

Article history:

Received: 1 March 2025

Received in revised from: 1 June 2025

Accepted: 1 June 2025

Published online: 1 June 2025



مطالعات جامعه شناختی در ورزش



Sociological Analysis of the Effect of Innovative Behavior on Organizational Performance among the Employees of Sports and Youth Departments of Iran

Hossein Mazaheri ¹ , Mina Mostahfezian ² , Masoud Naderian Jahromi ³  Mahnaz Marvi ⁴ 

1. Department of Physical Education and Sports Sciences, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

E-mail: h.mazaheri55@yahoo.com

2. Corresponding Author: Sport Medicine Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

E-mail: dr.mostahfezian@gmail.com

3. Department of Sport Management, Faculty of Sport Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran.

E-mail: dr.masoudnaderian@gmail.com

4. Sport Medicine Research Center, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

E-mail: Mahnazmarvi3@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Keywords:

Innovative behavior,
Organizational performance,
Sports and youth departments,
sports management,

ABSTRACT

Introduction: The present study was Sociological Analysis of the Effect of Innovative Behavior on Organizational Performance among the Employees of Sports and Youth Departments of Iran.

Methods: The present study was conducted in the form of a survey where the population included all employees in the provincial offices of Sport and Youth across the country and by using the method of sample size of structural modeling, 384 employees responded to questionnaires both in an online and in-person mode. The results were analyzed using structural equation modeling in PLS, and the ultimate model was proposed. The content validity of the questionnaire was corroborated, while the reliability of the Innovative Behavior Measure (Scott & Bruce, 1994) and Organizational Performance Scale (Winand et al., 2014) was determined at 94% and 97%, respectively, using Cronbach's Alpha coefficient.

Results: The findings of the study showed that innovative behavior had a positive impact on the enhancement of organizational performance. In other words, innovative behavior explained 39% of the variance in organizational performance (moderately explaining the variance).

Conclusion: In general, the results showed that the proposed model was supported by the data, and the fit of the data to the model was maintained. Thus, as all indicators pointed to the desirability of the model, directors of the provincial offices of Sport and Youth are recommended to encourage their employees to increase their creativity, share their ideas, and make innovative behavior by implementing transformational leadership. In this way, they can enhance their employees' corporate performance in the current uncertain conditions.

Cite this article: Mazaheri, H., Mostahfezian, M., Naderian Jahromi, M., Marvi, M. (2025). Sociological Analysis of the Effect of Innovative Behavior on Organizational Performance among the Employees of Sports and Youth Departments of Iran. *Sociological Studies in Sport*. 4(4), 61-80. DOI: <http://doi.org/10.30486/4S.2024.1119719>



© The Author(s).

Publisher Islamic Azad University, Isfahan Branch



Extended Abstract

Introduction

Developing innovative behaviors and presenting new ideas is a fundamental strategy for implementing these changes; therefore, it can be said that the present study is important because improving and successfully improving the performance of employees of the General Directorates of Sports and Youth of Iran can be effective in planning for achieving success in sports affairs in the national and international arenas, and in the first place, it can lead to achievements for the organization itself, such as attracting more customers and their loyalty to the organization; therefore, given that the research conducted on the relationship between innovative behavior and organizational performance has been conducted in non-sports organizations, a gap in such research was felt; therefore, it was necessary to examine the relationship between these two variables among employees of the General Directorates of Sports and Youth in a specialized and in-depth manner using scientific and reliable methods.

Methods

The present study was conducted in the form of a survey where the population included all employees in the provincial offices of Sport and Youth across the country and by using the method of sample size of structural modeling, 384 employees responded to questionnaires both in an online and in-person mode. The results were analyzed using structural equation modeling in PLS, and the ultimate model was proposed. The content validity of the questionnaire was corroborated, while the reliability of the Innovative Behavior Measure (Scott & Bruce, 1994) and Organizational Performance Scale (Winand et al., 2014) was determined at 94% and 97%, respectively, using Cronbach's Alpha coefficient.

Results

The findings of the study showed that innovative behavior had a positive impact on the enhancement of organizational performance. In other words, innovative behavior explained 39% of the variance in organizational performance (moderately explaining the variance).

Conclusion

By using transformational leadership and providing the opportunity to increase the knowledge of employees, managers should provide the basis for the emergence of creativity and new ideas among them and improve the performance of the organization by implementing measures such as innovation in the method of responding to clients, innovation in the use of technology and social networks, and innovation in how

employees communicate with their clients and colleagues. Employees who have new and novel ideas should not be permanently employed in one department and should be transferred to other units of the organization at intervals so that their ideas can be used in different subjects and improve the performance of the organization and, of course, be supported. On the other hand, managers can hold brainstorming sessions to explain to employees the advantages of presenting new ideas and the disadvantages of old services and encourage employees to provide new services.

The managers of the general departments of sports and youth should use information technology to support organizational decision-making and conduct a complete analysis in important decision-making in order to improve the performance of the organization. The general managers of sports and youth in the provinces should try to be the pioneers in providing new services and create a competitive environment to satisfy clients. Finally, considering that today knowledge and information are a fundamental factor in improving employee performance, sports organizations should use knowledge management to develop innovative behaviors in order to improve their performance.

Keywords

Innovative behavior, Organizational performance, Sports and youth departments.

Ethical Considerations

Compliance with ethical guidelines:

The author undertakes to comply with ethical guidelines.

Funding:

The authors have not received any Funding.

Authors' contribution:

The authors share equal shares in this article.

Conflict of interest:

The authors have no conflicts of interest.



تبیین جامعه شناختی اثر رفتارنوآورانه بر عملکرد سازمانی در میان کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان ایران

حسین مظاهری^۱ , مینا مستحفظیان^۲ , مسعود نادریان جهرمی^۳ , مهناز مروی^۴ 

۱. گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران. رایانامه: h.mazaheri55@yahoo.com

۲. نویسنده مسؤل، مرکز تحقیقات طب ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران. رایانامه: dr.mostahfezian@gmail.com

۳. گروه مدیریت ورزشی، دانشکده علوم ورزشی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. رایانامه: dr.masoudnaderian@gmail.com

۴. مرکز تحقیقات طب ورزشی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران. رایانامه: Mahnazmarvi3@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

مقدمه: پژوهش حاضر با هدف تبیین جامعه شناختی اثر رفتارنوآورانه بر عملکردسازمانی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان ایران انجام گرفت.

روش: پژوهش از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش را کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان تشکیل دادند و با استفاده از روش تعیین حجم نمونه مدل یابی ساختاری تعداد ۳۸۴ نفر از کارکنان از طریق پرسشنامه حضوری و آنلاین با روش نمونه گیری خوشه ای انتخاب شده و به سؤالات پرسشنامه پاسخ دادند و نتایج آن با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار پی ال اس محاسبه و مدل نهایی ارائه گردید. روایی محتوایی پرسشنامه با نمره ۰/۹۹ مورد تأیید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه های رفتارنوآورانه بروس واسکات (۱۹۹۴) و عملکرد سازمانی ویناند و همکاران (۲۰۱۴) با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۹۴ و ۹۷ درصد محاسبه و تأیید شد.

یافته: یافته ها حاکی از آن است که رفتار نوآورانه، اثر مثبتی بر ارتقای عملکرد سازمانی داشت و رفتار -نوآورانه در مجموع ۳۹ درصد از واریانس عملکرد سازمانی را تبیین می کند و به میزان متوسط توان تبیین واریانس آن را دارد.

