزش همواره در حال تغییر است و نیازهای مشتریان نیز متناسب با این تغییرات دچار تحول می‌شود. مدیرانی که به استراتژی‌های بازار توجه نکنند، نمی‌توانند به خوبی با این تغییرات انطباق پیدا کنند و در نتیجه ممکن است بازار خود را از دست بدهند (مرادی، ۱۳۹۶). عدم توجه به استراتژی‌های کسب و کار همچنین می‌تواند تأثیر منفی بر فرهنگ سازمانی بگذارد. کارکنانی که شاهد عدم وجود یک استراتژی واضح هستند، ممکن است احساس ناامیدی کنند و انگیزه خود را برای کار از دست بدهند. این موضوع می‌تواند منجر به افزایش نرخ ترک شغل و کاهش بهره‌وری شود (صادقی گرمارودی، ۱۴۰۱).

^۱ . Rothaermel

^۲ . Jenkins & Williamson

^۳ . Jaradat & Stan

مدیریت جهادی فرآیند علمی و منطقی تحت تاثیر ارزش ها و نگرش های اسلامی - توحیدی است که در بستر فرهنگ جهاد گونه و با انگیزه الهی در پی خدمتگزاری بر محور رفتارهای جهادی در راستای کمال آحاد جامعه و آسان سازی گسترش عدالت شکل می گیرد (اسماعیلی و گیوی، ۱۳۹۳). مدیریت جهادی را می توان عمل فراگرد پیامد یا حالی دانست که برای تعالی انسان ها پدیدمی آید؛ این به معنی رشد متحول کردن استفاده از فرصت ها برتری بخشیدن یا بالا بردن امور انسانی است (سلطانی ۱۳۹۳). علم و هنر رهبری و کنترل فعالیت های دسته جمعی مبتنی بر مبارزه نه صرفاً در عرصه نظامی، بلکه در تمامی عرصه های علمی سیاسی اقتصادی فرهنگی برای دستیابی به اهداف راهبردی و کلان سامانه و رفع موانعی که در رسیدن به آن وجود دارد (کوشکی ۱۳۹۳). بنابراین اساس مدیریت در نظام جهادی بر پایه های رهبری و هدایت انسانی به سوی وظایف و سازندگی پایه گذاری شده است. مدیریت جهادی مقوله ایست که با انقلاب اسلامی تبلور دو چندان یافت و آثار مبارک آن در دوره هایی از دوران دفاع مقدس و بویژه نهاد جهاد سازندگی ظهور و بروز پیدا کرد. فرآیندی که از ویژگی های برجسته آن ادای تکلیف و هم راستایی با اداره الهی در جهت تشکیل حفظ و تحکیم پایه های حکومتی برآمده از اسلام ناب محمدی (ص) بود (عظیمی و حدایی، ۱۳۸۸).

امروزه یکی از چالش ها و مسائل اساسی سازمان ها بویژه در عرصه بین المللی این است که با عنایت به پیچیدگی و چندبعدی بودن نیازهای کارکنان از یک سو و گوناگونی رو به تزاید ویژگی های فرهنگی جوامع از سوی دیگر، مدیران باید روی چه عناصر کلیدی یا ارزش های محوری متمرکز شوند تا در تحقق اهداف سازمانی توفیق حاصل شود. مدیریت جهادی به مثابه تبلور عملی نهادهای جهادی مولود انقلاب اسلامی می تواند الگویی برای مدیریت مؤثر در سازمانهای امروز جامعه ایران باشد. برای رسیدن به شکوفایی کشور باید وابستگی به دنیای خارج کاهش یابد و برتولید داخلی تاکید شود و در زمینه فرهنگ نیز باید اقدامات اساسی توسط متولیان فرهنگی انجام شود تا با پوچی گرائی رسانه های بیگانه جلوگیری کنند و فرهنگ اسلامی و ایرانی را گسترش دهند و همه اینها با همکاری دولت و مردم محقق خواهد شد (علیپور، ۱۴۰۱).

