



ISSN: 2538-6409

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

سال ششم، شماره ۲ (پیاپی ۳۰)، خرداد ۱۴۰۰، جلد دو

تجارت بین الملل و تحلیل مزیت رقابتی در چارچوب
مدل الماس پورتر
مرضیه اسعدی

تحلیل رابطه سبک های رهبری و عدالت سازمانی با
لحاظ نقش تعدیل گری بهره‌وری سازمانی؛ مورد پژوهی:
اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان
سالار هرمزپور، فثانه مقیمی، رامین حاجی امیری

بررسی و مطالعه تطبیقی پاسخگویی در نظام اداری
ایران
اسداله مهرآرا، سهیلا نیکخواه

نقش تعدیل کنندگی محیط خارجی در رابطه علی راهبرد
تولید و عملکرد صادراتی صنعت فلزات اساسی
مجتبی گودرزی، حسن ریوندی، سونیا سیری ثابت

تاثیر فناوری اطلاعات در ورزش
فاطمه متاجی نیموری، شیما نوروزیان

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه



دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال ششم، شماره ۲ (پیاپی ۳۰)، خرداد ۱۴۰۰

۳۰

SHIJ.ir

ISSN: 2538-6409

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: منیژه ملائی

زیر نظر شورای سردبیری
مدیر اجرایی: مهرداد فتحی

اعضای شورای علمی و داوری تحریریه: (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر حسنعلی آقاجانی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر مریم اخوان خرازیان، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر طیبہ امیرخانی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر فرشته امین، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر روحاله بیات، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر محمد تابان، عضو هیئت علمی دانشگاه ایلام
- دکتر مهدی حیدری، عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه
- دکتر غلامحسین خورشیدی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر هاشم زارع، عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز
- دکتر ملیحه سیاوشی، عضو هیئت علمی دانشگاه هرمزگان
- دکتر سجاد شکوه یار، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر میثم شیرخدايي، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر داود طالبی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر زینب طولابی، عضو هیئت علمی دانشگاه ایلام
- دکتر حسین عطیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر حسن فارسجانی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر حسین کاظمی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر عالیہ کاظمی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر نرگس مرادخانی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر محمدمهدی مظفری، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر سیدرضا میرعسکری، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر عباس نرگسیان، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر علی یاسینی، عضو هیئت علمی دانشگاه ایلام

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه مدیریت می‌پردازد. از این‌رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.ASMD.ir در برابرتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند. برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

محورها و موضوعات پذیرش مقاله:

- مدیریت دولتی
- مدیریت بازرگانی
- مدیریت صنعتی
- مدیریت مالی
- مدیریت بیمه
- مدیریت گردشگری
- مدیریت فناوری اطلاعات
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت توسعه
- مدیریت MBA، اجرایی و شهری
- کارآفرینی و مدیریت کسب و کار
- مدیریت دانش و مطالعات میان رشته‌ای

نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبجانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۴۳۹۵۳۵۹۵
www.ASMD.ir
Shij.journals@gmail.com

چاپ

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۸۴۰۷۹۲
نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ امتیازی اول، کوچه ۲۸، پلاک ۳۹۳

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	تجارت بین‌الملل و تحلیل مزیت رقابتی در چارچوب مدل الماس پورتر مرضیه اسعدی
۱۹	تحلیل رابطه سبک‌های رهبری و عدالت سازمانی با لحاظ نقش تعدیل‌گری بهره‌وری سازمانی؛ مورد پژوهی: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان سالار هرمزپور، فتانه مقیمی، رامین حاجی امیری
۳۳	بررسی و مطالعه تطبیقی پاسخگویی در نظام اداری ایران اسداله مهرآرا، سهیلا نیکخواه
۴۷	نقش تعدیل‌کنندگی محیط خارجی در رابطه علی راهبرد تولید و عملکرد صادارتی صنعت فلزات اساسی مجتبی گودرزی، حسن ریوندی، سونیا سیری ثابت
۵۷	تأثیر فناوری اطلاعات در ورزش فاطمه متاجی نیموری، شیما نوروزیان

تجارت بین الملل و تحلیل مزیت رقابتی در چارچوب مدل الماس پورتر

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۳۰

کد مقاله: ۷۶۵۷۲

مرضیه اسعدی^{*}

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رقابت تجارت بین المللی بنگاه‌ها و کشورها بر مبنای مدل‌های اقتصاد بین الملل و مقایسه آن با نظریه پورتر است. نظریه مزیت رقابتی پورتر استدلال می‌کند که کشورها مانند بنگاه‌ها در بازارهای بین المللی برای افزایش سهم خود از بازارهای جهانی در حال رقابت هستند. دو دیدگاه در مورد رقابت پذیری وجود دارد. از دیدگاه مبتنی بر اقتصاد، به نظر می‌رسد شواهد تجربی کافی برای تأیید نظریه پورتر در خصوص تعمیم پذیری رقابت بنگاه‌ها بر مبنای مزیت رقابتی به کشورها وجود ندارد. در مقابل اما دیدگاه مبتنی بر مدیریت کسب و کارها، مفهوم مزیت رقابت ملی بر مبنای نظریه پورتر در سطح بنگاه‌ها را به صورت نظری و عمومی به کشورها تعمیم داده است. این مطالعه با تحلیل نظریه‌های سنتی و نوین اقتصاد بین الملل و تئوری مزیت رقابتی ملل پورتر، استدلال می‌کند که مدل الماس پورتر نظریه جدیدی برای توضیح مزیت رقابتی کشورها نیست بلکه چارچوبی است که رقابت بین المللی بنگاه‌ها را توضیح می‌دهد. اگرچه این مدل می‌تواند چارچوب تحلیل نقش سیاست‌های تجاری دولت‌ها در بهبود رقابت پذیری بنگاه‌ها و اقتصاد کلان باشد، اما نقاط ضعفی دارد که مهم‌ترین‌ها عبارت‌اند از در نظر نگرفتن جابه‌جایی عوامل تولید از طریق شرکت‌های چندملیتی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی.

واژگان کلیدی: نظریه‌های تجارت بین الملل، مدل الماس پورتر، مزیت رقابتی، رقابت بین المللی بنگاه‌ها، شاخص رقابت پذیری جهانی.

۱- استادیار گروه مدیریت و اقتصاد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه گلستان، گرگان، m.asaadi@gu.ac.ir

در عصر حاضر همه انسان‌ها در یک اقتصاد جهانی زندگی می‌کنند و یکی از راه‌های افزایش رفاه اقتصادی، افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی است. به منظور افزایش رقابت‌پذیری، بهره‌وری عوامل و کیفیت محصولات تولیدی باید افزایش یافته و اقتصاد را باید به سمت بخش‌هایی هدایت نمود که توان ایجاد ارزش افزوده بالا داشته باشد. بهترین روش برای افزایش توان رقابتی یک کشور، ایجاد و گسترش مشارکت بین دولت و کسب و کارهاست (کروگمن^۱، ۱۹۹۴). به دلیل اهمیت بالای توان رقابتی یک اقتصاد در سطح بین‌المللی است که در گزارش‌های جهانی، کشورها بر اساس رقابت‌پذیری بین‌المللی خود رتبه‌بندی می‌شوند. اما به عقیده کروگمن (۱۹۹۴، ۱۹۹۸) این گزارش‌ها در سطح اقتصاد ملی نمی‌تواند چندان کاربردی باشد زیرا کشورها مانند بنگاه‌ها در سطح بین‌المللی با هم رقابت نمی‌کنند. کوهرل^۲ (۲۰۰۶) نیز از این عقیده حمایت می‌کند که کشورها با هم رقابت نمی‌کنند، زیرا تجارت یک بازی با حاصل جمع مثبت است و بنابراین رفاه یک کشور بر اساس سطح مطلق بهره‌وری آن کشور و نه رتبه‌بندی کشور در دنیای تجارت رقابت بین‌المللی تعیین می‌شود. زمانی که رفاه اقتصادی افزایش می‌یابد به دلیل افزایش بهره‌وری، قدرت خرید و نرخ تبدیل ارز کشور نیز در سطح بین‌المللی افزایش یافته و توان رقابت‌پذیری کشور بالا می‌رود.

در مورد نحوه سنجش و پیش‌بینی رقابت بین‌المللی کشورها اتفاق نظر وجود ندارد و یکی از موضوعات مورد بحث در فضای سیاست‌گذاری و دانشگاه‌ها است. یکی از نظریه‌های مورد بحث در حوزه مطالعات مدیریت تجارت کسب و کارها، کاربرد نظریه الماس پورتر^۳ (۱۹۹۰) است که گرچه به‌طور مشخص برای توضیح رقابت میان بنگاه‌ها در سطح خرد مطرح شده است، اما استدلال‌های وجود دارد مبنی بر اینکه رقابت میان بنگاه‌ها در سطح ملی می‌تواند به رقابت کشورها در سطح بین‌المللی نیز تعمیم یابد. به همین دلیل در نظریه‌های مدیریت برای مطالعه و بررسی تجارت بین‌الملل، یکی از کاربردی‌ترین نظریه‌ها مدل الماس پورتر (۱۹۹۰) است، اگرچه از دیدگاه اقتصادی، تمرکز نظریه پورتر بر رقابت تجاری بین‌المللی مطابق با تفکر مدل‌های اقتصادی نیست (استون و رانچود^۴، ۲۰۰۶). پنگ^۵ (۲۰۰۹) نظریه الماس پورتر را به عنوان نظریه جدیدی که می‌تواند رقابت بین‌المللی کشورها را توضیح دهد معرفی و عقیده دارد که این نظریه اولین چارچوب چندبعدی برای پیوند واقع بینانه میان بنگاه‌ها، صنایع و کشورها است، درحالی‌که نظریه‌های قبلی ارتباطات تجاری را تک‌بعدی بررسی می‌کند. هیل^۶ (۲۰۰۹) در مقابل استدلال می‌کند که اگرچه بسیاری از نظریه‌ها به لحاظ مبانی نظری صحیح هستند اما اعتبار و کارایی آن‌ها وابسته به تأیید پس از مطالعات تجربی است. به دلیل فقدان مطالعات کاربردی برای اعتبارسنجی نظریه پورتر در رقابت‌های بین‌المللی، این نظریه در متون درسی اقتصاد بین‌الملل به‌طور وسیع و همه‌جانبه مورد بحث قرار نگرفته است.

به منظور درک این مسئله که چرا نظریه الماس پورتر در ادبیات مطالعات مدیریت نسبت به متون اقتصادی بسیار پررنگ و غالب است، ضروری است که تفاوت میان معنی رقابت در سطح ملی و سطح بنگاه خرد مورد توجه قرار گیرد. در سطح بنگاه، رقابت‌های بین‌المللی اهمیت زیادی دارد که این مساله به‌طور وسیع مطالعه و بررسی شده است (دانینگ^۷، ۱۹۹۷)؛ کوگوت^۸ (۱۹۹۸). طی دهه‌های گذشته، رقابت‌های بین‌المللی در بنگاه‌ها به دلیل تغییر الگوی تجارت، جهانی‌سازی اقتصاد، افزایش ضریب نفوذ فناوری و اطلاعات و ظهور سازمان‌های فراملیتی در سطح جهان تغییر کرده است. بنابراین به دلیل افزایش رقابت بین بنگاه‌های موجود در بازارهای جهانی، سبب افزایش توجه سیاست‌گذاران به رقابت‌های بین‌المللی شده است.

نکته مهم دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد تفاوت روش شناسی این مدل با سایر مدل‌های تجارت بین‌الملل است. اگرچه مدل پورتر بر مبنای نظریه‌های اقتصادی تدوین شده است، اما به لحاظ روش‌شناسی با روش‌های متعارف مدل‌های اقتصادی برای توضیح روابط بین متغیرها و به‌طور خاص تجارت بین‌الملل متفاوت است به این مفهوم که مدل پورتر مبتنی بر تحلیل‌های تطبیقی و منطقی از نظریه‌های تجارت است، در حالیکه مدل‌های تجارت در اقتصاد بین‌الملل براساس استدلال‌ها و محاسبات ریاضی است (کتلز^۹، ۲۰۰۶). به همین دلیل برای سیاست‌گذاران، مدل پورتر به دلیل اینکه رقابت‌های تجاری بین‌المللی را ساده‌تر تبیین می‌کند، کاربردی‌تر است. ایراد اصلی و مهمی که در این زمینه وجود دارد این است که در چارچوب مدل پورتر، ممکن است سیاست‌گذاران رقابت‌های تجاری بین‌المللی را به عنوان یک بازی با حاصل جمع منفی تفسیر نمایند، در حالی‌که بر اساس نظریه های اقتصاد بین‌الملل، رقابت‌های تجاری یک بازی با جمع مثبت است.