بحث و نتیجه گیری: نتایج نشان داد مدل مفروض تدوین شده توسط داده های پژوهش حمایت می شود و برازش داده ها به مدل برقرار بوده و همگی شاخص ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند؛ بنابراین بر اساس این یافته ها به مدیران کل ورزش و جوانان استان های کشور توصیه می گردد با استفاده از رهبری تحول آفرین، کارکنان را به افزایش خلاقیت و ارائه ایده ها و رفتارهای نوآورانه تشویق نموده و عملکرد سازمانی کارکنان را در شرایط متغیر کنونی بهبود بخشند.

کلیدواژه ها:

واژه یک، رفتارنوآورانه،

واژه دو، مدیریت ورزشی،

واژه سه عملکرد سازمانی،

واژه چهار، ورزش و جوانان،

استناد: مظاهری، حسین؛ مستحفظیان، مینا، نادریان جهرمی، مسعود، مروی، مهناز. (۱۴۰۳). تبیین جامعه شناختی اثر رفتارنوآورانه بر عملکرد سازمانی در میان کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان ایران، مطالعات جامعه شناختی در ورزش، ۴ (۴)، ۸۰-۶۱.



<http://doi.org/10.30486/4S.2024.1119719>

© نویسندگان.

ناشر دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان

مقدمه

تحقیقات نوآوری از علوم اداری، ارتباطات و انسان شناسی تا روانشناسی و جامعه شناسی در دهه ۱۹۸۰ گسترش یافته است (وست^۱، ۱۹۹۰). کارهای اولیه روانشناسی در مورد نوآوری کلمه رفتار کاری نوآورانه را ابداع کرد که می تواند به عنوان تولید عمدی، ترویج و تحقق ایده های جدید در درون نقش کاری، گروه کاری یا سازمان به منظور نفع عملکرد نقش، گروه و یا سازمان تعریف گردد (وست، ۱۹۹۰). گرچه این موضوع به خلاقیت کارکنان خیلی نزدیک و وابسته است؛ اما رفتار کاری نوآورانه بر چیزی بیش از خلاق بودن دلالت دارد. در واقع، میرون، ایریز و ناوه (۲۰۰۴) دریافته اند که افراد خلاق همیشه خیلی نوآور نیستند (میرون، اراز و ناوه^۲، ۲۰۰۴). رفتار نوآورانه کارکنان قصدش خلق سود است و یک جزء کاربردی روشن تر دارد (جانگ و هارتوگ^۳، ۲۰۰۷). در نتیجه، محققان موافقت کرده اند که رفتار نوآورانه کارکنان خلاقیت کارکنان را در برمی گیرد یعنی تولید ایده های جدید و ایده های مفید در ارتباط با محصولات، خدمات، فرآیندها و رویه ها (امابیل^۴، ۱۹۸۸) و اجرای ایده های خلق شده (اندرسون^۵ و همکاران، ۲۰۰۴؛ اکستل^۶ و همکاران، ۲۰۰۰). و به طور خاص تر، رفتار کاری نوآورانه شامل مجموعه ای از رفتار است (جانسن^۷، ۲۰۰۰؛ جانگ و هارتوگ، ۲۰۱۰؛ اسکات و بوروس^۸، ۱۹۹۴). یعنی جستجوی فرصت و تولید ایده شامل جستجو و تشخیص فرصتها برای نوآوری و تولید ایده ها و راه حلها برای استفاده از فرصتها، همچنین دفاع کردن از ایده های تولید شده به ترویج ایده های تولید شده با هدف یافتن پشتیبانی و ساختن همکاری و اتحاد اشاره دارد. نهایتاً به کارگیری باعث اتفاق افتادن ایده های پشتیبانی شده می گردد که این شامل توسعه، تست، اصلاح و تجاری سازی ایده ها می گردد.

محدوده رفتار نوآورانه کارکنان از بهبودهای جزئی و تدریجی تا توسعه ایده های جدید اساسی است که بر فرآیندها یا محصولات در سرتاسر سازمان تأثیرگذار است (اکستل و همکاران، ۲۰۰۰). درحالیکه دومین نوعی که اشاره شد خیلی کمیاب است و البته تنها کارکنانی که در حوزه تحقیق و توسعه کار می کنند، قادرند به این رفتار ادامه دهند. اولین نوع یعنی بهبودها و پیشنهادهای با مقیاس کوچک بیشتر معمولند و به کارکنان تمامی حوزهها مرتبط است. مثالهایی از رفتار کاری نوآورانه شامل تفکر در مورد فعالیتهای جایگزین، جستجو برای بهبودها، شکلهای روشهای جدید برای انجام فعالیتهای و جستجوی تکنولوژیهای جدید، کاربرد متدهای جدید و بررسی و حفظ منابع برای عملی کردن ایده های جدید است (دورنر^۸، ۲۰۱۲). معمولاً، رفتار نوآورانه کارکنان بخشی از شغل معمول اغلب کارکنان نیست. بلکه به عنوان یک رفتار علاوه بر نقش افراد تعریف میگردد و به عنوان یک رفتار اختیاری به آن ارجاع داده می شود که در یک شرح شغل وجود ندارد در حالی که تلاشی به سود سازمان است (ارگان، پودساکف و مک کنیز^۹، ۲۰۰۶). رفتار کاری نوآورانه کارمندان در خیلی از اصول مدیریتی معاصر از قبیل بهبود مستمر (فولر، مارلر و هستر^{۱۰}، ۲۰۰۶). کابین (ایمای^{۱۱}، ۱۹۸۶) و کارآفرینی سازمانی (شارما و کریسمن^{۱۲}، ۱۹۹۹). و نظام پیشنهادات^{۱۳} (۲۰۰۱) بسیار مهم و اساسی است.

فار و فورد^{۱۴} (۱۹۹۰) رفتار نوآورانه کارکنان را به عنوان یک رفتار شخصی تعریف می کنند که هدفش رسیدن به راهاندازی و معرفی ایده ها، فرآیندها، محصولات یا رویه های جدید و مفید در یک نقش کاری، گروه یا سازمان می باشد. رفتار کاری نوآورانه از خلاقیت کارمندان تولید ایده های جدید و مفید مرتبط با محصولات، خدمات، فرآیندها و رویه ها (امابیل، ۱۹۸۸)، متفاوت است زیرا همچنین شامل اجرای ایده ها نیز می باشد. بر خلاف خلاقیت، رفتار کاری نوآورانه به وضوح تمایزش به ارائه منفعت است. آن یک جزء کاربردی واضحتر است که انتظار می رود به خروجی نوآوری منجر شود. خلاقیت میتواند به عنوان یک جزء اساسی و اصلی از رفتار کاری نوآورانه دیده شود، که بیشتر در آغاز فرآیند نوآوری مشهود است زمانی که مسائل یا شکافهای عملکردی تشخیص داده میشوند و ایده ها در پاسخ به نیاز درک شده

¹ West

² Miron, Erez, & Naveh

³ Jong & Hartog

⁴ Amabile

⁵ Anderson

⁶ Axtell

⁷ Janssen

⁸ Dörner

⁹ Organ, Podsakoff, MacKenzie

¹⁰ Fuller, Marler, & Hester

¹¹ Imai

¹² Sharma & Chrisman

¹³ Unsworth

¹⁴ Farr & Ford

برای نوآوری تولید میگردند (وست، ۲۰۰۲) اینجا، به محدوده وسیعی از رفتارهای نوآورانه که هم راهاندازی و هم اجرای ایده ها را در بر میگیرد اشاره می شود.