یکی از موارد بسیار مهم در مدیریت هر جامعه که بایستی به آن توجه داشت روش مدیریت جامعه بر اساس فرهنگ و رسوم و با استفاده از ابزارهایی مبتنی بر ارزش های آن جامعه می باشد. کشور ما نیز از دیرباز دوران مختلف رشد و افول را پشت سر گذاشته است. در یک مرور تاریخی می توان در دوران رشد تمدن ایران به روشنی اثر مدیریت صحیح و در دوران افول را در اثر مدیریت های نامناسب مشاهده نمود (جلال زاده، ۱۴۰۰). در کشور ما نیز سبک های مختلف مدیریت در کارها از دیرباز مورد توجه قرار گرفته است که از جمله آن می توان به مدیریت جهادی به عنوان یکی از سبک های مدیریتی بومی و الهام گرفته شده از تمدن ایرانی و منابع دین مبین اسلام اشاره نمود (وحیدی، ۱۳۹۷). از طرفی امروزه سازمان های مختلف خدماتی و تولیدی، برای موفقیت و بقا در عرصه فضای رقابتی باید تعریف دقیقی از چشم انداز و ماموریت و اهداف خویش داشته باشند؛ سپس برای دستیابی به اهداف، استراتژی ها و برنامه های عملیاتی مناسب را تدوین نموده و به اولویت بندی و اجرای صحیح آنها در سازمان بپردازند. بعد از انجام این مراحل سازمانها باید ارزیابی درستی از نحوه عملکرد خویش داشته باشند، تا شکافها و انحرافات را شناسایی نموده و اقدامات اصلاحی را در زمان مناسب انجام دهند. بسیاری از مشکلات سازمانها پس از تدوین استراتژیهای صحیح، در نحوه اجرا و پیاده سازی آنهاست که اغلب با شکست مواجه می شوند (لین^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر با افزایش چشمگیر نقش ورزش در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و حتی سیاسی کشورها، پیشرفت در زمینه ورزش به یکی از اولویت های راهبردی برنامه ریزان در کشورهای مختلف تبدیل شده است. کشورها برای رسیدن به مزایای ناشی از ورزش، سازمان های ورزشی را شکل می دهند. سازمان های دولتی و خصوصی، پایه و اساس ورزش در هر کشوری هستند و رسیدن به اهداف متعالی برنامه های ورزشی، نیازمند اثربخشی این سازمان ها و مدیران آن هاست؛ لذا با توجه به نقش مدیران ورزشی در سازمان ها و اماکن ورزشی، امروزه یکی از زمینه های مطالعه در مدیریت ورزشی انتخاب استراتژی مناسب برای بهبود عملکرد مدیران ورزش است. بنابراین با مرور تحقیقات انجام شده در سازمان های ورزشی ملاحظه می شود که در مدیریت ورزشی، استفاده از استراتژی مناسب با رویکرد مدیریت جهادی برای بهبود عملکرد مدیران امری ضروری است. در مدیریت اماکن ورزشی

با توجه به ماهیت این اماکن و رسالت آن ها در امر ورزش که نیاز به مهارت های مدیریتی مانند استفاده از استراتژی مناسب جهت بالا بردن سود و پایین آوردن هزینه ها و داشتن عملکرد مناسب و استفاده از مدیریت جهادی جهت تلاش بی وقفه برای رسیدن به اهداف سازمان ها و ... وجود دارد. توجه به ابعاد مدیریت جهادی از جمله جهاد علمی، جهاد عملکردی و ... برای مدیریت اماکن ورزشی امری ضروری و با اهمیت به نظر می رسد. ضمن اینکه کمبود پژوهش های متنوع در این زمینه، بویژه در زمینه مدیریت جهادی در ورزش و عوامل تاثیر گذار بر آن در مدیریت اماکن ورزشی و نقش عملکرد مدیران اماکن ورزشی در جهت یادگیری و عمل به راهبردهای مناسب، متناسب با شرایط و زمان های مختلف با داشتن روحیه ی جهادی، محقق را برآن داشت تا الگویی در این زمینه طراحی کند تا هم زمینه مطالعات بعدی و گسترده تری در این موضوع فراهم آورد و هم پیشنهادهای لازم را برای بهبود عملکرد مدیران اماکن ورزشی ارائه دهد. با توجه به موارد فوق، سوال مدنظر محقق در پژوهش حاضر این است که اثر استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی با تاکید بر نقش میانجی مدیریت جهادی چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

