

# بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه و تجربه بر تر مشتریان بر عملکرد باشگاه های ورزشی خصوصی استان گیلان با میانجی استراتژی تمایز

سیاوش خداپرست<sup>۱</sup>، رقیه عبدی پور ایزدی<sup>۲</sup>

۱- گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، واحد لاهیجان، دانشگاه آزاد اسلامی، لاهیجان، ایران (نویسنده مسئول)

۲- گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، مرکز سیاهکل، دانشگاه آزاد اسلامی، سیاهکل، ایران

## چکیده

مقدمه : گرایش کارآفرینانه و اجرای آن بر رضایت و تجربه مصرفی مشتریان تأثیر می گذارد. گرایش کارآفرینانه منجر به افزایش توانایی شرکت در جمع آوری اطلاعات بازار و آگاهی از نیازهای مشتریان می شود. استفاده از خلاقیت ها و فرصت های جدید در بازار باعث می شود تا شرکت ها بتوانند نیازهای آتی را پیش بینی نمایند. پیشگامی سازمان باعث می شود که بر مشتریان و رقبا تمرکز داشته باشد. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه و تجربه بر تر مشتریان بر عملکرد باشگاه های ورزشی خصوصی استان گیلان با میانجی استراتژی تمایز بود.

روش تحقیق: روش پژوهش از نظر ماهیت توصیفی، از نظر هدف کاربردی و از نظر روش اجرا میدانی بود. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مربیان و مدیران باشگاه های ورزشی خصوصی استان گیلان بود. نمونه آماری با توجه به جدول مورگان ۳۸۴ نفر انتخاب گردید ولی به دلیل احتمال ریز در برگرداندن پرسشنامه ها، تعداد تا لحظه تحلیل داده ها ۴۰۰ نفر جواب دادند اما ۳۸۴ نفر آنان کامل پاسخ داده بودند که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. ابزار پژوهش این پرسشنامه شامل دو بخش بود، بخش اول، شامل پرسش های جمعیت شناختی بوده و بخش دوم پرسشنامه شامل پرسشنامه تجربه بر تر مصرفی یوشیدا و ناکازاوا (۲۰۱۶)، پرسشنامه گرایش کارآفرینانه لامپکین و همکاران (۲۰۰۹)، پرسشنامه استراتژی تمایز (۱۱ سؤال)؛ باقر پور و همکاران (۱۳۹۲) و عملکرد کسب و کار (۹ سؤال) (بای و چانگ، ۲۰۱۵؛ تورکر، ۲۰۰۹) بود. پرسشنامه در مرحله اول برای تعیین روایی در اختیار اساتید مدیریت ورزشی (۴ نفر) و مربیان ورزشی (۶ نفر) قرار گرفت و برای تعیین پایایی پرسشنامه نیز از آلفای کرونباخ استفاده شد. روش های آماری و تجزیه و تحلیل داده ها با توجه به نوع پژوهش، اهداف و فرضیه های پژوهش به شرح زیر است:

➤ توصیف یافته ها و دسته بندی اطلاعات با استفاده از آمار توصیفی (نرم افزار SPSS<sup>۱</sup>)

➤ تعیین پایایی پرسشنامه ها با روش آلفای کرونباخ<sup>۲</sup> (نرم افزار SPSS)

<sup>۱</sup> . Statistical package for social science

<sup>۲</sup> .Cronbach's alpha

➤ بررسی توزیع داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف<sup>۳</sup> (نرم افزار SPSS<sup>۲۳</sup>)