این مطالعه بر تحلیل رقابت بین‌المللی بنگاه‌ها و کشورها در چارچوب مدل الماس پورتر (۱۹۹۰) تمرکز دارد. در این زمینه دو مکتب فکری وجود دارد. دیدگاه اول در چارچوب نظریه‌های اقتصادی است که مدل پورتر را در رقابت‌های تجاری بین‌المللی نادیده

1 Krugmann

2 Kohler

3 Porter's Diamond Framework

4 Stone and Ranchhod

5 Peng

6 Hill

7 Dunning

8 Kogut

9 Ketels

می‌گیرد. در مقابل دیدگاه نظریه‌های مدیریت کسب و کار است که از مدل پورتر به عنوان یک چارچوب برای توضیح و رتبه‌بندی رقابت بین‌المللی کشورها استفاده می‌کند. بنابراین تمرکز این مقاله بر مطالعه مبانی فکری هر دو دیدگاه و ریشه‌یابی تضاد میان آنها است. اگرچه چارچوب الماس پورتر به طور گسترده در ادبیات مدیریت مورد بحث قرار گرفته است، اما سنجش اثر این مدل در دنیای تجارت بین الملل در ادبیات اقتصادی و مدیریتی هرگز روشن نشده است. این مطالعه استدلال می‌کند که مدل الماس پورتر یک نظریه جدید برای توضیح رقابت تجاری میان کشورها در سطح بین‌المللی نیست.

این مقاله در چهار بخش تنظیم شده است. پس از مقدمه حاضر، بخش دوم به بررسی مبانی نظری تجارت بین الملل و مطالعات انجام شده در این زمینه پرداخته است. در بخش سوم و به منظور ایجاد پیش زمینه در مورد مبانی تفاوت دیدگاه اقتصاددانان با متخصصان علوم مدیریت در زمینه رقابت‌های تجاری بین‌المللی، ابتدا نظریه‌های مطرح برای توضیح تجارت بین‌الملل به عنوان چارچوبی برای مدل الماس پورتر (۱۹۹۰) که مزیت رقابتی ملل را توضیح می‌دهد، بحث شده است. سپس، مدل الماس پورتر در چارچوب نظریه‌های تجارت بین الملل بررسی شده است. بخش پایانی مقاله را جمع بندی نموده و به ارزیابی مدل الماس پورتر به عنوان یک چارچوب برای توضیح رقابت‌های تجاری بین‌المللی بر مبنای رقابت میان بنگاه‌ها پرداخته است.

۲- مبانی نظری

مطالعات نشان می‌دهد که بین تجارت بین الملل با رشد اقتصادی و رشد بهره‌وری ارتباط مستقیم و مثبت وجود دارد. بنابراین تمام مدل‌های تجارت مبتنی بر مزیت شامل نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت، نظریه مزیت نسبی ریکاردو و مزیت رقابتی پورتر، به افزایش منافع اقتصادی ناشی از تجارت از طریق بهره‌وری در منابع تولید سرمایه و نیروی کار پرداخته‌اند (کروگمن، ۱۹۹۸). پورتر (۱۹۹۰) در کتاب مزیت رقابتی خود به تحلیل این مساله می‌پردازد که چه عواملی در موفقیت یک کشور در میزبانی برای بنگاه‌های پیشرو در رقابت جهانی و در صنعتی خاص نقش دارند. در نظریه پورتر ضمن اشاره به عوامل متعدد، اولویت دادن به شاخص‌های اقتصاد خرد بر سیاست‌گذاری‌های دولتها و حکمرانی اقتصادی به عنوان عامل موفقیت این کشورها معرفی شده است. به بیان دیگر در کشورهای موفق در تجارت بین الملل، بنگاه‌های تجاری نقش موثرتری نسبت به سیاست‌های دولت برعهده دارند. در مقابل منتقدین بر این باور هستند که عملکرد بهینه بنگاه‌ها که سبب مزیت رقابتی کشورها شده است در اثر بهبود شرایط اقتصاد کلان و محیط کسب و کار اتفاق می‌افتد و الزاما به معنای راهبرد تجاری موثر این بنگاه‌ها به دلیل مزیت رقابتی نیست.

از نظر پورتر (۱۹۹۰) واحد اصلی تحلیل برای درک رقابت بر پایه شناخت از صنعت است. یک صنعت متشکل از گروهی از رقباست که با تولید محصول یا ارائه خدمات مستقیماً با یکدیگر رقابت می‌کنند. از سوی دیگر یک صنعت استراتژیک محصولاتی تولید می‌کند که منابع ایجاد مزیت‌های رقابتی در آن شبیه به هم هستند و بنگاه‌ها از طریق مزیت رقابتی سعی در تعریف و انتخاب روشی موفق برای رقابت در صنعت خود با دو هدف سودآوری و تداوم هستند. همچنین نمی‌توان یک استراتژی رقابتی جهان شمولی بر اساس صنایع موفق طراحی و به بقیه صنایع تعمیم داد و تنها وجه مشترک استراتژی‌های موفق این است که مبتنی بر امکانات و زیست بوم آن بنگاه طراحی شده‌اند. مطالعات و تجربه جهانی کشورهای توسعه یافته صنعتی نیز نشان می‌دهد که مدل‌های بهینه صنعت هر کشور و منطقه مبتنی بر نظریه مزیت نسبی و بر پایه اصولی مانند تخصص گرایی، بهره‌وری، و توان رقابتی مبتنی بر عوامل تولید است. به منظور تبیین مبانی مدل الماس پورتر که مبتنی بر مدل‌های تجارت بین الملل است، این بخش ابتدا به بررسی مفهوم مزیت رقابتی پرداخته و سپس مطالعات انجام شده ارائه می‌گردد. بررسی تحلیلی مدل‌های تجارت بین الملل و توسعه مدل‌های سنتی و جدید تجارت در بخش سوم انجام شده است.

۲-۱. مفهوم مزیت رقابتی

مزیت رقابتی^۱ در اثر برخورداری از امکانات و عوامل تولید ویژه که می‌تواند نقش مهمی در کاهش هزینه‌ها و افزایش رقابت‌پذیری بنگاه داشته باشد، ایجاد و امکان حضور در بازارهای هدف با برتری بر رقبای فراهم می‌آورد (کروگمن، ۱۹۹۸). از نظر تاریخی رویکردهای مختلفی در ارتباط با مزیت‌های رقابتی کشورها مطرح بوده است که با نظریه آدام اسمیت شروع شده و تکامل آن را در نظریه‌های جدید تجاری و به ویژه نظریه پورتر مشاهده کرد. پورتر جهت بررسی چگونگی کسب مزیت رقابتی ملل در صنایع مختلف و تعمیم استراتژی بنگاه‌ها برای اقتصادهای ملی، به شناسایی عوامل توضیح دهنده در مزیت رقابتی پرداخته و یک مدل تعاملی بین عوامل با ویژگی نوآوری پویا را معرفی کرده است. مدل پورتر از چهار جزء داخلی مرتبط با هم تشکیل شده که عبارت‌اند از (۱) شرایط عوامل تولید، (۲) شرایط تقاضا، (۳) صنایع مرتبط و هماهنگ کننده، و (۴) استراتژی، ساختار رقابت‌پذیری بنگاه‌ها و دو پارامتر خارجی شامل سیاست‌های دولت و شانس (پورتر، ۱۹۹۰). پورتر همچنین اشاره می‌کند که هیچ ملتی نمی‌تواند در تمامی حوزه‌ها و صنایع به رقابت بپردازد. این مدل که بر پایه نظریات تجارت و اقتصاد بین‌الملل تدوین شده و یک ساختار تعاملی بین متغیرهای موثر در رقابت‌پذیری بنگاه‌ها از طریق تمرکز بر منبع ایجاد مزیت و گسترش آن می‌پردازد، گرچه می‌تواند در سطح بنگاه‌ها رهیافتهای تجاری موثری داشته باشد، اما در سطح اقتصاد کلان و رقابت میان ملت‌ها تردیدهای جدی

در این زمینه وجود دارد (کروگمن، ۱۹۹۸). از سوی دیگر در چارچوب این مدل می‌توان زمینه توسعه پایدار با رویکرد استفاده از بوم شناسی اقتصادی را با توسعه صنایع و بنگاه‌های کوچک در قالب خوشه‌های صنعتی و با رویکرد بهبود رقابت‌پذیری در بازارهای داخلی و بین‌المللی شناسایی فراهم نمود. در ادامه، مرور مهم‌ترین مطالعات انجام شده، زمینه تحلیل دقیق‌تر نظریه پورتر در چارچوب نظریات مزیت رقابتی ناشی از تجارت را فراهم ساخته است.

۲-۲. مطالعات انجام شده

مطالعات انجام شده با تمرکز بر شناسایی عوامل موثر در رقابت‌پذیری بنگاه‌ها، به عواملی مانند تحقیق و توسعه، نوآوری، بهبود بهره‌وری از طریق فناوریهای نوین، توسعه مالی بنگاه‌ها، استراتژی رشد بنگاه، و دسترسی به بازارهای بزرگ را از مهم‌ترین عوامل موثر بر افزایش سهم بنگاه‌ها از رقابت‌ها در تجارت بین‌الملل اشاره نموده‌اند. برای مثال، اسمیت^۱ (۱۹۹۵) با دیدگاهی جهانی رقابت‌پذیری بنگاه‌ها را در نوع عملکرد و بازار هدف متفاوت از هم در نظر می‌گیرد. در این مطالعه او ویژگیهای بنگاههایی که در سطح بین‌المللی رقابت پذیر هستند را بررسی نموده و علت اصلی موفقیت این بنگاه‌ها را توانایی آنها در یکپارچه‌سازی فعالیت‌ها جهت تأثیرگذاری در بازارهای هدف و توجه به مسایل فرهنگی می‌داند.

مازلن و پلات^۲ (۱۹۹۷) ضمن تحلیل فرآیند تدوین استراتژی تولید، مدلی مفهومی به منظور تعیین چشم انداز تولید در مورد عوامل موثر بر سهم تولید در رقابت‌پذیری بنگاه ارائه کردند. در بررسی آنها منابع و قابلیت‌ها عوامل اصلی رقابت‌پذیری بنگاه‌ها شناسایی شده و تولید سهم قابل ملاحظه‌ای از این منابع محسوب می‌گردد. دیدگاه آنها مبتنی بر شرایط عوامل و منابع تولید بوده و در آن تولید نقش اصلی و مرکزی در استراتژی رقابتی پیدا می‌کند. آنها مولفه‌های سیستم تولید پویا را در قالب سه جزء اولویت‌های رقابتی، قابلیت‌های تولیدی و نقش استراتژیک تولید طبقه بندی نموده که اثر این عوامل بر ایجاد مزیت رقابتی بنگاه تأیید شده است. شارما و فیشر^۳ (۱۹۹۷) نقش استراتژی‌های کارکردی بهره‌وری، تحقیق و توسعه، فناوری، بازاریابی، منابع انسانی، سازمانی و مالی را در رقابت‌پذیری بنگاه‌های تولیدی در استرالیا بررسی کرده‌اند. آنها برای سنجش رقابت‌پذیری از شاخص‌های عینی عملکرد و نیز برخی از شاخص‌های ذهنی استفاده نموده‌اند. شاخص‌های عملکرد این مطالعه شامل متغیرهای سرانه فروش، بازگشت داراییها، سهم بازار، سهم صادرات، و نرخ رشد فروش داخلی است و شاخص‌های ذهنی به متغیرهایی مانند درک مدیریت از بهره‌وری، سودآوری، سهم بازار و رضایت مشتری از بنگاه نسبت به رقبا را ارزیابی نموده است. نتایج مطالعه آنها ضمن تأیید معناداری شاخص‌های عملکردی و ذهنی، به نقش متغیر بهره‌وری، فناوری، و منابع مالی در بهبود رقابت‌پذیری بنگاه‌ها بطور خاص اشاره می‌کند.

وایت و گریفیس^۴ (۱۹۹۷) به بررسی اثربخشی استراتژی رشد و بازاریابی بنگاه جهت رقابت در بازارهای جهانی پرداخته‌اند. آنها استراتژی‌های بازار استاندارد، محلی، و منطقه‌ای را به همراه استراتژی‌های بنگاه در رابطه با هزینه تولید، مشتری و نوآوری را ارزیابی نموده‌اند. نتایج مطالعه آنها اهمیت ترکیب استراتژی‌های رشد و بازاریابی را مورد تأکید قرار می‌دهد. این استراتژی ترکیبی توانایی بنگاه جهت رقابت اثربخش در بازارهای مصرفی جهانی را ارتقاء می‌بخشد. بوث و فیلیپ^۵ (۱۹۹۸) در سطح بنگاه عوامل موثر بر رقابت‌پذیری را بر اساس دو رویکرد مبتنی بر فناوری و مهارت‌های بازاریابی بررسی نموده و نشان داده‌اند که فناوری اطلاعات منجر به بهبود کارایی و ایجاد مزیت استراتژیک می‌گردد. از سوی دیگر، رویکرد مبتنی بر مهارت‌های بازاریابی منجر به بهبود عملکرد سازمان در همه ابعاد شده و بنابراین آثار وسیع‌تری به جای می‌گذارد. بنابراین بنگاه‌ها، مهارت‌ها و شایستگی‌های خود را از طریق تحکیم و تثبیت در بازارهای داخلی و خارجی شناسایی نموده و رقابت‌پذیری و یادگیری پویای سیستمی را بهبود می‌دهند.