رفتار نوآورانه کارکنان در محیط کار، رفتار پیچیده‌ای است که شامل سه زمینه تولید ایده، ترویج و اجرای آن است. تولید و معرفی ایده، به ایده‌پردازی و ارائه ایده های نو می‌پردازد و نشان‌دهنده میزانی است که یک فرد ایده های جدید را تولید می‌کند. ترویج ایده به تلاش افراد برای جلب پشتیبانی و تعهد دیگران در اجرای ایده های جدید اشاره دارد. اجرای ایده به تلاش‌های عملیتر برای تبدیل ایده های نو به راهکارهای عملی و اجرای آن‌ها در فعالیت کاری سازمانی اشاره دارد (جانگ و هارتوج، ۲۰۱۰؛ مورا، ۲۰۱۳)

اغلب کارهای تئوری انجام شده درباره رفتار نوآورانه کارکنان بین ابعاد متفاوت تمایز قائل شده‌اند که اغلب به مراحل متفاوت فرآیند نوآوری مربوطند برای مثال اسکات و بروس (۱۹۹۴) رفتار کاری نوآورانه را به عنوان یک فرآیند چندمرحله‌ای عملیاتی کرده‌اند. کانتر (۱۹۹۸) آن را به سه مرحله مرتبط با رفتار کاری نوآورانه یعنی تولید ایده و ائتلاف و اجرای ایده خلاصه کرده است. با این حال، میبینیم که تولید ایده نسبتاً گسترده است؛ بهگونهای که پیشنهاد شده است که شامل رفتارهایی هم مرتبط با جستجو و هم تولید ایده ها باشد. به هر حال، تحقیقات خلاقیت نشان دادند که این دو نوع رفتار بر قابلیت های متمایز شناختی تکیه دارند (باسادور^۲، ۲۰۰۴؛ رونکو^۳، ۱۹۹۴). و مشابه آن در ادبیات کارآفرینی، جستجوی فرصت تا قبل از تولید ایده در نظر گرفته می شود. هر دو رفتار همچنین تعیین کننده های محیطی و شخصیتی متمایزی دارند. (شین^۴، ۲۰۰۳). جیرون دی جانگ و هارتاگ (۲۰۱۰) در مقالهای چهار بعد از رفتار نوآورانه کارکنان را مشخص کرده‌اند که با نامهای «جستجوی ایده، تولید ایده، دفاع از ایده و اجرای ایده» نامگذاری شده است.

شروع یک فرآیند نوآوری اغلب عنصری از شانس دارد: کشف یک فرصت یا مسأله ای که به وجود آمده است. نشانه ممکن است فرصتی برای بهبود شرایط و یا یک تهدید نیاز به پاسخ فوری باشد. دراکر (۱۹۸۵) هفت منبع از فرصتها را تعیین کرده است که شامل موفقیت‌های غیرمنتظره، شکستها یا وقایع، فاصله و شکاف بین آنچه هست و آنچه باید باشد: نیازهای فرآیندی در واکنش به مشکلات شناسایی شده یا شکستها، تغییرات در ساختارهای بازار یا صنعت، تغییرات جمعیتی مانند ترکیب نیروی کار، تغییرات در ادراک و در نهایت، دانش جدید، جستجوی ایده شامل جستجو برای راههای بهبود محصولات موجود، خدمات یا فرآیندها و یا سعی در فکر کردن به راههای جایگزین است (باسادور، ۲۰۰۴؛ فار و فورد، ۱۹۹۰؛ کانتر^۵، ۱۹۹۸).

تولید ایده عنصر بعدی پیشنهادی رفتار نوآورانه کارکنان است. تولید ایده میتواند مرتبط با محصولات جدید، خدمات یا فرآیندهای جدید و ورود به بازارهای جدید و بهبود در رویه های کاری جاری باشد و یا به طور کلی راه حل‌هایی برای مشکلات شناسایی شده است (امابیل، ۱۹۸۸؛ کانتر، ۱۹۹۸؛ ون^۶، ۱۹۸۶). به نظر میرسد کلید تولید ایده، ترکیب و سازماندهی مجدد اطلاعات و مفاهیم موجود برای حل مشکلات و یا برای بهبود عملکرد باشد. تولیدکنندگان ایده های خوب به مسائل یا شکافهای عملکردی از زاویه متفاوتی نزدیک می‌شوند. کانتر (۱۹۹۸) از تفکر رنگارنگ به عنوان یک تولید ایده صحبت میکند که اغلب شامل مرتب کردن مجدد قطعات موجود و تبدیل آنها به یک کل جدید است.

ترویج ایده به زمانی مربوط می شود که ایده ها تولید شده باشند. اغلب ایده ها نیاز دارند که ترویج داده شوند زیرا آنها اغلب با آنچه قبلاً در گروه کاری یا سازمان استفاده می شود هماهنگ نیستند. حتی اگر ایده ها درست بوده یا به نظر برسد که برای پرکردن فاصله و شکاف عملکرد مناسبند برای اغلب ایده ها اطمینانی وجود ندارد که آیا منافع آنها از هزینه‌های توسعه و اجرای آنها بیشتر خواهد بود یا نه؟ (کانتر، ۱۹۹۸) در این رابطه، پشتیبان‌های ادبیات نوآوری بر اشخاصی متمرکز شده‌اند که در نقشهای غیر رسمی ایده های خلاقانه را فراتر از موانع سازمانی به زور جلو برده و به درک ایده های نوآورانه کمک می کنند (شین، ۱۹۹۴). دفاع کردن شامل یافتن حمایت و ساخت ائتلافی به وسیله نشان دادن اشتیاق و اعتماد در مورد موفقیت نوآوری، مداومت در کار و درگیر کردن افراد مناسب است (هاول، شیا و

¹ Mura

² Basadur

³ Runco

⁴ Shane

⁵ Kanter

⁶ Ven

هیگینز^۱، (۲۰۰۵). در نهایت، نیاز است که ایده ها اجرایی شوند. تلاش قابل توجه و ملاحظه و یک نگرش نتیجه محور نیاز است که ایده ها را به واقعیت تبدیل کند. اجرای ایده همچنین شامل تبدیل نوآوری به قسمتی از کار معمولی و روزمره است (کلیسن و استریت^۲، ۲۰۰۱). و رفتارهایی شبیه توسعه محصولات جدید و رویه های کاری و تست و اصلاح آنهاست (کانتر، ۱۹۹۸).