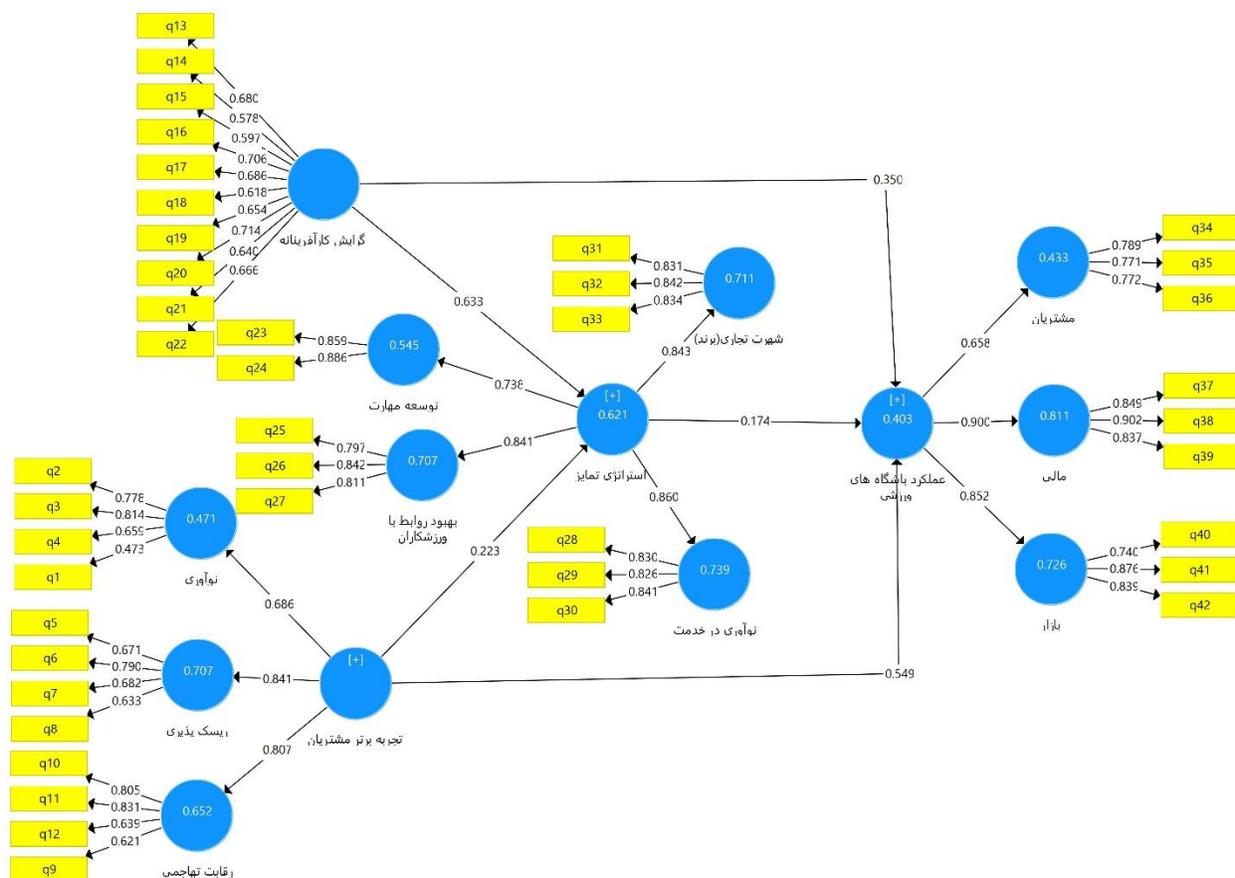
یافته ها: بررسی تاثیر عوامل اثر گذار بر حامی مالی با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (نرم افزار PLS<sup>۳</sup>) نتایج نشان داد که گرایش کارآفرینانه بر استراتژی تمایز و عملکرد کسب و کار ورزشی اثر معنی داری داشت. تجربه برتر مشتریان بر استراتژی تمایز و عملکرد کسب و کار ورزشی اثر معنی داری داشت. استراتژی تمایز اثر معنی داری بر عملکرد کسب و کار ورزشی دارد. یافته ها حاکی از آن است که مدیران اداره باشگاه های ورزشی خصوصی استان گیلان بر گرایش داشتن به کارآفرینی توجه بیشتری داشته تا عملکرد کسب و کار باشگاه خود را بهبود دهند.

جدول ۱. ضرایب شاخص R Square متغیر های درون زای مدل

R Square	مولفه
برون زا	گرایش کارآفرینانه
برون زا	تجربه برتر مصرف
۰/۶۲	استراتژی تمایز
۰/۴۰	عملکرد کسب و کار

جدول (۱) نشان می دهد که میزان  $R^2$  بیشتر متغیرهای پژوهش بالاتر از ۰/۳۳ هستند. این بدین معنی است که مدل ساختاری پژوهش دارای برازش متوسط است.