با توجه به موضوع تحقیق و اهداف پژوهش، تحقیق حاضر به لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی و از نظر ماهیت و روش، پژوهشی توصیفی پیمایشی می باشد و به لحاظ شیوه گردآوری داده ها تحقیقی میدانی محسوب می شود. جامعه آماری تحقیق حاضر تمامی مدیران اماکن ورزشی استان گلستان شامل ۷۲۰ مجموعه و سالن ورزشی می باشد که بر اساس استعلام از اداره کل ورزش و جوانان و با فرض اینکه در هر مکان ورزشی یک مدیر زن و یک مدیر مرد شاغل باشند؛ تعداد آنان ۱۵۰۰ نفر تخمین زده شد. نمونه آماری به لحاظ تعریف عبارت است از یک گروه منتخب در جامعه آماری که باید دارای خصوصیات و صفات جامعه آماری باشد تا بتوان نتایج آماری را بر اساس آن تعمیم داد. نمونه آماری باید معرف مشخصات و ویژگی هایی که در موضوع پژوهشی دارای اهمیت است؛ باشد. برای انتخاب نمونه های تحقیق حاضر، با توجه به گستردگی جامعه آماری، ابتدا استان به سه منطقه مرکزی، شرقی و غربی تقسیم شد و در ادامه از هر یک از مناطق ذکر شده تعدادی از اماکن به صورت در دسترس انتخاب و تعداد ۳۸۴ نفر بر اساس جدول مورگان از مدیران شاغل در این اماکن به عنوان نمونه آماری تحقیق داده ها جمع آوری شد. به منظور تحلیل کمی اطلاعات و دستیابی به آن از پرسشنامه استفاده شد. روایی از طریق استفاده از نظرات اساتید راهنما و مشاور و هفت استاد دیگر مدیریت ورزش و پایایی این پرسشنامه از طریق آزمون آلفا کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت و تایید شد. ابزار گردآوری داده شامل سه پرسشنامه؛ محقق ساخته برای سنجش مدیریت جهادی، پرسشنامه جامی پور و همکاران (۱۳۹۷) برای سنجش استراتژی های کسب و کار و پرسشنامه جامی پور و همکاران (۱۳۹۷) برای سنجش عملکرد مدیران بود. در خصوص گردآوری داده ها پس از تهیه پرسشنامه و اطمینان از مطلوبیت آنها، پرسشنامه ها توسط محقق در اماکن ورزشی ادارات ورزش و جوانان استان، آموزش و پرورش و بخش خصوصی به مدیران سالن ها داده شد و آنها جهت تکمیل آن اقدام نمودند. جامعه آماری این تحقیق را تمامی مدیران اماکن ورزشی استان گلستان در سال ۱۳۹۷ به تعداد ۱۵۰۰ نفر تشکیل دادند. با استفاده از جدول تعیین حجم نمونه مورگان ۳۰۶ نفر می باشد که به عنوان نمونه تحقیق، ۳۸۶ نفر انتخاب شدند و برای نمونه گیری از روش در دسترس در سه بخش شرق، مرکز و غرب استان گلستان استفاده شد.

انتخاب یک روش آماری مناسب، یکی از ارکان اصلی یک تحقیق علمی است. تجزیه و تحلیل و استنتاج صحیح منوط به بهره گیری از روشهای مناسب آماری و متناسب با موضوع پژوهش است. در تحقیق حاضر برای تجزیه و تحلیل داده ها تجزیه و تحلیل آماری داده های به دست آمده در دو قسمت صورت می پذیرد. در بعد نخست، از جنبه آمار توصیفی به بررسی ویژگی های جمعیت شناختی اعضای نمونه پرداخته می شود. سن، تحصیلات، وضعیت تأهل و... پاسخ دهندگان، مواردی است که در بخش آمار توصیفی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در قسمت دوم، به تجزیه و تحلیل داده ها از بعد آمار استنباطی پرداخته خواهد شد. از آزمون کشیدگی یا چولگی به منظور بررسی نرمال یا غیر نرمال بودن داده های پژوهش استفاده می گردد. به منظور بررسی روابط علی میان متغیرهای پژوهش، آزمون اعتبار بر روی متغیرهای تحقیق با استفاده از تحلیل عامل تاییدی صورت گرفت. سپس بر اساس مدل سازی تحلیل مدل معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس (با استفاده از نرم افزار *Smart PLS 2.0 M3*، حداقل مربعات جزئی) برای بررسی فرضیه های تحقیق و مدل ساختاری تحقیق به کار برده شد.