مسیر توسعه و تکامل سازمان ها با تکامل خواسته ها، نیازها، علائق و آمال بشر همراه است. اگرچه سازمان ها در طول زمان ایفاکننده نقش ها و مأموریت های مختلفی بوده اند؛ در دوره معاصر کارکرد آنها بسیار گسترده شده و انتظاراتی که از ایشان می رود به طور مداوم در حال ازدیاد است. توفیق در پاسخگویی به این انتظارات نیازمند ایجاد ارتباطی تنگاتنگ، مستمر و مؤثر بین فرایندهای سازمانی و انتظارات ذکر شده است. همچنین در دنیای رقابتی امروز سازمان ها در هر محیطی که فعالیت نمایند دائماً «نیازمند بهبود عملکرد بوده و باید تمام تلاش خود را برای دستیابی به تعالی عملکرد به کار گیرند؛ بنابراین اهمیت پرداختن به عملکرد از سوی مدیریت به عنوان یک وظیفه اساسی مطرح است. سازمان ها به چند دلیل از ارکان ضروری زندگی انسان ها محسوب می شوند، آنها به جامعه خدمت می کنند، جریانی از دانش و آگاهی را ارائه می کنند که میتواند زمینه ساز توسعه فردی و رشد و سعادت بشر گردد. امروزه توجه فزایندهای به ابعاد مختلف سازمان ها از جمله فرایند سیستم ها و به ویژه آنچه سازمان ها بدان دست میابند (عملکرد) می شود. عملکرد را انجام دادن کاری با قصد و نیت قبلی معرفی کرده اند. عملکرد نتیجه یک عمل خاص است. میتوان گفت یکی از موضوعات اصلی در تجزیه و تحلیل های سازمانی، عملکرد است و بهبود آن نیز مستلزم اندازه گیری است و از این رو سازمانی بدون سیستم ارزیابی عملکرد قابل تصور نیست (آرمسترانگ، ۲۰۰۶).

در ضرورت و تشریح و تعریف مفهوم واژه عملکرد آنچه حائز اهمیت است این است که تنها با تعریف و تشریح عملکرد است که میتوان آن را ارزیابی یا مدیریت نمود. هولتون و بتنز (۱۹۹۵) خاطر نشان کرده اند که عملکرد یک ساختار چندبعدی است که ارزیابی آن بسته به انواع آن مختلف است. ایشان همچنین به این موضوع که هدف، ارزیابی نتایج عملکرد است یا رفتار، اشاره مینمایند. درباره چستی عملکرد نگرش های متفاوتی وجود دارد. از نظر فردی عملکرد سابقه موفقیت های یک فرد است. کین (۱۹۹۶) معتقد است که عملکرد چیزی است که فرد به جای میگذارد و جدای از هدف است (آرمسترانگ، ۲۰۰۶).

برنادین (۱۹۹۵) و همکارانش معتقدند که عملکرد باید به عنوان نتایج کار تعریف شود، چون نتایج قویترین رابطه با اهداف استراتژیک سازمان، رضایت مشتری و نقشهای اقتصادی دارد. در فرهنگ لغت آکسفورد عملکرد به صورت انجام، اجرا، تکمیل، انجام کار سفارش یا تعهد شده تعریف شده است. این تعریف به خروجی ها و نتایج برمیگردد و در عین حال عنوان عملکرد در مورد انجام کار نیز نتایج حاصل از آن است. بروم براچ (۱۹۸۸) معتقد است که عملکرد هم به معنای رفتارها و هم به معنای نتایج است. رفتارها از فرد اجراکننده ناشی می شوند و عملکرد را از یک مفهوم انتزاعی به عمل تبدیل می کنند. رفتارها فقط ابزارهایی برای نتایج نیستند، بلکه به نوعی خود نتیجه به حساب می آیند و می توان جدای از نتایج در مورد آنها قضاوت کرد. این تعریف از عملکرد منجر به این نتیجه گیری می شود که همگام مدیریت عملکرد، گروه ها و افراد هم ورودی ها (رفتارها) و هم خروجی ها (نتایج) باید در نظر گرفته شود. هارتل این مدل را مدل ترکیبی مدیریت عملکرد می نامد. این مدل سطوح توانایی یا شایستگی و موفقیتها را همانند هدف گذاری و بازبینی اهداف پوشش می دهد (آرمسترانگ^۳، ۲۰۰۶).

عملکرد سازمانی یکی از مهم ترین سازه های مورد بحث در پژوهش های مدیریتی است و بدون شک مهمترین معیار سنجش موفقیت در سازمان ها، از جمله نهادهای ورزشی به حساب می آید. همچنین سازمان های ورزشی با فشار فزاینده ای مواجهند که این امر منجر می شود آنها به چالش کشیده شوند تا (به طور فعال) عملکرد خود را بررسی کنند تا منابع مالی خود را به صورت مداوم تأمین کنند. هر چند مفهوم عملکرد در سازمانهای ورزشی تا حدودی بررسی شده است با این وجود مطالعه عملکرد بسیار پیچیده است و هنوز نیز کمبود ثبات مفهومی در ابعاد عملکرد وجود دارد. به همین دلیل ساختار عملکرد سازمان های ورزشی باید با هدف اندازه گیری ابعاد مختلف عملکرد، چندبعدی باشد (بارت^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). همچنین، ارائه دیدگاهی چندبعدی از عملکرد سازمانهای ورزشی (غیر از عملکرد مشتری و مالی)، نیازمند تحقیقات گسترده است.

¹ Howell, Shea, & Higgins

² Kleysen & Street

³ Armstrong

⁴ Barth

پیرامون رابطه یا تأثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی پژوهش‌های زیادی در ایران و سایر کشورها انجام شده است از جمله این که پوردوود و عقیقی (۱۴۰۲) تحقیقی در زمینه اثر رهبری فروتنانه بر عملکرد سازمانی با نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی و رفتار کار نوآورانه در میان کارکنان سازمان تأمین اجتماعی شهرستان همدان انجام دادند. یافته‌ها نشان داد رهبری فروتنانه بر بهبود عملکرد سازمانی، توانمندسازی روانشناختی و رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان تأمین اجتماعی شهر همدان تأثیر معناداری دارد. همچنین رفتار کار نوآورانه بر بهبود عملکرد سازمانی تأثیر معناداری داشته و توانمندسازی روانشناختی بر بهبود عملکرد سازمانی تأثیر معناداری دارد. در نهایت رهبری فروتنانه بر بهبود عملکرد سازمانی با نقش میانجی توانمندسازی روانشناختی تأثیر داشته و نیز رهبری فروتنانه بر بهبود عملکرد سازمانی با نقش میانجی رفتار کار نوآورانه تأثیر دارد.

در تحقیقی که عمرانی کادیجانی و عباسی (۱۴۰۱) در میان کارکنان شرکت کافه بازار با حجم نمونه ۴۲ نفر انجام دادند به این نتیجه رسیدند که تأثیر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی مثبت و معنادار بوده و مهارت‌های ارتباطی رابطه بین رفتار نوآورانه و عملکرد سازمانی را میانجی‌گری می‌کند. در تحقیق دهقانی سلطانی و همکاران (۱۳۹۸) در زمینه تأثیر رفتار نوآورانه در عملکرد سازمانی با تبیین نقش سرمایه فکری، فرصت‌طلبی و مزیت رقابتی در صنعت هتل‌داری در میان کارکنان هتل‌های چهار ستاره و پنج ستاره شهر تهران بررسی انجام داده مشخص شد که رفتار نوآورانه تأثیر معناداری بر ابعاد سرمایه فکری (سرمایه مشتری، سرمایه انسانی و سرمایه سازمانی) دارد. همچنین فرصت‌طلبی و مزیت رقابتی تأثیر معناداری بر عملکرد سازمانی دارد و در نهایت سرمایه سازمانی و سرمایه مشتری در ارتباط با رفتار نوآورانه نقش تعدیل‌گری ایفا می‌کند. عبدالله و لنگ (۲۰۲۱) در تحقیقی در زمینه رابطه سرمایه فکری، رفتار نوآورانه و عملکرد کسب و کار کترینگ در بین کارمندان زن شهر ماکاسار در کشور اندونزی با حجم نمونه ۲۵ نفری دریافتند که هرچه سرمایه فکری بهتر باشد رفتار نوآورانه مدیران زن بهتر و عملکرد کسب و کار پذیرایی در شهر ماکاسار بهتر خواهد بود. نتایج تحقیق و مر و کوینگستر (۲۰۱۶) در زمینه نوآوری در باشگاه‌های ورزشی مشخص نمود که باشگاه‌های ورزشی غیرانتفاعی توانایی کسب دانش بیرونی برای نوآوری را دارند بدین منظور آن‌ها می‌توانند از طریق پذیرش اینکه رقبا به عنوان منابع دانش بیرونی‌اند با آن‌ها هم رقابتی و تعامل داشته باشند و عملکرد خود را از لحاظ ظرفیت مالی و مشارکت مستمر و وفادارانه مشتریان افزایش دهند.