دیمتر^۶ (۲۰۰۳) معتقد است که وجود استراتژی تولید باعث افزایش رقابت‌پذیری در سطح بنگاه و افزایش فروش و سود می‌گردد. واگنر و شالتگر^۷ (۲۰۰۴) نیز رابطه بین عملکرد اقتصادی و محیطی و اثر انتخاب استراتژی محیطی بنگاه بر رقابت‌پذیری را بررسی کرده‌اند. آنها استراتژی‌های محیطی بنگاه را بر مبنای ارزش سهام ارزیابی نموده‌اند. نتایج تحلیل آنها نشان می‌دهد که برای بنگاه‌ها با استراتژی‌های مبتنی بر ارزش سهام، رابطه بین عملکرد محیطی و رقابت‌پذیری بنگاه بیشتر از بنگاه‌های فاقد این استراتژی است.

^۱ Smith

^۲ Maslen, R. & Plattas

^۳ Sharma, B. & Fisher

^۴ White, D.S. & Griffith

^۵ Booth, E.M. & Philip

^۶ Demeter

^۷ Wagner, M. & Schaltegger

۳- تحلیل رقابت بین‌المللی بر پایه مدل‌های تجارت

کشورها برای تامین نیازها و افزایش رفاه اقتصادی، همواره به تجارت کالاها و خدمات خود با سایر کشورها پرداخته‌اند. در گذشته انگیزه اصلی بازرگانی بین‌الملل، تامین نیازهای جامعه و کسب سود بوده است، اما امروزه اهداف مهم سیاسی و اقتصادی دیگری هم در تجارت بین‌الملل مورد نظر است. به منظور آشنایی بیشتر با انگیزه‌های بازرگانی بین‌الملل، ضروری است ابتدا مروری بر نظریات اقتصاد بین‌الملل انجام شود.

۳-۱-۱- نظریه مرکانتیلیسم

اولین نظریه‌ای که در اواسط قرن هفدهم و در انگلستان در مورد تجارت بین‌الملل مطرح شد، نظریه سوداگری یا مرکانتیلیسم^۱ است (سالواتوره^۲، ۲۰۰۲). بر اساس این نظریه، ذخایر طلا و نقره به عنوان پایه ثروت ملی و عاملی تعیین‌کننده در برقراری مبادلات خارجی کشورها هستند. این نظریه سیاست تشویق صادرات و کاهش واردات و در نهایت افزایش تراز تجاری کشورها را مورد تأکید قرار داده است. نظریه‌پردازان معتقد بودند که هر کشوری باید کوشش کند تا با صادرات محصولات بیشتر و کاهش واردات، به مازاد تراز بازرگانی دست یابد. به دلیل اینکه وسیله پرداخت بین‌المللی طلا یا نقره بود، بنابراین مازاد تراز تجاری کشور به افزایش ذخایر فلزات قیمتی از جمله طلا و نقره می‌انجامید که افزایش ثروت ملی و تقویت جایگاه اقتصادی کشور در جهان را به دنبال داشت. سوداگران از دخالت دولت در اقتصاد و تجارت خارجی در راستای کنترل واردات و افزایش مازاد تراز پرداخت‌ها پشتیبانی می‌کردند. در همین راستا با برقراری محدودیت‌های وارداتی مانند تعرفه گمرکی و حمایت از صادرکنندگان موافق بودند. بنابراین از دیدگاه مرکانتیلیست‌ها، تجارت یک بازی با جمع صفر خواهد بود و در این راستا کنترل‌ها و حمایت‌های دولتی برای تشویق اقتصاد ملی ضروری بود (سالواتوره، ۲۰۰۲).

پس از پیدایش مکتب کلاسیک، اقتصاددان‌ها به بحث و بررسی نقاط ضعف نظریه مرکانتیلیسم پرداختند. مهم‌ترین نقد بر این نظریه، موضوع تراز تجاری است که زیربنایی ترین اصل در نظریه مرکانتیلیسم می‌باشد. این نقد استدلال می‌کند که هنگامی که یک کشور در تجارت بین‌المللی به مازاد تجاری دست می‌یابد، موجودی طلای کشور افزایش می‌یابد. این افزایش در موجودی طلا به افزایش حجم پول و بالا رفتن سطح تقاضا در این کشور می‌انجامد و کالاهای صادراتی کشور با افزایش قیمت مواجه گردیده و در نتیجه تقاضای خارجی برای این کالاها کاهش خواهد یافت. بر اساس این تحلیل، مازاد تراز بازرگانی یک کشور نمی‌تواند بلندمدت و مستمر باشد زیرا منجر به افزایش حجم پول، بالا رفتن تقاضا، گران شدن کالاها برای خریداران خارجی و در نهایت کاهش صادرات آن کشور می‌گردد (سالواتوره، ۲۰۰۲).

۳-۱-۲- نظریه مزیت مطلق

در سال ۱۸۷۶ آدام اسمیت^۳، بنیانگذار مکتب اقتصاد کلاسیک، با تجزیه و تحلیل مبادلات تجاری بین کشورها و مطرح نمودن نظریه مزیت مطلق^۴ و تقسیم کار بین‌المللی به کشورها توصیه می‌کند که منابع اقتصادی خود را در تولید کالاهایی به کار برند که در تولید آنها نسبت به سایر کشورها از مزیت مطلق برخوردارند و همچنین کالاهایی را وارد نمایند که کشورهای دیگر با هزینه تمام شده پایین‌تر می‌توانند تولید نمایند. از دیدگاه آدام اسمیت هنگامی که کشوری در تولید یک کالا نسبت به کشورهای دیگر کارایی بالاتری داشته باشد آنگاه در عرصه تجارت به برتری مطلق دست می‌یابد. او معتقد بود که یک کشور هیچگاه نباید کالایی را در داخل تولید کند که می‌تواند آن را از خارج ارزان‌تر خریداری نماید (کروگمن و آسفلد^۵، ۲۰۰۳). طبق این نظریه، یک کشور می‌تواند با تمرکز بر تولید و صادرات کالاهایی که به لحاظ هزینه در تولید آنها نسبت به سایر کشورها مزیت مطلق دارد، و واردات کالاهایی که نسبت به سایر کشورها گرانتر تولید می‌کند، رونق اقتصادی و ثروت ملی ایجاد کند. به بیان دیگر، بر اساس نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت، کشورها با سیاست گذاری صحیح تجارت بین‌المللی و تمرکز بر تولیداتی که می‌توانند با کمترین هزینه آن را تولید کنند، رفاه اقتصادی را می‌توانند افزایش دهند. بنابراین آدام اسمیت تجارت را به عنوان یک بازی با جمع مثبت مطرح کرده است. این نظریه متضاد است با دیدگاه مرکانتیلیست‌ها مبنی بر اینکه تجارت یک بازی با جمع صفر است.

بر اساس نظریه مزیت مطلق، کشوری که در کلیه محصولات از مزیت مطلق برخوردار است، واردات نخواهد داشت زیرا می‌تواند با کارایی بیشتری به تولید محصول بپردازد. اما بر اساس فرضیه آدام اسمیت، به دلیل اینکه کشورها در تجارت بین‌الملل از واردات نفع می‌برند و صادرات برای تامین مالی واردات انجام می‌شود، کشورهای که وارد کننده نیستند تنها منفعتی که از تجارت می‌برند تخصصی شدن تولید و کاهش هزینه تولید به دلیل تقسیم کار بر مبنای تخصص خواهد بود. بنابراین نظریه مزیت مطلق،

1 Mercantilism

2 Salvatore

3 Adam Smith

4 Theory Of Absolute Advantage

5 Krugman & Obstfeld

گرچه تخصصی شدن محصولات را تضمین می‌کند، اما این تخصصی شدن تولیدات الزاماً نمی‌تواند منجر به سودآور بودن تجارت شود. ریکاردو^۱ بر مبنای همین نقد بر نظریه مزیت مطلق، نظریه مزیت نسبی^۲ را مطرح کرد (کروگمن و آفسلد، ۲۰۰۳).

۳-۱-۳- نظریه مزیت نسبی

نظریه مزیت مطلق آدام اسمیت اگر چه به درک رفتار کشورها در مبادلات بین‌المللی کمک زیادی نموده است، اما نقدهایی بر آن وجود دارد. یکی از مهم‌ترین این نقدها این بود که اگر یک کشور در تولید همه کالاها نسبت به سایر کشورها برتری مطلق داشته باشد آنگاه چه نقشی در تجارت بین‌المللی خواهد داشت. دیدگاه اسمیت این بود که به دلیل اینکه چنین کشوری نمی‌تواند در تجارت خارجی منفعتی بدست آورد، بنابراین در مبادلات شرکت نخواهد کرد. ریکاردو با بررسی و نقد نظریه مزیت مطلق استدلال می‌کند که این دیدگاه درست نیست و توضیح می‌دهد که وقتی کشوری در تولید همه کالاها از برتری مطلق برخوردار باشد می‌تواند کالاهایی را که در آنها بیشترین کارایی را دارد تولید و صادر کند و در مقابل کالاهایی را که کارآمدی کمتری در آنها دارد را از خارج وارد نماید. با این سیاست، تجارت خارجی برای این کشور هم سودآور خواهد بود. نظریه ریکاردو یکی از کارآمدترین نظریات در توضیح تجارت بین‌الملل است و نواقص سایر نظریات با بازگشت به دیدگاه ریکاردو تحلیل و مشخص می‌گردد.

طبق نظریه مزیت نسبی^۳ یک کشور با تخصص در تولید محصولاتی که می‌تواند نسبت به سایر کشورها با کارایی بیشتری تولید کند، با وجود اینکه بطور مطلق در تولید این محصولات مزیت ندارد، هنوز می‌تواند آن کالاها را صادر کند و محصولاتی را وارد کند که در تولید آنها کارایی تولید و هزینه ندارد. بنابراین مزیت مقایسه‌ای به تخصص نیز منجر می‌شود، اما با این تفاوت که بر اساس مزیت مطلق، صادرات و واردات مبتنی بر تخصص تولید با توجه به کارآمدی مطلق تولید مطرح می‌شود، اما بر اساس قانون مزیت نسبی، تجارت و تخصص با کارآمدی نسبی تولید تعیین می‌شود. این مساله بوسیله نقش تسویه‌کنندگی^۴ قیمت‌های تعادلی در تجارت قابل توضیح است. در تعادل، اگر هزینه عوامل تولید یک کشور به اندازه موثر کمتر از شریک تجاری باشد، قیمت محصول در آن کشور پایین‌تر خواهد بود، حتی اگر آن کشور در تولید محصول کارایی کمتری داشته باشد. هرگونه انحراف از تعادل مجدداً بوسیله تغییرات نرخ ارز^۵ بین دو کشور تا رسیدن به تعادل تجاری جدید تعدیل خواهد شد (سالواتوره، ۲۰۰۲).

از سوی دیگر، نظریه مزیت نسبی ریکاردو بر اساس تئوری ارزش کار^۶ نیز قابل تحلیل است به این صورت که کار تنها عامل تولید است که به نسبت‌های ثابت در تولید همه محصولات استفاده می‌شود. به عبارت دیگر در ساده‌ترین صورت ریکاردو نیروی کار را همگن^۷ فرض می‌کند (سالواتوره، ۲۰۰۲). انتقاداتی که به این فرض غیرواقعی وارد شد، بوسیله نظریه هزینه فرصت^۸ پاسخ داده شد و در نتیجه نظریه مزیت نسبی و هزینه فرصت با هم تلفیق شدند تا تجارت بین کشورها توضیح داده شود. بر این اساس از نظر هزینه فرصت، کشور از مزیت نسبی در تجارت و تولید محصول برخوردار خواهد بود که تولید کالاها و خدمات با هزینه فرصت کمتری در آن کشور تولید شده و بنابراین در تولید آن محصول مزیت نسبی بیشتری هم خواهد داشت.