یافته‌های پژوهش

همانگونه که در جدول شماره ۱ نشان داده شده است، متغیر عملکرد کسب و کار میانگین $3/77$ و انحراف استاندارد $0/73$ ، متغیر استراتژی کسب و کار میانگین $3/81$ و انحراف استاندارد $0/80$ و متغیر مدیریت جهادی، میانگین $0/76$ و انحراف استاندارد $0/76$ را به دست آورده اند.

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	مینیمم	ماکسیمم	میانگین	انحراف معیار
عملکرد کسب و کار	۳۸۶	۱	۵	$3/77$	$0/73$
استراتژی کسب و کار	۳۸۶	۱	۵	$3/81$	$0/80$
مدیریت جهادی	۳۸۶	۱	۵	$3/79$	$0/76$

همخطی بین چند متغیر زمانی روی می‌دهد که همبستگی بسیار زیادی (بیشتر از $0/7$) بین چند متغیر وجود داشته باشد که سبب به وجود آمدن اطلاعات زائد می‌شود. این تکرار اطلاعات، توان پیشگویی هر سازه مستقل مجزا را کاهش می‌دهد (دورمن و همکاران^۱، ۲۰۱۲). با توجه به رویکرد اتخاذ شده، ضرایب همبستگی برای سازه‌های پنهان مرحله اول و سازه‌ها در مدل اصلی به طور جداگانه ارایه می‌شود. جدول شماره ۲ و ۳ به ترتیب نتایج ضرایب همبستگی بین سازه‌های مرتبه اول و سازه‌ها در مدل اصلی تحقیق را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود ضرایب همبستگی بزرگتر از $0/7$ بین سازه‌هایی که متعلق به یک سازه بزرگتر هستند اجتناب ناپذیر است در حالی که سایر ضرایب همبستگی کمتر از $0/7$ بوده و نشان می‌دهد که بین متغیرها همخطی زیادی وجود نداشته و اطلاعات زائد بین داده‌ها وجود ندارد.

جدول ۲. نتایج ضریب همبستگی سازه‌های مرتبه دوم

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱. عملکرد - مشتری	۱										
۲. عملکرد - مالی	۰,۴۶۱	۱									
۳. عملکرد - فرآیندهای داخلی	۰,۵۳۶	۰,۷۱۱	۱								
۴. عملکرد - رشد و یادگیری	۰,۵۳۶	۰,۵۲۹	۰,۶۲۱	۱							
۵. مدیریت جهادی - اعتقادی	۰,۲۹۹	۰,۴۲۳	۰,۴۰۳	۰,۳۹۲	۱						
۶. مدیریت جهادی - عملیاتی	۰,۱۲۵	۰,۲۵۴	۰,۱۸۲	۰,۱۶۶	۰,۷۰۸	۱					
۷. استراتژی - تهاجمی	۰,۲۲۴	۰,۲۴۶	۰,۲۱۷	۰,۲۳۷	۰,۲۱۸	۰,۱۸۵	۱				
۸. استراتژی - تحلیلی	۰,۳۲۰	۰,۲۴۴	۰,۲۳۶	۰,۲۱۰	۰,۲۴۶	۰,۲۱۰	۰,۷۷۲	۱			
۹. استراتژی - تدافعی	۰,۳۰۷	۰,۲۷۴	۰,۳۲۴	۰,۳۳۲	۰,۲۸۷	۰,۲۷۴	۰,۷۵۴	۰,۶۱۴	۱		
۱۰. استراتژی - آینده نگری	۰,۲۷۹	۰,۳۲۳	۰,۲۸۴	۰,۳۰۴	۰,۳۳۸	۰,۲۷۳	۰,۸۰۹	۰,۷۰۴	۰,۷۴۲	۱	
۱۱. استراتژی - پیش فعالی	۰,۱۹۵	۰,۲۷۹	۰,۲۵۶	۰,۳۳۳	۰,۳۳۰	۰,۲۹۷	۰,۷۷۶	۰,۶۹۲	۰,۷۹۳	۰,۷۸۳	۱
۱۲. استراتژی - ریسک پذیری	۰,۳۰۲	۰,۴۰۰	۰,۴۲۹	۰,۴۴۴	۰,۲۷۷	۰,۲۴۵	۰,۷۳۰	۰,۶۴۹	۰,۷۵۷	۰,۷۷۲	۰,۷۳۳