با توجه به اینکه پیرامون بررسی اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد کارکنان سازمان‌های ورزشی تحقیق زیادی در کشور انجام نشده، انجام این پژوهش در رابطه با رفتارهای نوآورانه، با توجه به گستردگی و نقش مهم آن در سازمان برای شناسایی الگوی ارتباطی مطلوب رابطه بین متغیرهای مذکور ضروری به نظر می‌رسد. داشتن الگوی ارتباطی مطلوب در ادارات ورزش و جوانان و سعی در کسب مزایای حاصل از الگوی ارتباطی بهینه می‌تواند به این نهادها کمک نماید به عملکرد بهتر در جنبه‌های متفاوت سازمان خود و مزایای پایدار آن دست پیدا کنند. در واقع باید گفت به دلیل اینکه ادارات کل ورزش و جوانان استانها در یک رقابت تنگاتنگ با یکدیگرند، برای آنکه بتوانند موفقیت خود را به پیش ببرند نیاز دارند تا ساختار خود را با روش‌های نوین و تغییرات گسترده ایجاد نمایند؛ بنابراین گسترش رفتارهای نوآورانه و ارائه ایده‌های نو، راهکاری اساسی برای اعمال این تغییرات است؛ از اینرو میتوان گفت پژوهش حاضر به این دلیل اهمیت دارد که ارتقا و موفقیت عملکرد کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان ایران میتواند برای برنامه ریزی در کسب موفقیت در امور ورزشی در عرصه‌های ملی و بین‌المللی اثرگذار بوده و در وهله اول دستاوردهایی برای خود سازمان همچون جذب مشتریان بیشتر و وفاداری آنان به سازمان را به دنبال داشته باشد؛ پس با توجه به اینکه اثر پژوهش‌های انجام شده در بحث رابطه رفتار نوآورانه با عملکرد سازمانی در سازمان‌های غیر ورزشی انجام گرفته است خلأ چنین پژوهشی احساس گردید؛ از این رو، ضرورت داشت که چگونگی ارتباط این دو متغیر در میان کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان به صورت تخصصی و عمیق با روش‌های علمی و معتبر، مورد بررسی قرار گیرد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان اداره کل ورزش و جوانان ۳۱ استان کشور اعم از کارکنان شاغل در اداره کل و کارکنان شاغل در ادارات ورزش و جوانان شهرستان‌های تابعه هر استان است که با استفاده از روش تعیین حجم نمونه مدل‌یابی معادلات ساختاری، ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای بود بدین صورت که بر اساس تقسیمات کشوری ابتدا کل استان‌های کشور به پنج گروه استان‌های شمالی، جنوبی، شرقی، غربی و مرکزی گروه بندی شده و سپس از هر سمت کشور کارکنان یک استان و یک استان هم در مرکز (شامل استان‌های اصفهان، مازندران،

خوزستان، خراسان رضوی و ایلام) به صورت خوشه‌ای برای توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه تحقیق در میان کارکنان اداره کل ورزش و جوانان آن استان‌ها انتخاب شدند و با توجه به اینکه تعداد جامعه آماری تحقیق بر حسب جنسیت مشخص نیست، برای توزیع پرسشنامه در میان کارکنان نمونه‌ها به نسبت برابر یعنی ۵۰ درصد مرد و ۵۰ درصد زن انتخاب گردید که تعداد نمونه انتخاب شده در هر استان در جدول شماره ۱ ارائه گردیده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از دو پرسشنامه استاندارد استفاده شد. برای سنجش متغیر رفتار نوآورانه از پرسشنامه رفتار نوآورانه بروس و اسکات (۱۹۹۴) دارای ۶ سؤال و سه مؤلفه تولید ایده، ترویج ایده و به‌کارگیری ایده با مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شد و برای اندازه‌گیری متغیر عملکرد سازمانی از پرسشنامه ویناند و همکاران (۲۰۱۴) دارای ۲۳ سؤال و چهار بعد عملکرد مالی، ورزشی (شامل: حرفه‌ای و همگانی)، مشتری و سازمانی که به عنوان ابعاد اصلی عملکرد در مطالعات سازمان‌های ورزشی شناخته شده است با طیف پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شد. برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی محتوایی استفاده شد که با استفاده از شاخص *CVR* روایی محتوایی پرسشنامه با نمره ۰/۹۹ تأیید شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرهای رفتار نوآورانه با ضریب آلفای ۰/۹۴ و عملکرد سازمانی ۰/۹۷ به دست آمد که نشان می‌دهد پرسشنامه‌ها دارای پایایی مطلوب است. برای انجام این پژوهش در قسمت آمار توصیفی از فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد و در قسمت آمار استنباطی از روایی محتوایی برای بررسی روایی پرسشنامه‌ها، آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی متغیرها و آزمون چولگی و کشیدگی در سنجش نرمال بودن داده‌ها استفاده شد. تحلیل داده‌ها به کمک نرم افزار اسپاساس نسخه ۲۲ انجام شد و برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش از آزمون تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر و همچنین از شاخص تحلیل معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارت پیلاس استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان شامل متغیرها، گروه بندی متغیرها، توزیع فراوانی مشخصات فردی نمونه‌های پژوهش، درصد و درصد تراکمی ارائه شده است.

جدول ۱. وضعیت پاسخگویان بر حسب متغیرهای فردی

ردیف	متغیر	گروه بندی متغیر	فراوانی	درصد	درصد تراکمی
۱	جنسیت	مرد	۱۹۴	۵۰/۵	۵۰/۵
		زن	۱۹۰	۴۹/۵	۱۰۰
۲	سن	کمتر از ۳۰ سال	۵۹	۱۵/۴	۱۵/۴
		۳۱ تا ۴۰ سال	۱۱۰	۲۸/۶	۴۴/۰
		۴۱ تا ۵۰ سال	۱۷۰	۴۴/۳	۸۸/۳
		بیشتر از ۵۰ سال	۴۵	۱۱/۷	۱۰۰
۳	تحصیلات	فوق دیپلم	۱۱۰	۲۸/۷	۲۸/۷
		لیسانس	۱۳۹	۳۶/۲	۶۴/۹
		فوق لیسانس	۱۱۵	۲۹/۹	۹۴/۸
۴	سابقه خدمت	دکتری	۲۰	۵/۲	۱۰۰
		کمتر از ۵ سال	۶۵	۱۶/۹	۱۶/۹
		۶ تا ۱۰ سال	۷۴	۱۹/۳	۳۶/۲
		۱۱ تا ۱۵ سال	۶۵	۱۶/۹	۵۳/۱
۵	نوع استخدام	بیشتر از ۱۵ سال	۱۸۰	۴۶/۹	۱۰۰
		شرکتی	۶۰	۱۵/۶	۱۵/۶
		قراردادی	۹۵	۲۴/۷	۴۰/۳
۶	رشته تحصیلی	پیمانی	۶۵	۱۶/۹	۵۷/۲
		رسمی	۱۶۴	۴۲/۸	۱۰۰
۷	استان محل خدمت	تربیت بدنی	۲۱۰	۵۴/۷	۵۴/۷
		غیر تربیت بدنی	۱۷۴	۴۵/۳	۱۰۰
		اصفهان	۷۷	۲۰/۱	۲۰/۱
		مازندران	۷۷	۲۰/۱	۴۰/۲
		خوزستان	۷۷	۲۰/۱	۶۰/۳
		خراسان رضوی	۷۷	۲۰/۱	۸۰/۴
		ایلام	۷۶	۱۹/۶	۱۰۰