<sup>۳</sup> Kolmogorov-Smirnov



شکل ۱. ضرایب شاخص R Square متغیرهای درون زای مدل

نتیجه گیری: امروزه با افزایش پیچیدگی سازمان ها، پویایی محیط و رقابت بازار، ضرورت پرداختن به عملکرد بیش از پیش در سازمان ها احساس می شود. باشگاه ها نیز مانند سایر سازمان ها در ایران برای ارائه خدمات متنوع تر، سریع تر و مدرن تر و امکان رقابت و ادامه حیات در موج گسترده اطلاع رسانی و توسعه خدمات ورزشی نیازمند ارزیابی عملکرد مستمر باشگاه خود هستند. بنابراین آنان می توانند با نوآوری و ایجاد تمایز نسبت به رقبا عملکرد خوب تری را داشته باشند.

کلمات کلیدی: گرایش کارآفرینانه، تجربه برتر مشتریان، عملکرد باشگاه های ورزشی، استراتژی تمایز

### منابع

- ۱) Shah, S. Z. A., & Ahmad, M. (۲۰۱۹). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.
- ۲) Suryanto, T., & Anggraini, E. (۲۰۲۰). Comparing Cost Leadership Strategy with Differentiation Strategy towards Firm Performance on Jakarta Islamic Index. *The Winners*, 21(۱).
- ۳) Yoshida, M., Nakazawa, M (۲۰۲۳)., "Innovative Sport Consumption Experience: An Empirical Test in Spectator and Participant Sports", *Journal of Applied Sport Management*, ۸(۱).

**Investigating the effect of entrepreneurial orientation and superior customer experience on the performance of private sports clubs in Gilan province with the mediation of differentiation strategy**

**Siavash khodaparast <sup>١</sup>, Roghayeh abdipour eizadi<sup>٢</sup>**

١. Department of Physical Education and Sports Sciences, Lahijan Branch,  
Islamic Azad University, Lahijan, Iran (corresponding author)

٢. Department of Physical Education and Sports Sciences, Siahkal Center,  
Islamic Azad University, Siahkal, Iran

**Abstract**

**Introduction:** Entrepreneurial orientation and its implementation affect the satisfaction and consumption experience of customers. Entrepreneurial orientation leads to an increase in the company's ability to collect market information and to know the needs of customers. Using creativity and new opportunities in the market allows companies to anticipate future needs. Pioneering the organization makes it focus on customers and competitors. The purpose of this research was to investigate the effect of entrepreneurial orientation and superior customer experience on the performance of private sports clubs in Gilan province with the mediation of differentiation strategy.

**Methodology:** The research method was descriptive in nature, practical in terms of purpose, and field implementation in terms of method. The statistical population of this research included all coaches and managers of private sports clubs in Gilan province. A statistical sample of ٣٨٤ people was selected according to Morgan's table. The research tool of this questionnaire included two parts, the first part included demographic questions and the second part of the questionnaire included the superior experience questionnaire, entrepreneurial tendency questionnaire, differentiation strategy questionnaire and business performance questionnaire. In the first stage, the questionnaire was given to sports management professors (٤ people) and sports coaches (٦ people) to determine validity, and Cronbach's alpha was used to determine the reliability of the questionnaire.

**Findings:** Investigating the impact of influencing factors on financial sponsors using structural equation modeling (PLS<sup>٢</sup> software), the results showed that entrepreneurial orientation had a significant effect on differentiation strategy and sports business performance. The superior customer experience had a significant effect on the differentiation strategy and performance of the sports business. Differentiation strategy has a significant effect on sports business performance. The findings indicate that the managers of private sports clubs in Gilan province paid more attention to tending to entrepreneurship in order to improve the business performance of their clubs.

Table ۱. R Square index coefficients of endogenous variables of the model

R Square	Component
exogenous	Entrepreneurial orientation
exogenous	Superior consumption experience
۰.۶۲	Differentiation strategy
۰.۴۰	Business Performance

Table (۱) shows that the  $R^2$  value of most research variables is higher than ۰,۳۳. This means that the structural model of the research has an average fit.