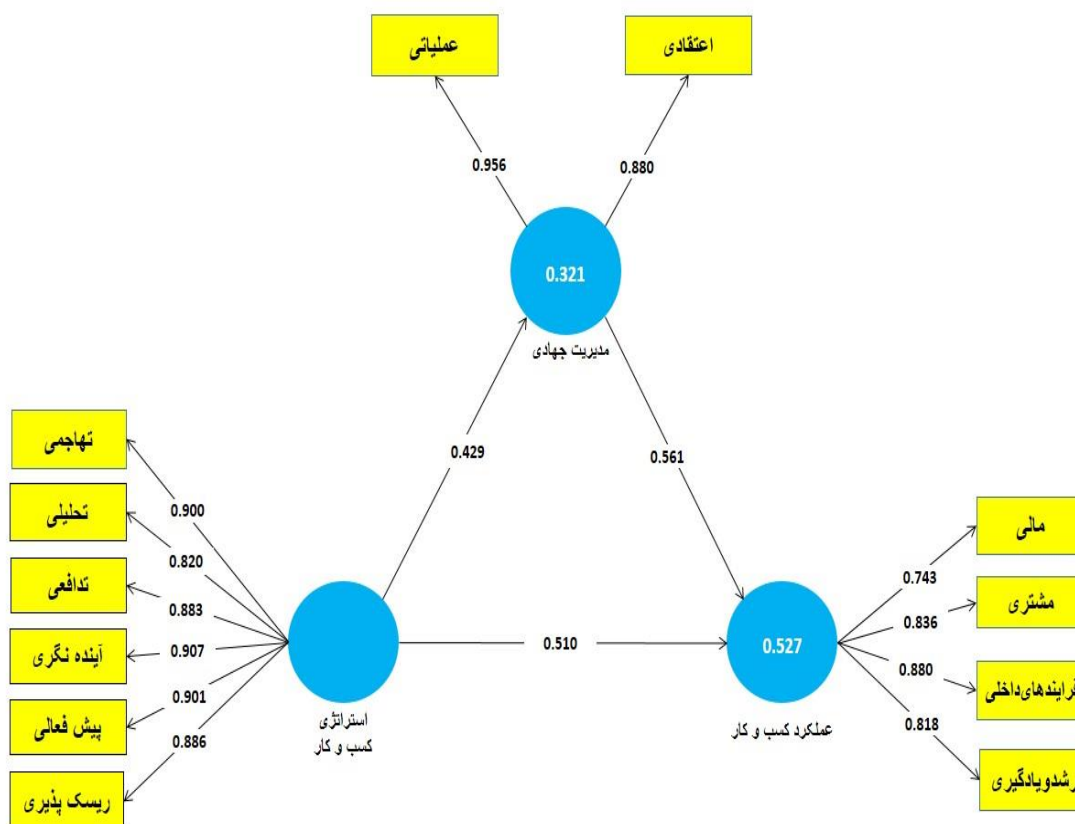
^۱ Dormann et al

جدول ۳. نتایج ضرایب همبستگی سازه‌ها در مدل اصلی تحقیق

۳	۲	۱	
		۱	۱. عملکرد کسب و کار
	۱	۰,۴۰۱	۲. استراتژی کسب و کار
۱	۰,۳۲۹	۰,۴۰۲	۳. مدیریت جهادی