جدول شماره ۲ وضعیت متغیرهای پژوهش را با استفاده از شاخص‌های توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، کجی و کشیدگی نشان

جدول ۲. توصیف متغیرهای پژوهش با استفاده از شاخص‌های توصیفی

متغیر	شاخص		
	میانگین	انحراف معیار	کجی
رفتارنوآورانه	۳/۷۱	۰/۷۹۹	-۰/۰۹۷
عملکرد سازمانی	۳/۱۷	۰/۹۳۳	-۰/۳۱۳
کشیدگی			-۰/۳۹۴
			-۰/۸۵۷

بر حسب جدول ۲ میانگین متغیرهای پژوهش (رفتارنوآورانه و عملکرد سازمانی) در نمونه آماری پژوهش بیش از حد متوسط (۳) برآورد شده است؛ بنابراین با مد نظر قرار دادن نتایج آزمون چولگی و کشیدگی که در بازه ۳ و -۳ بودند، می‌توان گفت داده‌ها از توزیع طبیعی برخوردارند. در جدول ۳ ماتریس همبستگی متغیرهای اصلی پژوهش ارائه شده است.

جدول ۳. ماتریس همبستگی پیرسون متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴
رفتارنوآورانه		۰/۷۰۴**	۱	
عملکرد سازمانی	۰/۷۰۹**		۰/۶۲۰**	۱
		** معناداری در سطح ۰/۰۱		
		* معناداری در سطح ۰/۰۵		

همان طور که در جدول ۳ دیده می‌شود، با توجه به اینکه سطوح معناداری کمتر از مقدار ۰/۰۰۱ محاسبه شده است، بین دو متغیر تحقیق با همدیگر همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد به طوری که با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان ادعا کرد که اثر رفتارنوآورانه بر عملکرد سازمانی ($r=0/839, P<0/001$) مثبت و معنادار است؛ بنابراین با داشتن همبستگی بین متغیر مستقل با وابسته شرایط برای انجام تحلیل مدل معادلات ساختاری مهیاست. جدول شماره ۴ برآورد هم‌خطی چندگانه را با استفاده از شاخص تحمل و عامل تورم واریانس نشان می‌دهد.

جدول ۴. برآورد هم‌خطی چندگانه با استفاده از شاخص تحمل و عامل تورم واریانس

متغیرها	شاخص‌های هم‌خطی چندگانه	
	شاخص تحمل	عامل تورم واریانس
رفتارنوآورانه	۰/۷۰۱	۱/۴۲۷
عملکرد سازمانی	۰/۷۷۳	۱/۳۹۴

برای اجرای مدل‌سازی معادلات ساختاری توجه به تعدادی پیش‌فرض اساسی حائز اهمیت است که در پژوهش حاضر پیش‌فرض‌های حجم بهینه نمونه، داده‌های پرت چندمتغیره، نرمال بودن چندمتغیره و هم‌خطی چندگانه مد نظر قرار گرفته شد. بر حسب مقادیر برآورد شده در جدول ۴ (مقدار شاخص تحمل بیش از ۰/۴۰ و مقدار شاخص تورم واریانس کمتر از ۲/۵) می‌توان گفت که هم‌خطی چندگانه مربوط به متغیرهای مستقل پژوهش در وضعیت نامطلوبی قرار ندارد؛ بنابراین پیش‌فرض عدم هم‌خطی چندگانه در مورد این متغیرها برقرار است. در این پژوهش برای بررسی برقراری یا عدم برقراری نرمال بودن چندمتغیره از مقدار ضریب مردیا و نسبت بحرانی مربوط به این ضریب استفاده گردید. با توجه به مقدار ضریب مردیا در پژوهش حاضر پیش‌فرض نرمال بودن چند متغیره در اکثریت موارد تأیید و در مواردی جزئی نقض گردید. ضمن بزرگ بودن حجم نمونه به دلیل نقض این پیش‌فرض در کنار برآورد حداکثر درست‌نمایی، از برآورد خودگردان به دلیل وابسته نبودن این نوع برآورد به پیش‌فرض نرمال بودن چندمتغیره در برآورد پارامترهای آزاد و مقایسه با برآورد حداکثر درست‌نمایی استفاده گردید.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی در حالت معناداری

در شکل شماره ۲ مدل ساختاری اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی در حالت معناداری ارائه شده است. با استناد به شکل ۲ که خروجی نهایی نرم افزار اسمارت پیالاس است مدل ارائه شده که خود از دو بخش مدل اندازه گیری و مدل معادله ساختاری تشکیل شده است، اعتبار لازم را دارد. به این دلیل اینکه مقادیر معناداری که بعضاً به آن آماره t یا مقدار z نیز گفته می-شود، از عدد مبنای ۱٫۹۶ بیشتر است. مادامی که مقدار برآورد شده از مقدار مبنای تعیین شده بیشتر باشد مدل در هر دو سطح اعتبار لازم را دارد و ادامه تفسیر نتایج آن نیاز به هیچ گونه تغییری در ساختاری مدل ایجاد نمی کند

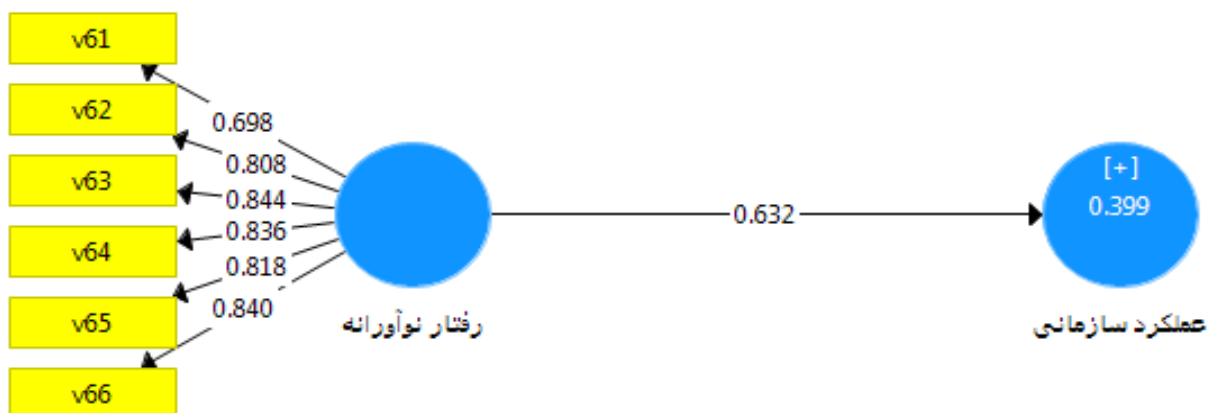
در جدول شماره ۵ شاخصهای ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی ارائه شده است.