اگرچه تئوری مزیت هزینه نسبی مبتنی بر مجموعه‌ای از فرضیه‌های محدود است، اما تعمیم‌پذیری و توضیح رفتار تجارت بین‌الملل و منافع حاصل از آن، این تئوری را نا معتبر نمی‌کند (کروگمن (۱۹۹۰)؛ کیسینگ^۹، (۱۹۶۶)). همچنین، به این واقعیت نیز باید توجه داشت که بیشتر اصول سازمان تجارت جهانی^{۱۰} (WTO) بر اساس قانون مزیت نسبی تدوین شده است که حتی با کنار گذاشته شدن این فرضیه‌ها بر اعتبار کلی نظریه تأثیری ندارد و شواهد تجربی کافی برای پشتیبانی از تئوری مزیت نسبی وجود دارد (برنوفن و براون^{۱۱} (۲۰۰۴)؛ اوچیدا و کوک^{۱۲} (۲۰۰۵)؛ کروگمن و آفسلد (۲۰۰۳)). یکی از مهم‌ترین برتریهای نظریه مزیت نسبی این است که اطلاعات مفیدی در رابطه با شرایط تولید یک کشور، تولید و مصرف در شرایط خودکفایی^{۱۳}، قیمت کالاهای نسبی^{۱۴} تعادلی در شرایط بدون تجارت، مزیت نسبی هر کشور، تخصص در تولید با تجارت^{۱۵}، حجم تجارت^{۱۶}، شرایط تجارت^{۱۷}، منافع

1 Ricardo

2 Theory Of Comparative Advantage

3 Theory Of Comparative Advantage

4 Self-Equilibrating

5 Exchange Rate

6 Labour Theory Of Value

7 Homogeneous

8 Opportunity Cost

9 Kesiing

10 World Trade Organisation

11 Bernhofen & Brown

12 Uchida & Cook

13 Autarky

14 Relative Commodity Prices

15 Specialisation In Production

16 Volume Of Trade

17 Terms Of Trade

حاصل از تجارت^۱ و سهم هر کدام از شرکای تجاری می‌دهد. همچنین این نظریه اولین نظریه‌ای است که توضیح قانع کننده‌ای در مورد اینکه چرا تجارت می‌تواند یک بازی با حاصل جمع مثبت^۲ باشد را ارائه می‌دهد (کروگمن و آسفلد، ۲۰۰۳).

همانطور که توضیح داده شد نظریه مزیت نسبی و به عبارت دیگر مدل تجارت ریکاردو^۳، گرچه اساس تولید مبتنی بر مزیت نسبی را توضیح می‌دهد، اما جهت تجارت را توضیح نمی‌دهد. بنابراین برای توضیح علت و جهت تجارت از دیدگاه مدل سازی اقتصادی، نیاز به یک نظریه تکمیلی برای مزیت نسبی وجود دارد. یک نظریه مهم برای توضیح دلایل تفاوت‌های مزیت نسبی میان کشورها نظریه هکشر-اولهین (H-O)^۴ است (سالواتوره، ۲۰۰۲). براساس این نظریه، کشورها با توجه به درجه یا شدت فراوانی عوامل تولید^۵، یعنی نیروی کار و سرمایه‌ای که در تولید کالاها و خدمات استفاده می‌شود، متفاوت هستند. در حالی که توضیحات زیادی در مورد علت‌های تفاوت در مزیت نسبی وجود دارد، نظریه H-O فراوانی عوامل و نهاده‌های تولید را به عنوان عامل اصلی تعیین کننده مزیت نسبی شناسایی می‌کند.

تئوری ریکاردو این نکته را مورد تاکید قرار می‌دهد که مزیت نسبی کشورها در تولید و تجارت کالاها ناشی از تفاوت در بهره‌وری است. این که آیا هند نسبت به ایران در تولید برنج برتری دارد یا کشور غنا از کره جنوبی در تولید کاکائو کارآمدتر است یا نه به این بستگی پیدا می‌کند که این کشورها تا چه اندازه منابع خود را با بهره‌وری بالا به کار می‌گیرند. هکشر در سال ۱۹۱۹ و اهلین در سال ۱۹۳۳ بر پایه بررسی‌های خود نظریه دیگری را در زمینه مزیت نسبی ارائه نمودند (سالواتوره، ۲۰۰۲). این دو اقتصاددان سوئدی چنین استدلال نمودند که مزیت نسبی از تفاوت در میزان بهره‌مندی کشورها از منابع ملی و عوامل طبیعی حاصل می‌شود. منظور آنها از این عوامل به طور مشخص زمین و کار و سرمایه بود. کشورها از نظر میزان برخورداری از منابع طبیعی متفاوت هستند و در نتیجه هزینه‌های عوامل تولید آنها هم متفاوت می‌گردد. هر چه یک عامل تولید فراوان‌تر باشد هزینه تامین آن هم کمتر خواهد بود. بر پایه نظریه هکشر و اهلین کشورها کالاهایی را صادر می‌کنند که در تولید آنها از عوامل تولید فراوان کشور به میزان زیادی استفاده شده است و در مقابل کالاهایی را وارد می‌کنند که در تولید آنها عوامل کمیاب آن کشور زیاد به کار رفته باشد. تئوری هکشر و اهلین کوشیده است تا الگوی تجارت بین الملل را بر اساس واقعیت‌های اقتصاد جهانی توضیح دهد.

مطالعات تجربی متعددی برای اعتبارسنجی نظریه H-O انجام شده است. یکی از اولین پژوهش‌ها توسط لئونتیف^۶ (۱۹۵۳) انجام شد. نتایج این پژوهش، با تمرکز بر تجارت ایالات متحده آمریکا، کاملاً مخالف انتظارات مبتنی بر نظریه H-O بود. با توجه به اینکه آمریکا از فراوانی سرمایه برخوردار بود و صادرکننده محصولات سرمایه‌بر - بر اساس این نظریه این کشور باید وارد کننده محصولات کاربر باشد، که نتایج مطالعه تجربی لئونتیف نتیجه متضادی را نشان می‌داد که در ادبیات تجارت بین الملل معمای لئونتیف^۷ نامیده شده است. این پارادوکس بعداً توسط بالدوین^۸ (۱۹۷۱) در مطالعه مزیت نسبی بر اساس داده‌های ژاپن، آلمان، هند و کانادا تایید شد.

از طرف دیگر استدلال لئونتیف این بود که بر اساس نظریه وفور عوامل، با توجه به این که آمریکا منابع مالی بیشتری نسبت به سایر کشورها در اختیار داشت، انتظار می‌رفت که صادرکننده کالاهای سرمایه‌بر و در مقابل واردکننده کالاهای کاربر باشد. اما برخلاف تصور مشاهده می‌شد که صادرات این کشور کمتر از وارداتش از کالاهای سرمایه‌بر تشکیل گردیده‌اند. نتایج مطالعات لئونتیف با پیش‌بینی‌های نظریه هکشر اهلین مغایرت پیدا کرد از این رو آن را معمای لئونتیف نامیدند. بهترین راه برای حل این معما چارچوب نظریه ریکاردو است. در این نظریه تفاوت‌های بهره‌وری در کشورها الگوهای تجارت بین‌المللی را تشکیل می‌دهند. به کمک این نظریه می‌توان این گونه استدلال کرد که آمریکا به این علت صادرکننده هواپیماهای تجاری و واردکننده اتومبیل است که در تولید هواپیما نسبت به اتومبیل کارآمدتر است یا بهره‌وری بالاتری دارد نه صرفاً به خاطر اینکه از عوامل تولید مورد نیاز هواپیما به وفور برخوردار است.

تلاش برای توضیح معمای لئونتیف و توضیح دقیق‌تر نظریه H-O، مهم‌ترین دلیل این معما، عامل سرمایه انسانی^۹ به عنوان یک عامل تولید که هم‌افزایی سرمایه و نیروی کار را نشان می‌دهد و نقش موثر نیروی کار متخصص در افزایش کارایی تولید و ایجاد مزیت نسبی را بر جسته می‌کند (بالدوین (۱۹۷۱)؛ بوون^{۱۰} (۱۹۸۵)). توضیحات دیگری هم برای این پارادوکس مطرح شده است که مهم ترین آنها نظریه چرخه محصول^{۱۱} (ورنون^۱، ۱۹۶۶) و نظریه‌های شکاف فناوری^{۱۲} (گوربر و همکاران^۳، ۱۹۶۷) می‌باشد

1 Gains From Trade

2 Positive Sum Game

3 Ricardian Model Of Trade

4 Heckscher-Ohlin (H-O) Theory

5 Production Factors Intensities

6 Leontief

7 Leontief Paradox

8 Baldwin

9 Human Capital

10 Bowen

11 Product Cycle Theory

می‌باشد که پویایی زمانی را به نظریه اولیه H-O افزوده است. این بازنگری‌های انجام شده، به اعتبار نظریه H-O در توضیح جهت تجارت بین کشورها افزوده است. نکته مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که گرچه این نظریه‌ها تجارت بین صنعت^۴ را تبیین می‌کنند، اما نمی‌توانند تجارت درون صنعت^۵ را توضیح دهند (گوربل و لویڈ، ۱۹۷۵). برای توضیح تجارت بین صنعت، ضروری است که فرضیات پایه‌ای نظریه‌های تجارت شامل فرضیه‌های رقابت کامل^۶ و بازده ثابت نسبت به مقیاس^۷ کنار گذاشته شوند. بنابراین نیاز به نظریه‌های تجارت جدید، مبتنی بر دخالت دولت به عنوان یک سیاست فعال^۸ و در راستای پیشبرد استراتژی رقابت بین‌المللی^۹ یک کشور را مطرح کرده است.

۳-۱-۴- نظریه مزیت‌های پیش‌تاز بودن

در دهه ۱۹۷۰ نظریه دیگری در تجارت بین‌الملل به نام نظریه مزیت پیش‌تاز بودن بر پایه تحلیل‌های اقتصادی شکل گرفت. در این دیدگاه در آن دسته از صنایعی که نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه سنگین داشته و سهم هزینه‌های ثابت در قیمت تمام شده محصول آن‌ها بزرگ می‌باشد، بنگاهی که پیش از دیگران وارد این صنعت شده و به سرمایه‌گذاری و تولید پرداخته از یک مزیت رقابتی برخوردار می‌شود. سابقه و جایگاه این بنگاه در محیط صنعت و بازار باعث می‌شود که سهم بازار بزرگتری به دست آورد. بر پایه‌ی این تئوری، هر کشور ممکن است تمرکز خود را بر تولید کالایی بگذارد که بنگاه‌های تولیدکننده آن کالا در آن کشور از نوع بنگاه‌های پیش‌تاز در صنعت مربوطه تلقی شوند و از مزیت پیش‌تاز بودن برخوردار شده باشند. به عبارت دیگر یک کشور ممکن است در صادرات یک کالا تسلط پیدا کند تنها به این دلیل که یک یا چند بنگاه بزرگ و پیش‌تاز در صنعت مورد نظر در این کشور قرار دارند. این تئوری با نظریه وفور عوامل تولید که به وسیله هکچر و اهلین ارائه شده متفاوت می‌باشد ولی با چارچوب کلی نظریه نسبی ریکاردو همخوانی دارد (کروگمن و آبستفلد، ۲۰۰۳).

توسعه این نظریه ریشه در بررسی مجدد فرضیه بازدهی نزولی در زمینه تخصص‌گرایی به عنوان یکی از پایه‌های اصلی نظریات قبلی دارد. منتقدین چنین استدلال نموده‌اند که در بسیاری از صنایع که امکان صرفه‌جویی مقیاس در آن‌ها زیاد است، تخصص‌گرایی یا تولید تخصصی باعث افزایش بازدهی می‌شود. نظریه پردازان جدید هم چنین استدلال نموده‌اند که به دلیل بالا بودن هزینه‌های ثابت تولید و در نتیجه بالا بودن صرفه‌جویی‌های مقیاس، تقاضای جهانی تنها می‌تواند از تعداد معدودی بنگاه‌ها در صنایع مختلف حمایت نماید. برای مثال در صنعت هواپیماسازی و تولید هواپیماهای جت تجاری این وضعیت کاملاً مشاهده می‌شود. این نظریه جدید تجارت، نقش دولت در محیط بازرگانی و سیاست‌گذاری استراتژیک بنگاه‌ها را مورد تأکید قرار داده و عواملی مانند کارآفرینی و نوآوری را از عوامل موثر در کسب مزیت پیش‌تاز بودن می‌داند (کروگمن و آبستفلد، ۲۰۰۳).