جدول ۴. اثرات مستقیم و تعدیل‌کننده متغیرهای مکنون پژوهش

روابط موجود در مدل	آماره تی	مقدار بتا (ضریب مسیر)	سطح معنی‌داری
استراتژی کسب و کار ← عملکرد کسب و کار	۱۰/۰۴۸	۰/۵۱۰	۰/۰۰۱
مدیریت جهادی ← عملکرد کسب و کار	۷/۳۶۲	۰/۵۶۱	۰/۰۰۱
استراتژی کسب و کار ← مدیریت جهادی	۷/۰۲۰	۰/۴۲۹	۰/۰۰۱
استراتژی کسب و کار ← مدیریت جهادی ← عملکرد کسب و کار	۵/۱۲۷	۰/۰۹۹	۰/۰۰۱



شکل ۱. مدل آزمون شده پژوهش در حالت تخمین استاندارد

به منظور بررسی معنی داری اثر غیرمستقیم متغیر مدیریت کسب و کار بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت جهادی، آزمون سوبل (*Sobel Test*) مورد استفاده قرار گرفت. چنانچه مقدار *Z-Value* به دست آمده برای این آزمون در فرمول زیر از ۱/۹۶ بیشتر باشد، حاکی از معنی دار بودن اثر متغیر میانجی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است. در فرمول زیر *ta* آماره تی رابطه میان متغیر مستقل و میانجی، *tb* آماره تی رابطه میان متغیر میانجی و وابسته می باشد.

$$Z_{Value} = \frac{t_a \cdot t_b}{\sqrt{t_a^2 + t_b^2}}$$

رابطه ۱. فرمول آزمون سوبل

آماره به دست آمده برای اثر غیرمستقیم استراتژی کسب و کار بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی مدیریت جهادی برابر با ۱۵/۱۲۷ است که نشان می دهد اثر متغیر میانجی یعنی مدیریت جهادی در ارتباط بین استراتژی کسب و کار با عملکرد کسب و کار، مثبت و معنی دار است. برای بررسی میزان شدت متغیر میانجی، از شمول واریانس (*Variance Accounted For*) استفاده می شود که مقداری بین صفر و یک را اختیار می کند و درواقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می سنجد.

$$(VAF) = \frac{a \cdot b}{(a \cdot b) + c}$$

رابطه ۲. فرمول شمول واریانس

در این رابطه، *a* مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی، *b* مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته و *c* مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته می باشد. با توجه به فرمول، مقدار شمول واریانس ۰/۰۹۹ محاسبه گردید. مقدار ۰/۰۹۹ بدین معنی است که ۹ درصد از اثر استراتژی کسب و کار بر عملکرد کسب و کار به صورت غیرمستقیم توسط متغیر میانجی مدیریت جهادی تبیین شده است. با توجه به یافته های به دست آمده، می توان گفت که سازه ی استراتژی کسب و کار از مسیر مدیریت جهادی بر سازه ی عملکرد کسب و کار در سطح خطای ۰،۰۰۱، تأثیر مثبت و معنادار دارد؛ به عبارت دیگر مدیریت جهادی در مسیر استراتژی کسب و کار ← عملکرد کسب و کار، نقش میانجی ایفا می کند؛ بنابراین فرضیه اصلی تحقیق نیز تایید می شود و می توان گفت که استراتژی کسب و کار با میانجیگری مدیریت جهادی بر عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت و معنادار دارد ($t = 5.127$; $\beta = 0.099$; $P < 0.001$).

بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام تحقیق تعیین اثر استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی با توجه به نقش میانجی مدیریت جهادی بود. براساس یافته های حاصل از پژوهش، استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی تأثیر معنادار دارد. مدیریت جهادی بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی تأثیر معنادار دارد. استراتژی کسب و کار بر مدیریت جهادی مدیران اماکن ورزشی تأثیر معنادار دارد و در نهایت، استراتژی کسب و کار بر عملکرد مدیران اماکن ورزشی با توجه به نقش میانجی مدیریت جهادی تأثیر معنادار دارد. پیروزی انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷، نه تنها ساختار اداری و دولتی کشور را متحول کرد، بلکه باورها، علایق و انگیزه های شغلی را نیز دگرگون ساخت. این رویداد، احیاگر آرمان های مردمی، دینی و فرهنگی در نظام اداری کشور بود و زمینه ساز ظهور سبکی نوین در مدیریت شد. این سبک مدیریتی جدید، ریشه در شرایط ویژه اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی ایران و همچنین آموزه های اصیل اسلامی دارد و می تواند نقش مهمی در شکل گیری تمدن نوین اسلامی ایفا کند. در همین راستا، مفهوم مدیریت جهادی از سوی رهبر معظم انقلاب مطرح شده است. کارایی و اثربخشی مدیریت جهادی به عنوان یک سبک مدیریتی ایرانی-اسلامی، در گرو تأثیر مثبت آن بر عملکرد سازمان ها است.