جدول ۵. شاخصهای ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی شاخص

متغیر میانگین واریانس استخراج شده پایایی ترکیبی شاخص رهوی آلفای کرونباخ شاخص اشتراک شاخص افزونگی رفتار نوآورانه ۰/۶۵۴ ۰/۹۱۹ ۰/۹۰۰ ۰/۸۹۴ ۰/۵۰۷ - عملکرد سازمانی ۰/۶۴۲ ۰/۹۷۶ ۰/۹۷۵ ۰/۹۷۴ ۰/۶۰۷ ۰/۲۴۴

شاخص های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص هادر مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط دادههای پژوهش حمایت می-شوند؛ به عبارت دیگر برازش دادهها به مدل برقرار است و همگی شاخص هادلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

در شکل شماره ۳ مدل ساختاری اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی در حالت استاندارد ارائه شده است.



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی در حالت استاندارد

در جدول شماره ۶ برآورد مسیر اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی ارائه شده است.

سازمانی عملکرد بر جدول ۶: برآورد مسیر اثر رفتار نوآورانه

P. Value	ضریب تعیین		متغیر وابسته	مسیر	متغیر مستقل
	برآورد	استاندارد			
۰/۰۰۱	۲۱/۸۳۱	۰/۶۳۲	۰/۳۹۹	سازمانی عملکرد	رفتارنو آورانه

مقادیر برآورد شده در جدول ۶ بیانگر آن است که متغیر رفتار نوآورانه در مجموع ۳۹٪ از واریانس عملکرد سازمانی را تبیین می‌کند، با توجه به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار متوسط برآورد می‌شود؛ به عبارت دیگر متغیر رفتارنوآورانه در حد متوسط توان تبیین واریانس عملکرد سازمانی را دارد. بر این اساس، متغیر رفتار نوآورانه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد ($P \leq 0/05$)؛ بنابراین این فرضیه که رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان تأثیر دارد، تأیید می‌شود. در جدول شماره ۷ شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری شامل شاخص‌های برازش، شاخص‌های برازش مطلق و شاخص‌های برازش مقتصد ارائه شده است.

جدول ۷. شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

شاخص‌ها	نام شاخص	اختصار	مدل نهایی	برازش قابل قبول
شاخص‌های برازش	نیکویی برازش	GFI	۰/۹۷	بزرگتر از ۰/۹۰
	نیکویی برازش اصلاح شده	AGFI	۰/۹۳	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش هنجار شده	NFI	۰/۹۸	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۹	بزرگتر از ۰/۹۰
شاخص‌های برازش مطلق	برازش نسبی	RFI	۰/۹۷	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش افزایشی	IFI	۰/۹۹	بزرگتر از ۰/۹۰
	برازش مقتصد هنجار شده	PNFI	۰/۵۹	بزرگتر از ۰/۵۰
شاخص‌های برازش مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	RMSEA	۰/۰۶	کمتر از ۰/۱۰
	نسبت کای‌اسکور به درجه آزادی	CMIN/df	۲/۳۸۵	مقدار بین ۱ تا ۳

مقادیر برآورد شده در جدول ۷ نشان می‌دهد که شاخص‌های کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر آن است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شود؛ به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار است و همگی شاخص‌ها بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دلالت دارند. در جدول شماره ۸ برآورد اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی شامل مسیر، ضریب مسیر، نسبت بحرانی، سطح معناداری و نتیجه آزمون ارائه شده است.

جدول ۸. برآورد اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی

مسیر	ضریب	نسبت	سطح	نتیجه
	مسیر	بحرانی	معناداری	
رفتارنو آورانه --- عملکرد سازمانی	۰/۶۴۴	۶/۵۲۰	۰/۰۰۱	تایید

نتایج جدول ۷ بیانگر آن است که رفتارنو آورانه با ضریب ۰/۶۴ اثر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر تبیین جامعه‌شناختی اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی در میان کارکنان ادارات کل بود و ۳۸۴ نفر از کارکنان به پرسشنامه تحقیق پاسخ دادند. نتیجه تحقیق حاضر بیانگر آن بود که رفتار نوآورانه اثر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی ($644/0 = P$) $0/001$ دارد؛ یعنی با افزایش رفتارنوآورانه، عملکرد کارکنان نیز با شدت متوسط افزایش می‌یابد. این نتیجه با نتیجه تحقیقات انجام شده توسط پوردوود و همکاران (۱۴۰۲)، عمرانی کادیجانی و عباسی (۱۴۰۱)، دهقانی سلطانی و همکاران (۱۳۹۸)، عبدالله و لنگ (۲۰۲۱) و و مر و کوینگسر (۲۰۱۶) همسوست.

در تبیین فرضیه تحقیق میتوان گفت با توجه به اقتضائات زمان، ظرفیتها و فضای آگاه جامعه در فرایند رشد، استانداردهای توسعه پایدار و پیشرفت کشور، افزایش رقابت پذیری و بهبود کیفیت و استانداردهای زندگی، توسعه منابع انسانی به خصوص نیروی انسانی متخصص و توسعه اجتماعی امری اجتنابناپذیر است. همچنین تعیین اولویتها در ورزش با توجه به مزیتها، ظرفیتها و نیازهای کشور، تکمیل زیر ساختها، افزایش نقش و مشارکت بخشهای غیردولتی در حوزه ورزش، توسعه و تقویت شبکه های ارتباطات ملی و فراملی میان خدمات وزارت ورزش و ادارات کل ورزش و جوانان، گسترش همکاری و تعامل فعال و الهامبخش و حمایت از تولید و صادرات محصولات ورزشی و ایجاد سرمایه های فکری در میان کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان نشانه حرکت جهادی به سوی نوآوری و تحول با بهره گیری از اقتصاد و ابتکار نیروی انسانی در امر ورزش است؛ ازاینرو باید گفت داشتن نوآوری و خلاقیت در سازمانهای ورزشی می تواند بستر به وجود آمده از طریق فراموشی سازمانی را به سوی افزایش عملکرد سازمانی سوق دهد و فضای به وجود آمده را با بهترین دانش و ایده ها تکمیل نماید و از این طریق سازمان را به سمت موفقیت و عملکرد بهتر هدایت کند. رفتار نوآورانه به معنی ایجاد، ترویج، اجرا و تحقق ایده های خلاقانه است. رفتار نوآورانه کارکنان به سهم آنان در توسعه نوآوری های سازمانی اشاره دارد؛ این رفتار نه فقط باید فرایندهای ذهنی تولید ایده های جدید را توصیف کند، بلکه باید به معرفی و به کارگیری ایده های جدید با هدف بهبود عملکرد سازمانی نیز بپردازد (دهقان سلطانی و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین باید با برنامه ریزی دقیق در ورزش و تربیت نیروی انسانی متخصص و ماهر برای افزایش بهره‌وری و استفاده بهینه از سرمایه های موجود در ادارات ورزش و جوانان تلاش نموده و بیش از پیش باعث شکوفایی فعالیتهای کارکنان وزارت ورزش و جوانان شد. وزارت ورزش برای حفظ پویای خود نیازمند برنامه ریزی های توسعه‌ای و راهبردی، عملکرد نوآورانه، بهبود فرایندها و کنترل مستمر کمی و کیفی است و تحقق این امر نیازمند اطلاعات واقعی و دقیق است. چنین عملکرد نوآورانه‌های همان استعداد خلاق کارکنان است و اگر مدل‌های نوآوری مورد توجه قرار گیرد قطعاً عملکرد ادارات کل ورزش و جوانان بسیار بهبود خواهد یافت. با توجه به اهمیت موضوع اثر رفتار نوآورانه بر عملکرد سازمانی کارکنان و برای افزایش رفتار نوآورانه در میان کارکنان سازمانهای ورزشی پیشنهاد می شود، مدیران با استفاده از رهبری تحولات فرین و فراهم نمودن امکان افزایش دانش کارکنان، زمینه بروز خلاقیت و ایده های جدید را در میان آنان فراهم آورند و با اجرای اقداماتی همچون نوآوری در روش پاسخگویی به ارباب رجوع، نوآوری در استفاده از فناوری و شبکه های اجتماعی و نوآوری در چگونگی برقراری ارتباط کارکنان با مراجعین و همکاران خود، باعث بهبود عملکرد سازمان شوند. کارکنانی که دارای ایده های نو و جدیدند، به طور ثابت در یک قسمت مشغول به کار نباشند و در بازه های زمانی در سایر واحدهای سازمان جابه‌جا شوند تا بتوان از ایده های آنان در موضوعات مختلف استفاده نمود و باعث بهبود عملکرد سازمان شوند و البته مورد حمایت قرار گیرند. ماز سوی دیگر مدیران میتوانند با برگزاری جلسات هم اندیشی، مزایای ارائه ایده های جدید و معایب خدمات قدیم را برای کارکنان بازگو نموده و کارکنان را به ارائه خدمات جدید تشویق نمایند. مدیران ادارات کل ورزش و جوانان در راستای پشتیبانی از تصمیم گیری های سازمانی از فناوری اطلاعات استفاده نمایند و در تصمیم گیری های مهم تحلیل کاملی انجام دهند تا بتوانند عملکرد سازمان را ارتقا دهند. مدیران کل ورزش و جوانان استانها سعی کنند در ارائه خدمات جدید پیشتاز باشند و برای جلب رضایت ارباب رجوع یک فضای رقابتی را ایجاد نمایند. در نهایت با توجه به اینکه امروزه دانش و اطلاعات یک عامل اساسی در بهبود عملکرد کارکنان است، سازمانهای ورزشی برای ارتقای عملکرد خود باید مدیریت دانش را در گسترش رفتارهای نوآورانه استفاده نمایند.