۳-۱-۵- نظریه‌های جدید تجاری

همانطور که اشاره شد تا دهه ۱۹۷۰، تئوری تجارت بین‌الملل مبتنی بر نظریه مزیت نسبی بود که تا حد زیادی تفاوت میان تجارت بین کشورها را توضیح می‌دهد. دو فرضیه اصلی این نظریه رقابت کامل و بازدهی ثابت به مقیاس است. بر مبنای این فرضیه‌ها، سود انحصاری^{۱۱} در فرآیند تلاش بنگاه‌ها برای افزایش کارایی تولید و استراتژی بهبود سهم و موقعیت خود در بازار کاهش می‌یابد. اما پس از جنگ جهانی دوم، بخش بزرگی از رشد اقتصادی کشورها حاصل از رشد و گسترش تجارت دو طرفه را بر اساس مزایای ناشی از اقتصاد مقیاس می‌توان توضیح داد و نظریه مزیت نسبی نقش کمتری دارد (ورنون (۱۹۶۶)؛ کروگمن (۱۹۹۰)). به تدریج تغییر الگوی تجارت جهانی باعث شد فرضیه سنتی بازگشت ثابت نسبت به مقیاس هم کارآمدی خودش را در توضیح تجارت درون صنعت از دست بدهد. بنابراین به یک رویکرد جدید نیاز بود که مزایای تجارت مبتنی بر تولید در مقیاس بزرگ^{۱۲}، انباشت تجربه^{۱۳} و مزایای نوآوری^{۱۴} در شیوه‌های تولید را توضیح دهد. همچنین برای توضیح مزیت‌های ناشی از مقیاس

1 Vernon

2 Technology Gap Theories

3 Gurber, Metha & Vernon

4 Inter-Industry Trade

5 Intra-Industry Trade

6 Grubel and Lloyd

7 Perfect Competition

8 Constant Returns To Scale

9 Government Intervention As An Active Policy

10 International Competitiveness

11 Monopoly Profits

12 Large-Scale Production

13 Cumulative Experience

14 Innovation

تولید، یک ساختار جدید بازار متفاوت از رقابت کامل نیاز بود (کروگمن، ۱۹۹۰). این پیشرفت با معرفی مدل‌های رقابت انحصاری^۱ توسط نظریه‌پردازان سازمانهای صنعتی انجام شد که امکان تحلیل تجارت بین‌الملل در چارچوب مدل‌های رقابت انحصار چند جانبه^۲ را فراهم می‌کرد. در حقیقت دلیل اصلی برای کاربرد مدل‌های رقابت انحصاری، نقش صرفه‌های حاصل از مقیاس تولید در توضیح منافع حاصل از تجارت بود. بنابراین حرکت از نظریه رقابت کامل به سوی رقابت ناقص و سپس رقابت انحصاری تفاوت اصلی نظریه‌های سنتی و مدرن تجارت بین‌الملل است (کروگمن و آبستفلد، ۲۰۰۳).

تفاوت بین نظریه تجارت سنتی و جدید مبتنی بر رقابت انحصاری این است که در سطح تجارت بین صنایع، نظریه مزیت نسبی همچنان بهترین توضیح دهنده جریان تجارت است، در حالی که برای تجارت در سطح درون صنعت، نظریه مقیاس تولید می‌تواند تفاوت‌های منافع تجارت را در محصولات متمایز و غیر همگن توضیح دهد. شباهت هر دو نگاه سنتی و مدرن به تجارت در این است که در هر دو مورد مزیت از طریق تخصصی شدن حاصل می‌شود. تفاوت دو نگاه، در این است که در نگاه سنتی تخصصی شدن حاصل تفاوت‌های عوامل تولید میان کشورهاست، در حالی که در نظریه مدرن تجارت، تخصصی شدن به دلیل افزایش بازده حاصل از مقیاس ایجاد شده است. اما در نظریه مدرن تجارت موقعیت فیزیکی تولید، آنگونه که در نظریه مزیت نسبی مانند مدل H-O توضیح داده می‌شود، نامشخص است. در مدل مزیت نسبی، تفاوت‌های اساسی در منابع تولید میان کشورها، محل تولید را تعیین می‌کند. در حالی که در مدل افزایش بازده نسبت به مقیاس، مکان تولید کاملاً تصادفی و تاریخی تعیین می‌شود. با این حال، پیامدهای مکان تولید با بازده صعودی، صنعت را در مکانی حفظ می‌کند که رقابت با آن توسط صنایع دیگر مشکل خواهد بود که در واقع به یک کشور مزیت نسبی در آن صنعت بدون هرگونه دخالت دولتی خواهد داد (کروگمن و آبستفلد، ۲۰۰۳).

مهمترین نکته مورد تاکید در تئوری تجارت جدید انحصار رقابتی است که در شرایط تجارت آزاد و سود حاصل از تجارت ایجاد می‌شود و مانند نظریه مزیت نسبی، تجارت یک بازی با جمع مثبت است. اما در دنیای واقعی تجارت، رقابت انحصاری نشان‌دهنده دنیای واقعی نبوده و بسیاری از صنایع جهانی امروز با الگوی انحصار چند جانبه تعریف می‌شوند که در آن صرفه‌های حاصل از مقیاس در سطح بنگاه نیز برای محدود کردن تعداد رقبا کافی است. بنابراین تمرکز در ادبیات اقتصاد بین‌الملل از تجزیه و تحلیل صرفه‌های مقیاس به عنوان هسته اصلی به بررسی نقش رقابت ناقص در تجارت تغییر یافته است که نتیجه آن توسعه مدل‌های تجاری مبتنی بر ساختار بازار انحصار چند جانبه است (کروگمن و آبستفلد، ۲۰۰۳). تاکید اصلی این مدل‌ها این است که حتی در صورت عدم وجود کامل مزیت نسبی، تجارت به صورت تجارت دو طرفه در محصولات مشابه اتفاق می‌افتد که چنین تجارت‌هایی در صنایعی که صرفه‌های حاصل از مقیاس داخلی در آن وجود دارد سودمند باشد. در رابطه با این مدل‌ها صناعی ایجاد مشکل خواهند کرد که امکان حمایت دولت از آنها وجود داشته باشد که تخصص گرایی^۳ را تبدیل به حمایت گرایی^۴ خواهد کرد.

بنابراین سیاست‌های استراتژیک دولت‌ها در تجارت می‌تواند شرایط انحصار چند جانبه را به گونه‌ای تغییر دهد که بازده اضافی را از خارج به بنگاه‌های داخلی انتقال دهد. در حقیقت مدلسازی تجارت در چارچوب ساختار بازار انحصار چندجانبه می‌تواند هدف قرار دادن صنایع خاص و پربازده را در شرایط سیاست‌های حمایتی دولت‌ها امکان پذیر کرده و سود یک بنگاه خارجی را به نفع بنگاه‌های رقیب داخلی تغییر داده که منافع ملی حاصل از تجارت را افزایش خواهد داد. از آنجا که این مدل‌ها مبتنی بر نظریه مرکانتیلیست در تجارت هستند، سیاست تجارت استراتژیک را از منظر رقابت میان کشورها تقویت و جذاب کرده‌اند. این رویکرد ایده امکان پذیری رقابت تجاری کشورها، مانند بنگاه‌ها، را برای بهبود و افزایش سهم خود در بازارهای جهانی تقویت کرد که عمدتاً بر سیاست‌های حمایتی دولت‌ها متکی است (فندل و فرانکل^۵، ۲۰۰۵). با این حال، سوال اصلی این است که آیا این مدل‌ها بازتاب واقعی دنیای واقعی تجارت بین‌المللی است و توسط داده‌ها پشتیبانی می‌شوند و آیا آنها جایگزین نظریه مزیت نسبی هستند یا خیر.

پذیرش فرض اینکه بازارهای تجارت بین‌الملل در شرایط رقابت ناقص فعالیت می‌کنند به این معناست که تجارت بر مبنای نظریه صرفه‌های مقیاس است تا نظریه مزیت نسبی زیرا الگوی انحصار چند جانبه تقریب بهتری از نحوه عملکرد دنیای واقعی است. با این حال، آثار سیاستی این مدل‌ها به فرضیات مدل بستگی دارد و با تغییرات در فرضیات نتایج مدل تغییر خواهند کرد و بنابراین اعتبار مدل‌های مبتنی بر سیاست تجارت استراتژیک را مورد تردید قرار داده است (کوردن^۶، ۱۹۹۰). همچنین انتقاداتی مبتنی بر ماهیت تعادل جزئی مدل‌های جدید تجارت و هرگونه تلاش دولت‌ها از طریق سیاست گذاری به نفع بنگاه‌های داخلی نسبت به رقبای خارجی وجود دارد که ممکن است بنگاه‌های خارجی را از لحاظ رقابتی در موقعیت ضعیف قرار دهد (کروگمن، ۱۹۹۰). بنابراین برای موفقیت سیاست تجارت استراتژیک، فرض کارایی دولت‌ها در مقابل بنگاه‌ها ضروری است که علاوه بر هدفمندی در انتخاب صحیح صنایع، تحلیل صحیح چگونگی تأثیرگذاری سیاست‌های حمایتی بر صنایع هدف نیز باید تحلیل و بررسی شود.

1 Monopolistic Competition

2 Oligopolistic Rivalry

3 Specialisation

4 Protecting

5 Fendel & Frenkel

6 Corden

بر این اساس، سیاست تجارت استراتژیک بر مبنای این فرض است که دولتها بنگاههایی را که می‌توانند از تجارت سود ببرند را مشخص کرده و دولتهای خارجی برای مقابله با این سیاست واکنشی نشان نخواهند داد که فرض واقع بینانه‌ای به نظر نمی‌رسد. گرچه سیاست تجارت استراتژیک در گروه سیاست‌های مداخله گرایانه اقتصادی مطلوب برای بنگاههای داخلی محسوب می‌شود، اما به دلیل اینکه ممکن است با واکنش متقابل سایر کشورها مواجه شده و در نتیجه ماریپیچی از سیاست‌های حمایت گرایانه شکل بگیرد که در نهایت به زیان همه کشورها در تجارت بین الملل منجر گردد، مورد تأکید نیست. بنابراین سیاست‌های حمایتی-مداخله‌ای در فضای تجارت بین الملل مختصات یک بازی برد-بخت یا برد-برد را نخواهد داشت و در نهایت با زیان همه کشورهای درگیر خاتمه خواهد یافت (کروگمن، ۱۹۹۲). شواهد تجربی نیز اثر سیاست تجارت استراتژیک را در دنیای واقع تأیید نمی‌کند. برای مثال مطالعات کوکس و هریس^۱ (۱۹۸۵) و دیکسیت^۲ (۱۹۸۸) شواهد آماری برای مازاد سود و افزایش رفاه در اثر اجرای سیاست تجارت استراتژیک یا هرگونه انحراف از تجارت آزاد پیدا نکرده است. به طور کلی مطالعات تجربی نشان می‌دهند که شناسایی صنایع استراتژیک در تجارت برای دولتها بسیار دشوار است و حتی اگر امکان پذیر باشد، منافع رفاهی-سود اقتصادی حاصل از آن بسیار محدود و موقتی خواهد بود (کروگمن (۱۹۹۶)؛ اوچیدا و کوک (۲۰۰۵)).

همانطور که بحث شد، دلایل نظری و تجربی کافی برای حمایت از سیاست تجارت استراتژیک و برای رد نظریه مزیت نسبی وجود ندارد و شواهد تجربی همچنان تأکید دارند که سودآوری و اثر رفاهی تجارت بر مبنای نظریه مزیت نسبی بدون توجه به منابع و ماهیت عوامل تولید، مانند نقش فناوری و بهره‌وری عوامل تولید در کاهش هزینه تولید، بیشتر بوده و ماهیت قطعی‌تری دارند. بنابراین اثر مداخله سیاست تجارت استراتژیک در نهایت ممکن است منجر به رقابت سیاسی بین کشورها شود که پیامدهای منفی این رقابت سیاسی از سودهای بالقوه تجارت آزاد بیشتر است (کروگمن و آسفلد، ۲۰۰۳). اگرچه تئوری‌های جدید تجارت بر مبنای رقابت انحصاری و انحصار چند جانبه، تجارت آزاد را به چالش می‌کشد، اما آنها توضیح دقیقی در مورد محل واقعی تولید ارائه نداده‌اند. در مقابل، نظریه مزیت نسبی نه تنها جهت و سود تجارت بین کشورها را توضیح می‌دهد، بلکه مزایای نسبی موقعیت یک کشور را نیز توضیح می‌دهد. با این حال پورتر (۱۹۹۸) توانایی نظریه‌های تجارت سنتی در توضیح مزایای محل تولید را مورد سوال قرار داد و بنابراین یک نظریه جدید برای توضیح مزایای موقعیت و در نتیجه مزیت رقابتی کشورها^۳ را ارائه کرده است. همانطور که استون و رانچود (۲۰۰۶) توضیح داده‌اند نظریه مزیت رقابتی پورتر با تئوری‌های استاندارد اقتصادی در تجارت مخالف است و نظریات تجارت بین الملل آدام اسمیت و دیوید ریکاردو را به چالش کشیده است.

۳-۲- نظریه مزیت رقابتی بین‌المللی کشورها

پورتر بر مبنای نقد نظریه‌های مطرح شده در تجارت بین الملل، نظریه جدیدی را برای توضیح مزیت رقابتی ملی مطرح کرده است. سوال اصلی نظریه پورتر شناسایی دلیل موفقیت برخی کشورها در صنایع خاص نسبت به سایرین است. برای این منظور او خصوصیات کشورها را در چهار طبقه عوامل بررسی کرده و این ویژگیها را الماس ملی^۴ نامیده است. شکل (۱) نشان دهنده چارچوب کلی مدل مزیت رقابتی الماس پورتر است. همانطور که مشاهده می‌شود از دیدگاه پورتر نظریه الماس ملی نشان دهنده شرایط و عوامل اساسی برای تعیین مزیت رقابتی یک ملت بوده و شامل مولفه‌های شرایط عوامل تولید^۵، شرایط تقاضا^۶، صنایع مرتبط و پشتیبان^۷، و استراتژی بنگاه و ساختار رقابتی آن^۸ است. او همچنین دو عامل دیگر یعنی سیاست‌های دولت^۹ و فرصت‌ها^{۱۰} را به عنوان شوک‌های برون‌زا معرفی می‌کند که چارچوب رقابت ملی را تکمیل نموده، اما در ایجاد مزایای رقابتی پایدار نقشی ندارد (پورتر، ۱۹۹۸).