یافته های پژوهش نشان داد که استراتژی کسب و کار از مسیر مدیریت جهادی بر سازه‌ی عملکرد کسب و کار تأثیر مثبت و معنادار دارد، به عبارت دیگر مدیریت جهادی در مسیر استراتژی کسب و کار - عملکرد کسب و کار، نقش میانجی ایفا می‌کند؛ بنابراین فرضیه تحقیق تأیید می‌شود و می‌توان اذعان نمود که مدیریت جهادی نقش واسطه‌ای حیاتی در ارتباط بین استراتژی کسب و کار و عملکرد اماکن ورزشی ایفا می‌کند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات راسخ و همکاران (۱۴۰۰)، رشیدی اقدم و همکاران (۱۳۹۹)، زین الدینی و همکاران (۱۳۹۷) همسو است. براساس یافته‌های 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. یافته‌های تحقیق زین الدینی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که مدیریت جهادی می‌تواند به عنوان یک نوع رهبری تحول‌آفرین در نظر گرفته 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 کار ادغام شود. برای این کار می‌توان در بیانیه ماموریت اماکن ورزشی، ارزش‌های جهادی را گنجانده. 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 مهمی در عملکرد 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 سیاست‌گذاران مبتنی بر مدیریت جهادی بیان داشتند که مدیریت جهادی مدیریتی است مبتنی بر مبانی، ارزش‌ها و اهداف اسلامی که 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 مهم‌ترین مؤلفه در مدیریت جهادی و بعد از آن مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری و حسن خلق در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار دارند. که این یافته‌ها تا حدی زیاد تأیید کننده نتایج تحقیق حاضر می‌باشند.

تشکر و قدردانی

نویسندگان مقاله از همکاری تمامی افراد شرکت‌کننده در این پژوهش تشکر و قدردانی می‌نمایند. همچنین از داوران محترم، جهت ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌گردد.

