

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت نوآوری در ورزش

مؤلف: ونسا رتن

ترجمان:

دکتر هاشم کوهپای

جواد فسنگری

دکتر محمدرضا معین فرد

فهرست مطالب

فصل اول- مدیریت نوآوری در ورزش : یک مرور کلی	۱۱
فصل دوم- خلاقیت و نوآوری	۴۲
فصل سوم- رهبری تحول گرا	۷۱
فصل چهارم - بازاریابی نوآورانه	۹۵
فصل پنجم- فرهنگ، اجتماع و نوآوری پایدار	۱۲۵
فصل ششم- نوآوری در	۱۴۵
فصل هفتم- کارآفرینی به ازمانی	۱۶۵
فصل هشتم- نوآوری در فناوری	۱۹۷
فصل نهم- جهت گیری آینده برای مدیریت نوآوری در ورزش	۱۳۹
واژه نامه	۲۴۹

پیشگفتار:

ورزش و نوآوری دو مفهومی هستند که به طور عمیق در بسیاری از جنبه‌های زندگی ما چه بعنوان یک فرد و چه بعنوان جامعه بزرگ ریشه دارند. این دو مفهوم در مقایسه با بسیاری از مفاهیم مدرن از جمله، راهبرد، مدل‌های کسب‌وکار، رهبری، بازاریابی و پایداری، باصراحت بیشتر این موضوع را نشان می‌دهند که ما بعنوان یک فرد یا جامعه دچار توسعه‌یافتگی شده‌ایم. نوآوری بطور گسترده، بعنوان اساس هر چیزی که امروزه معمولی و طبیعی به نظر می‌رسد، تعریف می‌شود. البته در برخی موارد مردم فناوری‌هایی از جمله چرخ‌ها، روشنایی، پمپ‌ها و همچنین بسیاری از مفاهیم سازمانی از جمله دانشگاه‌ها و دولت‌ها را هم اختراع کرده‌اند که به این مفاهیم امروزه نیز رایج می‌باشند.

با برگشت به دوران سومر، چین، مصر و یونان باستان می‌توان به این موضوع پی برد که ورزش نقش مهمی را در شکل‌گیری تمدن‌های مهم جامعه بازی کرده است. در عصر حاضر ورزش نقش مهمی را در نحوه‌ی گذراندن اوقات فراغت مردم بازی می‌کند و یک قسمت بسیار گسترده‌ای از زندگی مردم را تحت تاثیر قرار داده‌است - کلمه ورزش در این کتاب برگرفته شده از اصطلاح قدیمی Desporter در زبان فرانسوی می‌باشد، که در اینجا به عنوان اوقات فراغت ترجمه شده است. ورزش و نوآوری، هر دو به لحاظ مفهومی و هم به لحاظ عملکردی دارای شباهت‌های زیادی با یکدیگر هستند که همین امر باعث متصل کردن این دو مفهوم به یکدیگر شده است. البته این بدین معنی نیست که تمامی نوآوری‌هایی که ورزش‌ها را شکل داده‌اند؛ به همان شکلی بوده‌اند که امروزه در حال حاضر از آن‌ها استفاده

می‌کنیم. تمامی مصنوعات مورد استفاده در ورزش و حتی خود رویدادهای ورزشی که ما در حال حاضر از آن‌ها استفاده می‌کنیم در زمانی اختراع و به مرحله‌ی اجرا درآمده‌اند. این امر تمامی جنبه‌های مختلف ورزش، از جمله ویژگی‌های فیزیکی، قوانین، سازمان‌های ورزش و غیره را دربرمی‌گیرد. دخالت نوآوری در تمامی جنبه‌های ورزش، همانند نوعی مدیریت ضمنی و آشکار است؛ و اینکه آیا نوآوری در ورزش موفق بوده است یا با شکست مواجه شده

است در این کتاب از اهمیت بسیار زیادی برخوردار می‌باشد، چرا که نکته برجسته این کتاب حساسیت بر روی موضوع مدیریت نوآوری در ورزش می‌باشد.

مدیریت نوآوری در ورزش در یک جمله کوتاه بدین معنی است که چگونه با استفاده از نوآوری می‌توان به گونه‌ای ورزش را مدیریت کرد که عملکردها بهبود بخشیده شود؛ که در این زمینه، ورزش را باید در سطوح مختلف و از دیدگاه‌های مختلف مورد توجه قرار داد. این موضوع از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، زیرا که با استفاده از نوآوری، دستیابی به اهداف سخت در ورزش امکان‌پذیرتر می‌شود. برای این موضوع ممکن است چندین توضیح وجود داشته باشد، از جمله این که در ورزش معمولاً هزینه شکست بسیار بالا می‌باشد، و یا اینکه ممکن است برخی قوانین و مقررات وجود داشته باشند که مانع از کسب تجربه و رفتارهای خاسانه می‌شوند. اما در عین حال، ورزش‌ها را می‌توان با اضافه کردن برخی عملکردها و ارزیابی‌های مبتنی بر مدت رقابتی‌تر کرد، که در این شرایط می‌توان از نوآوری برای تشخیص تفاوت بین برنده و بازنده استفاده کرد.