1 Cox And Harris

2 Dixit

3 National Competitive Advantage

4 National Diamond

5 Factor Conditions

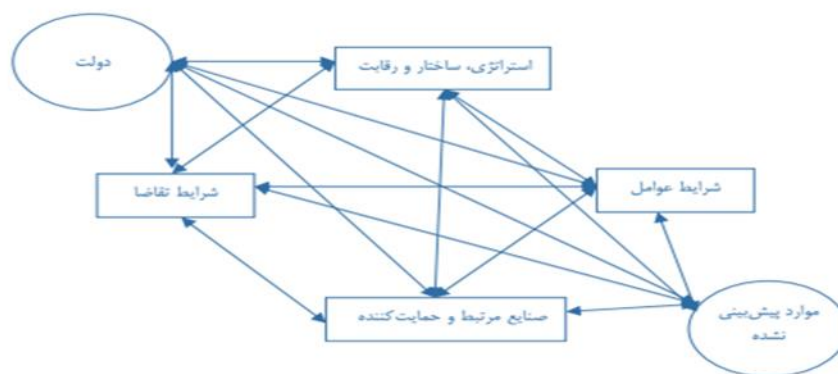
6 Demand Conditions

7 Related And Support Industries

8 Firm Strategy, Structure And Rivalry

9 Government Policy

10 Chance



شکل ۱- مدل مزیت رقابتی الماس پورتر (مأخذ: پورتر، ۱۹۹۰)

۳-۲-۱- شرایط عوامل تولید

در نظریه‌های تجارت عوامل تولید شامل زمین، نیروی کار و سرمایه، هم سرمایه فیزیکی و هم انسانی، است. در مقابل در نظریه پورتر عوامل تولید گسترده تر بوده و شامل منابع انسانی، منابع فیزیکی، منابع دانش، منابع سرمایه و زیرساخت‌ها می‌باشد. این عوامل تولید همچنین به طبقه‌های عوامل اساسی و پیشرفته تقسیم می‌شوند که می‌توانند عمومی یا تخصصی باشند. عوامل اساسی مانند نیروی کار غیر ماهر، مواد اولیه، شرایط آب و هوایی و منابع آب می‌باشد که نیاز به سرمایه‌گذاری بالا برای استفاده در تولید ندارند. عوامل پیشرفته از طریق سرمایه‌گذاری مجدد ایجاد و به روز رسانی می‌شوند که مطابق با نظریه پورتر پایه و اساس مزیت رقابتی پایدار یک کشور را تشکیل می‌دهند. نظریه‌های استاندارد تجارت همچنین منابع مختلف زیادی را برای ایجاد مزیت نسبی کشورها به عنوان عامل توضیح دهنده در نظر می‌گیرند و اگر چه بر پایه مجموعه‌ای از فرضیه‌های ساده شونده قرار دارند، کنار گذاشتن این فرضیه‌ها نظریه را بی اعتبار نخواهد کرد (سالواتوره، ۲۰۰۲). همانطور که توضیح داده شد، حتی تئوری‌های جدید تجارت که مبتنی بر نظریات انحصار گرایانه و انحصار چند جانبه است با وجود اینکه نظریه مزیت نسبی و تجارت آزاد را به چالش می‌کشد، اما آن‌ها را رد نمی‌کند. در نظریه تجارت، اختلافات زمینه‌ای بین منابع کشورها جهت جریان تجارت را توضیح می‌دهد و بنابراین مزایای موقعیت نسبی یک کشور منجر به سود حاصل از تجارت می‌شود. در ادامه مولفه‌های مدل الماس پورتر بررسی شده است.

۳-۲-۲- شرایط تقاضا

شرایط تقاضا در یک کشور نیز در نظریه پورتر (۱۹۹۰) به عنوان یکی از عوامل اصلی مزیت رقابتی برای یک کشور شناخته می‌شود. در مباحث تجارت بین الملل نقش تقاضا به عنوان عاملی که تجارت را توضیح می‌دهد جدید نیست. لیندر^۱ (۱۹۶۱) برای توضیح تجارت درون-صنعت^۲ اولین بار آن را معرفی کرد. مطابق با فرضیه لیندر، کشورهایی که درآمد سرانه مشابهی دارند، الگوهای هزینه مشابه خواهند داشت و بنابراین وجود شرایط تقاضای قابل مقایسه در کشورها منجر به ساختار تقاضای مشابه شده که باعث افزایش تجارت درون-صنعت خواهد شد. اما نظریه پورتر برای توضیح رقابت بین‌المللی کشورها بیشتر بر تفاوت تقاضا تمرکز دارد تا شباهت و استدلال می‌کند که تنها اندازه تقاضای داخلی در تجارت مهم نیست بلکه ساختار و ترکیب خریداران نیز مهم است. این ترکیب تقاضا کنندگان محصول است که بر تصمیم بنگاه‌ها برای تامین نیازهای خریداران اثر خواهد گذاشت و بنگاه‌ها را مجبور خواهد کرد که به طور مداوم بر نوآوری محصول و بهبود جایگاه رقابتی خود در مقایسه با استانداردهای بین‌المللی از نظر کیفیت محصول، ویژگی‌ها و خواسته‌های مصرف کنندگان تلاش نمایند. در نظریه پورتر (۱۹۹۰، ۱۹۹۸) شرایط اساسی تقاضا با سه ویژگی مهم توضیح داده شده است: تقاضای داخلی که سبب رشد صنعت و تقاضای بین‌المللی خواهد شد، رشد بخش صنعت که در اثر رشد تقاضا اتفاق می‌افتد، و ترکیب تقاضا کنندگان و خریداران. اما شرایط مختلف تقاضا در کشورها منجر به تقاضای متفاوت شده و همانطور که توضیح داده شد این ساختارهای متفاوت می‌توانند بازدهی فزاینده ناشی از صرفه‌های موقعیت فیزیکی تولیدات را تعیین کنند که در نظریه‌های جدید تجارت توضیح داده شده است. بازدهی فزاینده ناشی از صرفه‌های موقعیت مکانی تولیدات که تاکید می‌کند یک صنعت فقط باید در یک مکان خاص به تولید بپردازد، و به دلیل مجموعه خاصی از شرایط تقاضا است، رقابت‌پذیری صنایع را در کشورهای دیگر دشوار می‌کند که در چنین مواردی، مزیت نسبی مبتنی بر شرایط تقاضا خواهد بود و نه بر اساس تفاوت در شرایط عوامل تولید (کروگمن و آیسفلد، ۲۰۰۳).

¹ Linder

² Intra-Industry Trade

بنابراین شرایط تقاضا بر اختلاف منابع بین کشورها و مزایای موقعیت نسبی یک کشور همانطور که توسط تئوری‌های جدید تجارت توضیح داده شده است، اثر می‌گذارد. منشا تفاوت در منابع، در اثر شرایط تقاضا، می‌تواند اختلافات بهره‌وری، اختلاف در نوع عوامل، یا اختلاف در مقیاس تولید باشد (سیگل^۱، ۲۰۰۶). این تفاوت‌ها در منابع، صرف نظر از علت آن در نهایت منجر به تغییر در منافع حاصل از تجارت می‌شود. از این دیدگاه، شرایط تقاضای پورتر درک کلی ما از اثر موقعیت فیزیکی تولید محصولات را تقویت می‌کند.

۳-۲-۳- استراتژی بنگاه و ساختار رقابتی آن

استراتژی، ساختار و رقابت‌پذیری بنگاه‌ها بر اساس نظریه پورتر (۱۹۹۰) سومین عامل تعیین کننده مزیت رقابت ملی است. تأکید اصلی در اینجا این است که استراتژی‌ها و ساختار بنگاه‌ها به محیط ملی وابسته است و بنابراین تفاوت‌های سیستماتیک در بخش‌های بازرگانی خارجی در کشورهای مختلف است که تعیین کننده شکل رقابت بنگاه‌ها در هر کشور و در نهایت مزیت رقابتی آن کشورهاست. پورتر (۱۹۹۰) رقابت را به عنوان مهمترین پیشران مزیت رقابتی بنگاه‌های یک کشور معرفی می‌کند. او استدلال می‌کند که رقابت داخلی بنگاه‌ها را مجبور به رقابت هزینه‌ای و کاهش هزینه تولیدات برای بهبود کیفیت محصولات و نوآوری می‌کند و در نهایت این بنگاه‌ها هستند که در فضای بین‌المللی رقابت می‌کنند. اما این رقابت‌پذیری بین‌المللی کشورها است که مزیت رقابتی بین‌المللی بنگاه‌ها را شکل می‌دهد. این استدلال پورتر بر مبنای این فرض است که رقابت کشورها مزیت رقابتی بین‌المللی بنگاه‌ها را تعیین خواهد کرد و بنابراین منجر به این خواهد شد که کشورها، مانند بنگاه‌ها در سطح بین‌المللی رقابت نموده و تجارت بین‌المللی کشورها را در یک بازی با حاصل جمع منفی قرار خواهد داد، همانطور که در مورد بنگاه‌ها وجود دارد. این کاملاً برخلاف درک عمومی از تئوری تجارت است، مبنی بر اینکه تجارت بازی با حاصل جمع مثبت است بدون در نظر گرفتن ماهیت منابعی که این تجارت بر مبنای آن انجام می‌شود.

۳-۲-۴- صنایع مرتبط و پشتیبان

تحلیل موقعیت فیزیکی تولید محصول به عنوان منبع مزیت رقابتی و در چارچوب اقتصاد جهانی با دو رویکرد انجام می‌شود. از یک طرف پژوهشگران این مساله را نوعی همگن سازی اقتصادها^۲ می‌دانند و از طرف دیگر بر تخصص گرایی اقتصادها^۳ تأکید شده است. اصل همگن سازی اقتصادها جابه جایی منابع تولید را در سراسر جهان امکان پذیر نموده است و اصل تخصص گرایی به خوشه بندی مزایای رقابتی در مکان‌های مختلف اشاره دارد که با یکپارچه تر شدن جهان امکان پذیر شده است (پورتر، ۲۰۰۰). بر اساس نظریه پورتر، تخصص منجر به چسبندگی مزایای ناشی از موقعیت فیزیکی تولیدات خواهد شد که سهولت جابجایی منابع که اساس مزیت رقابتی پایدار کشورها را تشکیل می‌دهند خواهد گرفت. سه دلیل اصلی برای اهمیت تخصص گرایی در تجارت وجود دارد و اینکه چرا به همین دلیل موقعیت فیزیکی تولیدات اهمیت دارد. دو دلیل اول در چارچوب نظریه مزیت مقایسه‌ای بحث شده است که شامل تخصص گرایی به دلیل منابع تولید^۴ و صرفه‌های ناشی از مقیاس بنگاه^۵ است. دلیل سوم مرتبط با وجود صرفه‌های خارجی^۶ در نتیجه خوشه بندی محلی^۷ است که چهارمین عامل تعیین کننده مزیت رقابتی در مدل الماس پورتر محسوب می‌شود (پورتر، ۲۰۰۰).

خوشه‌های صنایع مرتبط و پشتیبان به عنوان یکی از مهمترین عوامل در نظریه مزیت رقابت ملی پورتر مورد بحث است. بر اساس نظریه پورتر، صرفه‌های خارجی خوشه‌های صنایع وابسته و پشتیبانی مانند شبکه‌های تامین کنندگان نهاده‌های تخصصی، نهاده‌ها و آثار سرریز رقابت بنگاه‌های محلی، منبع واقعی مزیت رقابتی ملی هستند (پورتر، ۲۰۰۳، ۲۰۰۴). خوشه‌های صنعتی در این شرایط محیط را برای یادگیری و رقابت، نوآوری و بهره‌وری فراهم نموده و شاخص یک اقتصاد پیشرفته است که در کشورهای کم توسعه یافته و با رشد پایین بهره‌وری، این خوشه‌های پشتیبان بسیار محدود است. مفهوم صرفه‌های خارجی به عنوان یک استدلال معتبر برای حمایت از صنایع نوزاد^۸ از زمان آلفرد مارشال در سال ۱۹۲۰ مطرح شده است که به طور خاص در مناطق با تمرکز بر تولیدات صنعتی کاربرد داشت که امکان توضیح مزیت آنها بر اساس منابع طبیعی وجود نداشت. مارشال استدلال کرد که خوشه‌ها دارای مزایایی مانند حمایت از تأمین کنندگان نهاده‌های تخصصی، تسویه بازار کار، و کمک به گسترش دانش، بوده و همه این مزایا همچنان معتبر هستند. بنابراین صرفه‌های خارجی ناشی از خوشه‌های محلی از جمله مهمترین عوامل موثر در یادگیری و منبع

1 Siggel

2 Homogenisation Of Economies

3 Specialisation Of Economies

4 Resource-Driven Specialisation

5 Economies Of Scale At The Firm Level

6 External Economies

7 Local Clustering

8 Infant Industries

توان رقابتی بنگاه‌ها بوده و در نتیجه، معیاری برای رقابت بین‌المللی از دیدگاه بنگاه‌ها محسوب می‌شوند (کروگمن و آفسلد، ۲۰۰۳).