منابع

- براخلص، حسین، برومند، محمد رضا، دستوم، صلاح و بزرگپور، بینش. (۱۴۰۰). مدیریت کسب و کار در دوره بحران: عوامل، چالش‌ها و راهبردها (مطالعه صنعت ورزش در شرایط رکود ناشی از ویروس کرونا). مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۳(۶۶)، ۲۹۷-۳۲۶. doi: 10.22089/smrj.2020.8874.3024
- بیک زاده عباسی، فرزانه. (۱۳۹۹). نقش تعدیلگر کووید ۱۹ بر رابطه بین موفقیت کسب و کار با عملکرد بازاریابی در شرکت‌های کوچک و متوسط دارویی. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین المللی، ۳(پیاپی ده)، ۱۵۵-۱۷۲. doi: 10.22034/jiba.2020.11275
- جلیلی، موسی، همتی نژاد طولی، مهرعلی و نادری نسب، مهدی. (۱۳۹۹). ارائه چارچوب مفهومی بلوغ مدیریت فرایندهای کسب و کار در شرکت‌های ورزشی. مدیریت و توسعه ورزش، ۱۹(۱)، ۲۴-۴۱. doi: 10.22124/jsmd.2020.4098
- جلال زاده، جواد. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر استراتژی‌های کسب و کار، فناوری اطلاعات و بازاریابی بر عملکرد کسب و کارهای اینترنتی مورد مطالعه: فروشگاه‌های آنلاین، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان خراسان رضوی، مرکز پیام نور نیشابور.
- راسخ، نازنین و عامری، ایوب و اعتمادی، هانی و عزیزی، جلال. (۱۴۰۰). تحلیل عوامل بهبود مدیریت جهادی بر پایه رهنمودهای رهبر انقلاب در ورزش کشور با رویکرد طرح‌های آمیخته، فصلنامه مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش، دوره: ۱۰، شماره ۱.
- رحیمی، امیر، علی دوست قهفرخی، ابراهیم، رجبی، احمد و میری، محمدرضا. (۱۴۰۲). نقش تعدیل گر بازاریابی کارآفرینانه در ارتباط بین سرمایه فکری و عملکرد کسب و کارهای ورزشی. نشریه مدیریت ورزشی، ۱۵(۱)، ۵۱-۳۶. doi: 10.22059/jsm.2020.294706.2383
- رشیدی اقدم، محمود، ترابی خالدی، حمید رضا و عزیززاده، محمود. (۱۳۹۹). طراحی و تبیین الگوی راهبردی مدیریت جهادی. مطالعات بین رشته‌ای دانش راهبردی، ۱۰(۳۹)، ۳۵۸-۳۳۱.
- زین‌الدینی، مجید و محمدی سیاهبومی، حمید رضا. (۱۳۹۷). ارائه الگوی مطلوب مدیریت جهادی در انقلاب اسلامی «موردکاوی رهنمودهای رهبر انقلاب اسلامی». پژوهشنامه انقلاب اسلامی، ۸(۲۸)، ۲۳-۴۹. doi: 10.22084/rjir.2018.15774.2352
- سلطانی، عباس علی (۱۳۹۳). پژوهش‌های فقهی زمستان، دوره دهم - شماره ۴ رتبه علمی-پژوهشی (وزارت علوم) (28 ISC) صفحه - از ۷۳۱ تا ۷۵۸
- سالارزهی، حبیب‌الله. شهبازی منشادی، مهرداد. (۱۳۹۵). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل راهبردی مؤثر بر کسب و کارهای کوچک و متوسط با استفاده از رویکرد تحلیل سلسله مراتبی. توسعه کارآفرینی، ۱(۱)، ۱۳۷-۱۱۹
- شیرویی، اعظم، اسماعیلی، رضا، کشکر، سارا و اسدی، حسین. (۱۳۹۷). تبیین جامعه شناختی نهادینه کردن ورزش همگانی (مورد مطالعه: شهر تهران). مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۷(۴۲)، ۱۴۵-۱۶۴.
- عظیمی‌دلارستانی، عادل، رضوی، سید محمد حسین، برومند، محمدرضا. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل زمینه‌ای تاثیرگذار بر استقرار کارآفرینی استراتژیک در کسب و کارهای ورزشی. مدیریت و توسعه ورزش، ۷(۴)، ۷۰-۸۷. doi: 10.22124/jsmd.2019.3253

علیپور، حامد. (۱۴۰۱). نقش مدیریت جهادی در شکوفایی کشور. کنفرانس ملی مدیریت و کارآفرینی در مکتب شهید حاج قاسم سلیمانی (با محوریت محرومیت زدایی در منطقه جازمو). SID. <https://sid.ir/paper/1065643/fa>

صادقی گرمارودی، محمد (۱۴۰۱). همسوسازی استراتژی های سازمان جهت ارتقاء عملکرد. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور استان سمنان، مرکز پیام نور گرمسار.

مرادی، محمد جواد (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر مدیریت جمعیت اماکن ورزشی استان قم. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی.

وحیدی، محمد (۱۳۹۷). شناسایی نگرش ها و ذهنیت های موجود در حوزه مدیریت جهادی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سمنان، پردیس علوم انسانی - دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری.

Lin, W. B., Hsiao, R., & Yeh, S. W. (2020). Management efficiency of sport centers based on the provision of public sports viewpoint. *International Journal of Business in Sports, Tourism & Hospitality Management*, 1(1), 57.

Jaradat, M., & Stan, S. V. (2023). Strategic Management and Its Application in the Business of Sports. Identifying New Key Performance Indicators for the Sports Industry. *Cluj Univ. J. Interdisc.: Soc. Sciences & Humanities*, 1, 27.

Rothaermel, F. T. (2019). *Strategic management*. McGraw-Hill.

Soltani, M. R. (2015). Jehadic Management, Challenges and Requirements. *Scientific Journal of Islamic Management*, ۲۲ (2), ۹-۳۹ https://im.ihu.ac.ir/article_201798.html