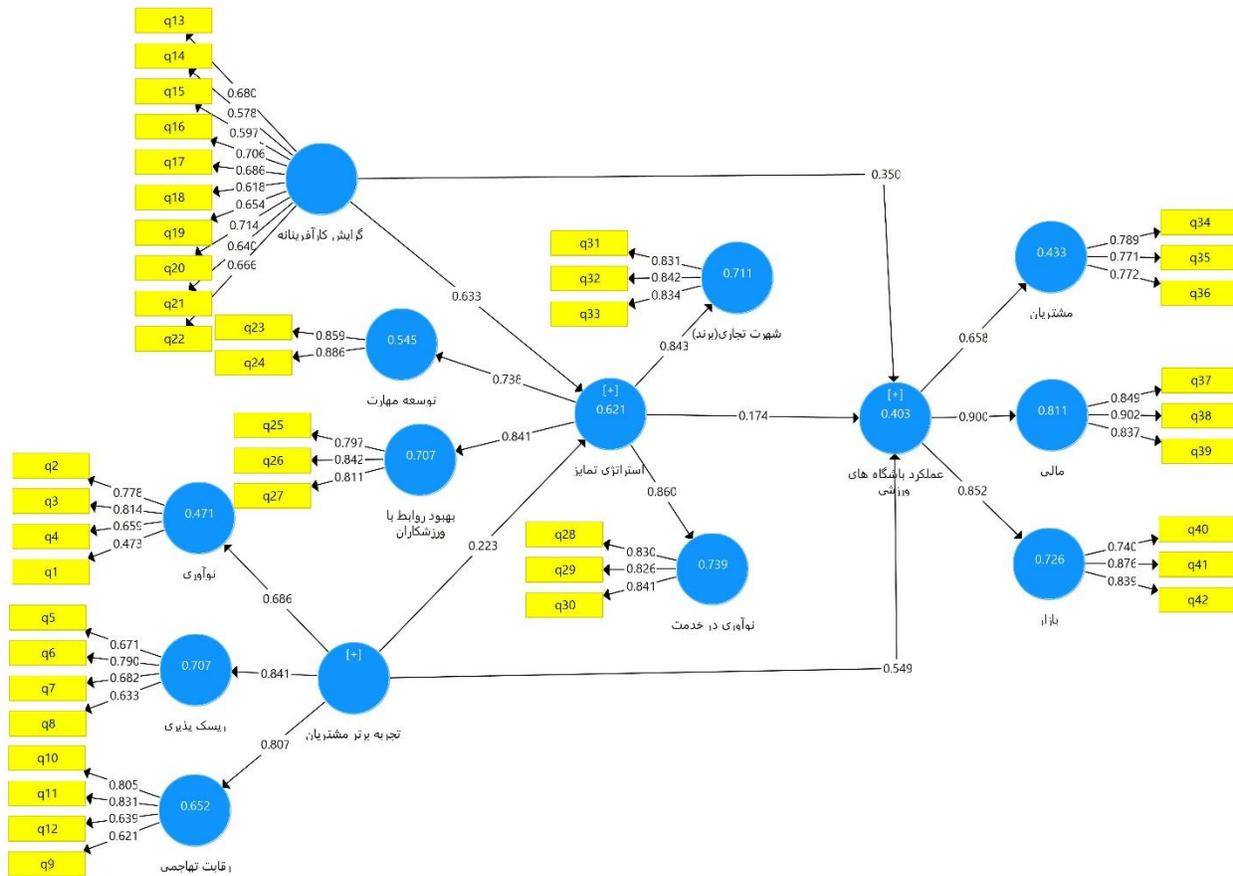


Figure ۱. R Square index coefficients of endogenous variables of the model Conclusions

**Conclusion:** Nowadays, with the increasing complexity of organizations, the dynamism of the environment and market competition, the need to deal with the performance of organizations is felt more and more. Clubs, like other organizations in Iran, need to continuously evaluate their club's performance in order to provide more diverse, faster and more modern services and to be able to compete and survive in the wide wave of information and development of sports services. Therefore, they can perform better than their competitors by innovating and creating differentiation.

**Keywords:** entrepreneurial orientation, superior customer experience, performance of sports clubs, differentiation strategy

### References

- ۱) Shah, S. Z. A., & Ahmad, M. (۲۰۱۹). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises. *Competitiveness Review: An International Business Journal*.
- ۲) Suryanto, T., & Anggraini, E. (۲۰۲۰). Comparing Cost Leadership Strategy with Differentiation Strategy towards Firm Performance on Jakarta Islamic Index. *The Winners*, 21(۱).
- ۳) Yoshida, M., Nakazawa, M (۲۰۲۳)., "Innovative Sport Consumption Experience: An Empirical Test in Spectator and Participant Sports", *Journal of Applied Sport Management*, ۸(۱).