پورتر (۲۰۰۳) در چارچوب نظریه الماس ملی استدلال می‌کند که چالش اصلی توسعه اقتصادی ایجاد خوشه‌ها است و برای دستیابی به هدف صرفه‌های خارجی و از این منظر سیاست‌گذاری‌های اقتصاد بخش عمومی باید بر رفع موانع بهره‌وری و نوآوری در توسعه خوشه‌ها جدیت نماید. این دیدگاه همراستا با استدلال سیاست تجارت استراتژیک است، اما بالقوه می‌تواند توجیه‌کننده دیدگاه نئومرکانتالیستی^۱ از تجارت فراهم نماید که در نهایت به زیان برقراری تجارت آزاد در اقتصاد و به شکل‌گیری نوع جدیدی از حمایت‌گرایی خواهد انجامید. اگرچه به نظر می‌رسد استدلال نظری در ادبیات اقتصاد و مدیریت کسب و کار در حمایت از بازرگانی جدید با رویکرد ارتقاء صرفه‌های خارجی وجود داشته باشد، نقد جدی بر چنین سیاست مداخله‌گرانه‌ای توسط دولت، کاملاً شبیه انتقاد علیه سیاست تجارت استراتژیک است که در بخش قبلی بحث شد. به طور خاص، محدودیت‌های بودجه دولت، نقش احتمالی سیاست‌های حمایتی مخرب تجارت، و سوء استفاده گروه‌های ذینفع همچنان انتقادات جدی هستند که در این راستا وجود دارند. همچنین، اثرات رفاهی مداخله در تجارت بر اساس صرفه‌های خارجی بسیار مبهم‌تر از اثرات مزیت نسبی و صرفه‌های داخلی می‌باشد و ممکن است منجر به تحریف مدل‌های تخصص‌گرایی در کشور شود (کروگمن و آفسلد، ۲۰۰۳).

پورتر (۲۰۰۳) به طور ضمنی با تأکید بر عدم دخالت دولتها به درستی این پیامد مدل الماس ملی اشاره می‌کند، اما دولت را به عنوان یک عامل مؤثر از طریق سیاست‌گذاری اقتصادی در نظر می‌گیرد. سرانجام، پورتر (۲۰۰۳) همه عوامل تعیین‌کننده را به عنوان یک سیستم تعاملی در نظر گرفته و این تعامل بین عوامل است که از دیدگاه او منجر به مزیت رقابتی کشورها شده و نگاه پورتر به مدل الماس ملی به عنوان یک سیستم تعاملی که از دیدگاه اجرایی بسیار قابل درک است منجر به پذیرش عمومی چارچوب تحلیل مدل الماس پورتر در ادبیات مدیریت کسب و کارها شده اما همچنان مورد انتقاد جدی اقتصاد دانان است (کروگمن و آفسلد، ۲۰۰۳).

۳-۲-۵- چارچوب یک سیستم تعاملی

نقد نظریه الماس پورتر به عنوان یک سیستم تعاملی از دو منظر دیدگاه مدیریت کسب و کارها و دیدگاه اقتصاددانان امکان پذیر است (راگمن و دکروز^۲ ۱۹۹۳)؛ دیویس و الیس^۳ (۱۹۹۰)). انتقادهای مبتنی بر دیدگاه مدیریت استدلال می‌کنند که اولاً مدل الماس پورتر به سهم و نقش بزرگترین شرکا تجاری یک کشور توجهی ندارد، همچنین برای بیشتر کشورهای کوچک کاربردی نیست، و در نهایت اینکه نقش شرکت‌های چندملیتی را در تأثیرگذاری بر موفقیت رقابتی کشورها نادیده می‌گیرد. در این راستا راگمن و دکروز (۱۹۹۳) پیشنهاد می‌کنند که الگوی الماس پورتر توسعه پیدا کرده و شامل سهم مشارکت بزرگترین شرکای تجاری هر کشور نیز باشد به گونه‌ای که رقابت‌پذیری به عوامل مبتنی بر مدل الماس پورتر در هر دو کشور بستگی داشته باشد. این انتقاد مفهوم جدیدی به نام الماس دوگانه^۴ را مطرح کرده است که قابلیت تعمیم و گسترش به رویکردهای الماس چند گانه^۵ را دارد. هدف این نگرش مدل‌های الماس چند گانه توضیح مزیت رقابتی بین‌المللی کشورهای کوچک و کمتر صنعتی و سنجش اثر فعالیت‌های شرکت‌های چندملیتی بر مدل مزیت رقابتی الماس پورتر است که امکان تحلیل رقابت بین‌المللی کشورها مانند بنگاه‌ها را در چارچوب نظریه پورتر فراهم می‌کند.

دیدگاه پورتر (۱۹۹۰) مبنی بر اینکه نظریه‌های سنتی و جدید اقتصاد بین‌الملل در توضیح الگوهای مدرن تجارت ناکارآمد است منجر به انتقاد شدیدتر اقتصاددانان از نظریه الماس پورتر شده است. یکی از مهم‌ترین این نقدها این است که نظریه پورتر فرضیه‌ها، قضایا، مفروضات و واقعیت‌ها را از یکدیگر متمایز نمی‌کند و بنابراین نمی‌توان روابط را به صورت علیت تحلیل و اثبات نمود (دیویس و الیس، ۲۰۰۰). دلیل اصلی این مساله این است که نظریه آنقدر عمومی طراحی شده است که بتواند در ادبیات مدیریت کسب و کارها همه مسایل را شامل شده و تحلیل کند. همچنین از دیدگاه اقتصاددانان، یکی دیگر از مهم‌ترین ضعف‌های نظریه پورتر این است که به دلیل ضعف نظریه‌پردازی، توان پیش‌بینی ندارد و یک مدل تعادل جزئی است که منجر به تفسیر نادرست از نظریه‌های سنتی و جدید تجارت شده و روابط بین متغیرهای رفاه، بهره‌وری، تجارت، صادرات و رقابت به اشتباه تحلیل و تفسیر می‌شود. و نکته آخر اینکه، تمرکز نظریه‌های سنتی و جدید تجارت، توضیح تجارت بوده و قادر نیستند عوامل مؤثر بر رقابت بین‌المللی بنگاه‌های یک کشور را تحلیل نمایند، در حالیکه نظریه پورتر دقیقاً در مدل الماس ملی سعی بر توضیح آن دارد.

لازم به ذکر است که پورتر (۲۰۰۴) در یک بازنگری در چارچوب مدل الماس، پایه‌های اقتصاد خرد برای مدل فراهم نموده و تمرکز خود را به سمت بهره‌وری در موقعیت‌های فیزیکی تولیدات که می‌توانند رقابت بنگاه‌های مستقر در آن را بهبود بخشند تغییر داده است. بنابراین، اگر بنگاه‌ها بتوانند از طریق مزایای موقعیت مکانی تولیدات میزان بهره‌وری خود را افزایش دهند، به نفع کشور

1 Neo-Mercantilist View Of Trade

2 Rugman & D'cruz

3 Davies & Ellis

4 Double-Diamond

5 Multiple-Diamond

خواهد بود، زیرا همیشه بهره‌وری بالاتر منجر به سطح رفاه بالاتر خواهد شد. اگرچه با افزایش بهره‌وری الزاما توان رقابت‌پذیری کشور در سطح بین‌المللی افزایش نخواهد یافت، حتی اگر بنگاه‌های آن کشور از توان رقابت بین‌المللی برخوردار باشند زیرا بهره‌وری یک موضوع داخلی است و ارتباط مستقیمی با توان رقابت بین‌المللی کشورها ندارد (کروگمن، ۱۹۹۸). در نهایت آخرین گام پورتر در رابطه با مدل الماس، فراهم کردن چارچوب کلی برای تحلیل مدیریت تجاری کشور بر مبنای مزیت رقابتی منابع است که بنگاه‌ها می‌توانند از آن برای ارزیابی مزایای موقعیت فیزیکی تولیدات در کشورهای مختلف استفاده کنند. بنابراین مدل الماس پورتر ارتباط بین بنگاه‌ها و منابع مزیت رقابتی یک کشور ایجاد نموده که این ارتباط تأثیری بر مزیت رقابتی بین‌المللی کشورها نخواهد داشت.

۳-۳- کمی سازی نظریه پورتر و شاخص رقابت‌پذیری اقتصاد ایران

یکی از گسترده‌ترین اقدامات انجام شده در راستای مطالعات عددی نظریه پورتر به مدت سه دهه است که توسط مجمع جهانی اقتصاد^۱ (WEF) در حال انجام است و به محاسبه و ارزیابی عوامل موثر بر رقابت‌پذیری کشورها می‌پردازد. این مطالعات از سال ۲۰۰۵ به محاسبه و اعلام شاخص رقابت‌پذیری جهانی^۲ (GCI) منجر شده است که ابزاری برای سنجش رقابت بین‌المللی هر کشور در هر دو سطح بنگاه‌ها و اقتصاد کلان است. این شاخص مجموعه‌ای از نهادها و سیاست‌ها را به عنوان عامل تعیین کننده رقابت‌پذیری ملی در ارکان ۱۲ گانه که در شکل (۲) نشان داده شده است و شامل الزامات بنیادین^۳، نهادها^۴، زیرساخت‌ها^۵، محیط اقتصاد کلان^۶، سلامت و آموزش ابتدایی^۷، عوامل فزاینده کارایی و اندازه بازار^۸، عوامل فزاینده نوآوری و شاخص‌های کسب و کار^۹ می‌باشند. شکل (۲) وضعیت اقتصاد ایران را بر اساس مولفه‌های شاخص GCI در مقایسه با کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا^{۱۰} (MENA) نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود شاخص‌های مربوط به نوآوری و پیچیدگی کسب و کارها یکی از عوامل مهم افزایش رقابت‌پذیری بنگاه‌ها است اما تنها عامل توضیح دهنده نیست و اقتصاد ایران از ناحیه چهار رکن پیچیدگی و توسعه کسب و کارها، نهادها، توسعه فناوری و توسعه بازار مالی (نقاط با خطوط آبی رنگ) کمترین رقابت‌پذیری دارد که در مقایسه با متوسط منطقه خاورمیانه (ناحیه خاکستری رنگ) نشان دهنده جایگاه ضعیف ایران در رقابت‌پذیری جهان بوده و بر عملکرد بنگاه‌ها نیز تأثیر جدی داشته است. بهترین عملکردها نیز به ترتیب مرتبط با شاخص‌های بهداشت و آموزش ابتدایی، و اندازه بازار است که نشان دهنده فراهم بودن زیر ساخت‌های بهبود وضعیت رقابت‌پذیری در اقتصاد جهان است.

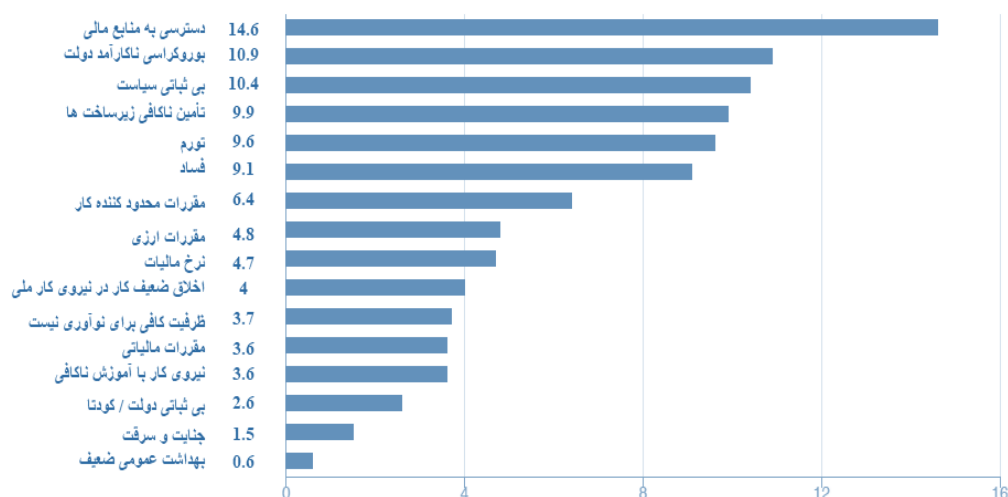


شکل ۲- وضعیت اقتصاد ایران در شاخص رقابت‌پذیری جهانی (مأخذ: گزارش بانک جهانی، ۱۳۹۹)

توضیح: خط آبی رنگ نشان دهنده نمره اقتصاد ایران در هر کدام از ارکان و محیط آبی رنگ نمره کلی کشورهای منطقه منا (MENA) است.