تقدیر و تشکر

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می شود.

References

- Abdullah, S. (2021). Intellectual capital, female manager innovative behavior and catering business performance. *Journal Manajemen*, 25(1), 39-55.
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 123–167.
- Anderson, N., De Dreu, C. K. W., & Nijstad, B. A. (2004). The routinization of innovation research: a constructively critical review of the state-of-the-science. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 147–173. doi:10.1002/job.236.
- Armstrong, M. (2015). *Key Strategic Performance Management and Practical Guide*. Translation by Safari, S. Jihad Academic Press.
- Axtell, C. M., Holman, D. J., Unsworth, K. L., Wall, T. D., Waterson, P. E., & Harrington, E. (2000). Shopfloor innovation: Facilitating the suggestion and implementation of ideas. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 265–285. doi:10.1348/096317900167029.
- Basadur, M. (2004). Leading others to think innovatively together: Creative leadership. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 103–121. doi: 10.1016/j.leaqua.2003.12.007.
- Dehghani, M. S., Mosahebi, M., & Aghebi, F. G. (2020). The effect of innovative behavior on organizational performance by unveiling the role of intellectual capital, opportunism, and competitive advantage in the hotel management industry. *Journal of Tourism & Development*, 9(3), 263-277.
- Dörner, N. (2012). *Innovative Work Behavior: The Roles of Employee Expectations and Effects on Job Performance*. University of St. Gallen.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.
- Farr, J. L., & Ford, C. M. (1990). *Individual Innovation*.
- Fuller, J. B., Marler, L. E., & Hester, K. (2006). Promoting felt responsibility for constructive change and proactive behavior: Exploring aspects of an elaborated model of work design. *Journal of Organizational Behavior*, 27, 1089–1120. doi:10.1002/job.408.
- Howell, J., Shea, C., & Higgins, C. (2005). Champions of product innovations: Defining, developing, and validating a measure of champion behavior. *Journal of Business Venturing*, 20(5), 641–661. doi: 10.1016/j.jbusvent.2004.06.001.
- Imai, M. (1986). *Kaizen: The Key to Japan's Competitive Success*. Becoming lean Inside stories of US manufacturers (p. 260).
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287–302. doi:10.1348/096317900167038.
- Jong, J. P. J. De, & Hartog, D. N. Den. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10, 41–64. doi:10.1108/14601060710720546.
- Jong, J. D., & Hartog, D. D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19, 23–36. doi:10.1111/j.1467-8691.2010.00547. x.
- Kanter, R. M. (1998). When A thousand flowers bloom: Conditions for innovation in. *Research in Organizational Behavior*, 10, 169–211.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296.
- Miron, E., Erez, M., & Naveh, E. (2004). Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other? *Journal of Organizational Behavior*, 25, 175–199. doi:10.1002/job.237.
- Mura, M., Lettieri, E., Radaelli, G., & Spiller, N. (2013). Promoting professionals' innovative behaviour through knowledge sharing: The moderating role of social capital. *Journal of Knowledge Management*, 17(4), 527–544. doi:10.1108/JKM-03-2013-0105.

- Omrani Kadijani, S., & Agha Abbasi, M. (2022). The effect of innovative behavior on organizational performance mediated by communication skills (Case study: Cafe Bazaar). *Journal of Management Science Research, 1*, 283-301. (Persian)
- Organ, D. W., Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & MacKenzie, S. B. (2006). *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents, and Consequences*. SAGE. Retrieved from <http://books.google.com/books?id=chbOCYIj9soC&pgis=1>
- Pourdavood, M., & Aqiqi, A. (2023). The effect of humble leadership on organizational performance with the mediating role of psychological empowerment and innovative work behavior. *17th International Conference on Management, Economy and Development*. (Persian)
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal, 37*, 580–607. doi:10.2307/256701.
- Shane, S. A. (1994). Are champions different from non-champions? *Journal of Business Venturing, 9*(5), 397–421. doi:10.1016/0883-9026(94)90014-0.
- Shane, S. A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing. Retrieved from.
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 23*, 11–27. doi:10.1007/3-540-48543-0_4.
- Ven, A. H. Van De. (1986). Central problems in the management of innovation central problems in the management of innovation. *Management Science, 32*, 590–607.
- Wemmer, F., & Koenigstorfer, J. (2016). Open innovation in nonprofit sports clubs. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 27*(4), 1923-1949.
- West, M. A. (1990). The social psychology of innovation in groups. In *Innovation and Creativity at Work Psychological and organizational Strategies, Vol. Innovation*, 309–333.
- West, M. A. (2002). Sparkling fountains or stagnant ponds: An integrative model of creativity and innovation implementation in work groups. *Applied Psychology, 51*(3), 355–387. doi:10.1111/1464-0597.00951.
- Winand, M., Vos, S., Claessens, M., Thibaut, E., & Scheerder, J. (2014). A unified model of non-profit sport organizations performance: Perspectives from the literature. *Managing leisure, 19*(2), 121-150.