آن چیزی که من شخصاً در مورد ورزش دوست دارم، این است که اغلب روحیه کارآفرینی را در سطوح مختلف ایجاد می‌کنند. بدین ترتیب برای من بحث در مورد نوآوری‌های ورزشی و افرادی که نوآوران و کارآفرینان این حوزه هستند بسیار الهام بخش می‌باشد. حال اجازه دهید که من یک مثال از کشور خودم بزنم که به طور معمول در برخی از ورزش‌ها بالاتر است) و از ورزش مورد علاقه‌ی خودم بعنوان مثال استفاده کنم. (اگرچه می‌توانیم با استفاده از برخی از نوآوری‌ها به آن سطحی که احساس می‌کنیم به آن تعلق داریم، برسیم). روزی من با مایکل پیترز بحث خوبی داشتم، او نه تنها یکی از هم‌انتهایی‌های سابق من بود، بلکه یک مدیر نوآور نیز بود، که در حال حاضر بعنوان یک کارآفرین شناخته می‌شود.

البته شاید بتوان آن را نیز بعنوان یکی از کارآفرینان ورزش نیز شناخت. او بعنوان یکی از رؤسای سابق باشگاه پی.اس.وی آینده‌وون، تأثیرات قابل توجهی بر روی آن باشگاه گذاشت. او در آنجا روش‌های جدید را برای کار در آن باشگاه؛ با استفاده از نمونه‌های خاصی از تجزیه و تحلیل داده‌ها برای پیشگام بودن معرفی کرد. در واقع او از داده‌های GPS و تجزیه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی، برای تحلیل فیزیکی و تاکتیکی و ادغام آن با برنامه‌های توسعه فووتسال جوانان باشگاه استفاده کرد. بدین ترتیب نشان داد که باشگاه‌های نسبتاً کوچک نیز (با گردش مالی ۳ میلیون یورو در فصل ۲۰۱۷-۲۰۱۶) می‌توانند از آخرین نوآوری‌ها در صنعت ورزش استفاده کنند. او بعنوان یک متخصص مدیریت نوآوری در ورزش به من گفت، با توجه به اینکه بسیاری از مدیران فنی و مربیان (جوان) هنوز از این

امکانات اخیر مربوط به پیشرفت‌های فنی، آگاهی نداشته‌اند، برنامه‌های توسعه مدیریت را بعنوان یک موضوع کلیدی برای مدیریت موفقیت آمیز نوآوری‌های ورزش، در نظر گرفته است. او با توجه به تجربه خودش، تاکید زیادی بر ملزم بودن ورود روش‌های نوآور به سازمان‌های ورزشی حرفه‌ای داشت. در این زمینه، برخی از نمونه‌های اخیر که می‌توان به آن‌ها اشاره کرد: مراکز نوآوری باشگاه آینده‌وون هلند، بارسلونای اسپانیا می‌باشد که باعث ایجاد دانش در بین قاره‌های مختلف و ورزش جهان شده‌اند.

در مجموع با وجود این سابقه و برخی از این نمونه‌ها، مدیریت نوآوری در ورزش بعنوان یک موضوع بسیار مهم به ذهن من رسید. در رابطه با این موضوع، اگر چه شیوه‌های خوبی برای بررسی آن وجود دارد، اما این موضوع به پتانسیل بالایی از تحقیق و توسعه نیاز دارد تا بتوان ویژگی‌های محله نوآوری در ورزش را بهتر درک کرد. در نهایت این مدیریت، با توجه به نقش برنامه‌ها، کمک به بهبود عملکرد در سطوح مختلفی مانند، فرد یا تیم، باشگاه یا سازمان و صنعت یا یک جامعه بزرگ را در سر خواهد پروراند. در این کتاب، اگر چه به بسیاری از سوالات در زمینه مدیریت نوآوری در ورزش پاسخ داده خواهد شد، اما باز هم بسیاری از سوالات مهم همچنان وجود خواهد داشت.

مارسل بوگرز

دانشیار نوآوری و کار آفرینی

دانشگاه کینهاگن

کینهاگن، دانمارک