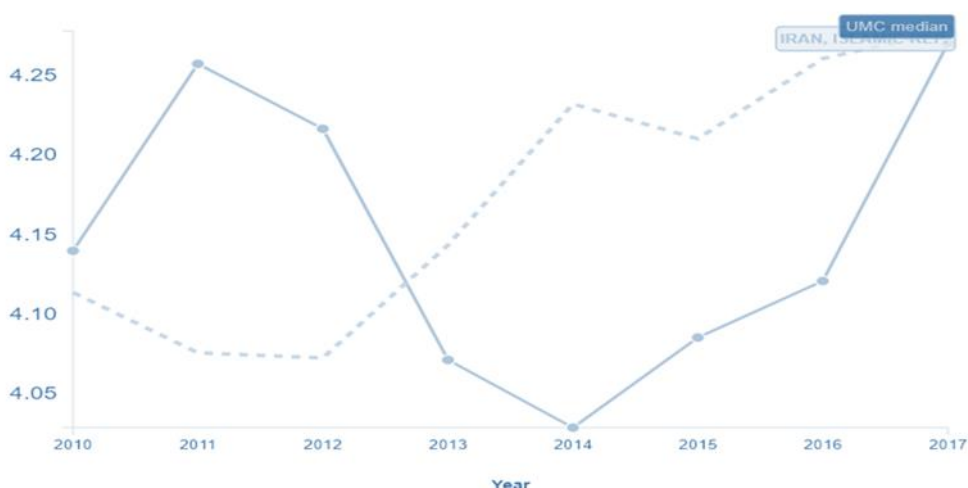
- 1 World Economic Froum
- 2 Global Competetive Index
- 3 Basic Requirments
- 4 Institutions
- 5 Infrastructure
- 6 Macroeconomic Environment
- 7 Health and Primary School
- 8 Efficeincy and Markrt size
- 9 Innovation and Business Sophistication
- 10 Middle East and North Africa (MENA)

شکل (۳) نشان دهنده مهم‌ترین موانع شناسایی شده توسعه کسب و کارها در ایران است که بر اساس گزارش بانک جهانی تهیه شده است. بالاترین نمره نشان دهنده شدت اثرگذاری مولفه بر توسعه کسب و کارها می‌باشد. همانطور که مشخص است دسترسی به منابع مالی، بوروکراسی ناکارآمد دولتی، و بی ثباتی سیاست‌ها مهم‌ترین موانع توسعه بنگاه‌ها در اقتصاد ایران هستند که با نمرات شاخص رقابت‌پذیری اقتصاد ایران که در شکل (۲) ارائه شده است، کاملاً مطابقت دارد.



شکل ۳- مهم‌ترین موانع توسعه کسب و کارها در اقتصاد ایران (مأخذ: گزارش بانک جهانی، ۱۳۹۹)

روند تغییرات امتیاز ایران در شاخص رقابت‌پذیری جهانی نیز در شکل (۴) رسم شده و با گروه درآمدی کشورهای با درآمد سرانه متوسط به بالا^۱ (UMI) بر اساس طبقه بندی بانک جهانی مقایسه شده است. همانطور که ملاحظه می‌شود در شرایطی که کشورهای هم‌گروه درآمدی با ایران در حال بهبود جایگاه رقابت‌پذیری جهانی بطور پیوسته طی سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷ بوده‌اند، اقتصاد ایران روندی نوسانی داشته است و پایین‌ترین امتیاز را در سال ۲۰۱۴ و در شرایط اوج تحریم‌های اقتصادی که فضای نااطمینانی اقتصادی و عدم دسترسی به بازارهای مالی را ایجاد کرده است، تجربه نموده است. بنابراین به نظر می‌رسد سیاست‌های دولت و حکمرانی اقتصادی یکی از مهم‌ترین عوامل موثر در توضیح رقابت‌پذیری جهانی بنگاه‌ها و اقتصاد ایران است.



شکل ۴- روند تغییرات شاخص رقابت‌پذیری جهانی اقتصاد ایران (مأخذ: گزارش بانک جهانی، ۱۳۹۹)

توضیح: خط پیوسته نشان دهنده نمره اقتصاد ایران در شاخص GCI و خط چین نشان دهنده متوسط نمره کشورهای با گروه درآمدی متوسط به بالا (Upper Middle Income) است که ایران نیز در همین گروه درآمدی قرار دارد.

¹ Upper Middle Income

۴- نتیجه گیری

این مقاله به بررسی نظریه‌های تجارت بین الملل و رقابت‌پذیری بنگاه‌ها در چارچوب نظریه‌های اقتصادی و مدیریت کسب و کارها پرداخته است. مطالعات نشان می‌دهند که هر دو نظریه‌های سنتی و جدید تجارت تأیید می‌کنند که کشورها به دلیل منافع ناشی از تجارت وارد فعالیت‌ها و همکاری‌های بین‌المللی می‌شوند و در این زمینه تمرکز بر مزایایی است که سود تجاری برای یک کشور منجر به ضرر سایر کشورها نشده باشد و نشان دهنده رقابت میان کشورها، مانند بنگاه‌ها، برای کسب منافع است. سود حاصل از تجارت از طریق تخصص‌گرایی است که به دلیل مزیت نسبی یا صرفه‌های ناشی از مقیاس داخلی و خارجی حاصل می‌شود. در شرایطی که مزیت نسبی در نتیجه تفاوت کشورها در دسترسی به منابع موجود می‌آید و تجارت درون صنعت را توضیح می‌دهد، تجارت بین کشورها در صنایع مشابه بر اساس صرفه‌های مقیاس داخلی و خارجی تجارت درون صنعت توضیح داده می‌شود. مبانی نظری همچنین تأکید دارند که اگرچه تجارت آزاد همیشه بهینه و منصفانه نیست، اما بهتر از سیاست تجارت استراتژیک است. از سوی دیگر بررسی ادبیات موضوع و مطالعات انجام شده نیز نشان می‌دهد که چارچوب مدل الماس پورتر و تمرکز نظریه بر خوشه‌ها و رقابت فقط مربوط به الگوهای تجارت و منافع حاصل از تجارت نبوده، و یک چارچوب کلی برای تجزیه و تحلیل مزیت منابع مختص هر کشور را فراهم می‌کند که باعث افزایش مزیت رقابت بین‌المللی بنگاه‌ها می‌شود. چارچوب مدل الماس پورتر بدین ترتیب پیوند بین مزیت نسبی منابع خاص هر بنگاه و کشور را ایجاد نموده و به عنوان یک اهرم برای بنگاه در راستای به دست آوردن مزیت رقابتی بین‌المللی عمل می‌کند.

همچنین مطالعات تأکید دارند که مزایای خاص کشور با مزیت نسبی یکسان نیست. مزایای خاص کشور بر موقعیت فیزیکی تولیدات به عنوان منبع مزیت رقابتی بین‌المللی برای بنگاه‌ها تأکید می‌کند، در حالی که مزیت نسبی بر بخشی از ترکیب تجارت بین کشورها تأکید دارد. کشورهای بهره‌مند از مزایای خاص در موقعیت فیزیکی تولیدات، بهره‌وری نسبی بالاتری داشته و هزینه استفاده از منابع در این کشورها پایین است. بنابراین منابع تولیدی در نهایت تبدیل به منبع مزیت رقابتی برای بنگاه‌ها و کشورها می‌شوند. منابع خاص مزیت رقابتی هر کشور برای بنگاه‌ها یا از طریق قدرت انحصاری دارای اهمیت است یا به دلیل تفاوت در کمبود نسبی عوامل تولید بین کشورها مزیت ایجاد می‌کند. بنابراین، از دیدگاه مبتنی بر منابع، این مجموعه منابع بنگاه است که پایه و اساس مزیت رقابتی بین‌المللی پایدار بنگاه را توضیح می‌دهد. همچنین این واقعیت که یک کشور از مزیت نسبی در یک صنعت برخوردار است به معنای رقابت‌پذیری بین‌المللی بنگاه‌های موجود در آن صنعت نیست. توجه به تفاوت‌های میان مزیت رقابتی و نسبی در چارچوب مدل الماس پورتر، دلایل رقابت‌پذیری بنگاه‌ها و کشورها را در سطح بین‌المللی بر اساس صرفه‌های مقیاس داخلی یا خارجی نشان می‌دهد. به این نکته نیز اشاره شد که نظریه‌های سنتی و جدید تجارت، ترکیب الگوهای تجاری را توضیح داده و مزایای خاص رقابتی کشورها را که رقابت‌پذیری بین‌المللی بنگاه‌ها را تعیین می‌کند، در نظر نمی‌گیرند. بنابراین باید توجه داشت که نظریه پورتر به عنوان یک تئوری جدید جایگزین نظریه مزیت نسبی نبوده و یک چارچوب مفید برای مدیریت تجاری کسب و کارها فراهم می‌کند و ابزاری برای شناسایی مزیت رقابتی منابع کشور که بنگاه‌ها می‌توانند از آن برای بهبود موقعیت رقابت بین‌المللی استفاده کنند. بنابراین چارچوب مدل الماس پورتر برای تدوین سیاست تجارت استراتژیک با هدف بهبود رقابت‌پذیری بین‌المللی کشورها مناسب نیست. همانطور که مطالعات انجام شده تأکید دارند، یک اشتباه اساسی در این زمینه درک نادرست این مساله است که رقابت‌پذیری بنگاه‌ها به کشورها نیز تعمیم داده شود. از دیدگاه مدیریت، مدل الماس پورتر در تجزیه و تحلیل موقعیت‌های مکانی تولیدات به عنوان منبع مزیت رقابت بین‌المللی بنگاه‌ها صحیح و بسیار مفید است. اما تحلیل‌های مبتنی بر مزیت رقابتی بنگاه‌ها برای کشورها خطای تعمیم‌پذیری را ایجاد خواهد کرد. گرچه تمامی این عوامل در تئوری مدیریت کسب و کارها به تبیین رقابت بین‌المللی کمک می‌کند اما مزیت بنگاه‌ها تعیین کننده مزیت کشورها نیست. با استدلال مشابه، تئوری‌های تجارت در توضیح رقابت‌پذیری بین‌المللی بنگاه‌ها از اعتبار قابل قبول برخوردار نیستند.

سرانجام تأکید شد که تئوری‌های تجارت منافع کشورها از تجارت را توضیح می‌دهند و تجارت را به عنوان یک بازی با جمع مثبت تحلیل می‌کنند که بازی با جمع مثبت بدان معنا نیست که کشور یک مزیت مطلق یا رقابتی نسبت به رقبای خود دارد. با این حال، مزایایی که یک بنگاه در رقابت بین‌المللی کسب می‌کند به مزیت رقابتی بنگاه بستگی دارد که از این نظر مشاهده می‌توان مزیت رقابتی را به عنوان یک بازی با جمع صفر در نظر گرفت. بنابراین در جمع بندی می‌توان گفت که این نظریات به عنوان یک چارچوب در تحلیل پدیده‌های تجارت بین الملل عمل می‌کنند. رقابت‌پذیری قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی است که یک کسب‌وکار، صنعت، منطقه، و کشور دارا هستند و می‌توانند آنها را حفظ کنند تا در عرصه رقابت بین‌المللی نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد کرده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتاً بالایی قرار دهند. در میان مدل‌های تجارت و مدیریت کسب و کارها در سطح بین‌المللی، مدل الماس پورتر از اهمیت ویژه‌ای در توضیح عوامل رقابت‌پذیری بنگاه‌ها مبتنی بر چهار عامل اصلی عوامل درونی، شرایط تقاضای داخلی، صنایع مرتبط و حمایت کننده و همچنین استراتژی، ساختار و رقابت‌پذیری کشورها برخوردار است. اگر چه این مدل پایه و اساس بسیاری از مطالعات در سراسر جهان قرار گرفته و مورد توجه بسیار از پژوهشگران بوده است ولی در مجموع دارای نقاط ضعفی نیز هست که از آن جمله می‌توان عدم تأکید بر مسایل بین‌المللی و بازارهای جهانی و نیز در نظر نگرفتن جابه‌جایی عوامل تولید از طریق شرکت‌های چندملیتی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی یاد کرد.

1. Baldwin, R.E. (1971). Determinants of commodity structure of US trade, *American Review*, 61(1): 126–46.
2. Bernhofen, D.M. & Brown, J.C. (2004). A direct test of the theory of comparative advantage: the case of Japan, *Journal of Political Economy*, 112(1): 48–67.
3. Booth, E.M. & Philip, G. (1998). Technology, Competence, and Competitiveness: The Case for Reconfigurable and Flexible Strategies, *Journal of Business Research*, Vol.41: 29–40.
4. Bowen, H.P. (1985). Changes in the international distribution of resources and their impact on US comparative advantage, *Review of Economics and Statistics*, 65(3): 402.
5. Corden, W.M. (1990). Strategic trade policy. How New? How Sensible? Country Economics Department, World Bank, April, WPS: 396.
6. Cox, D. & Harris, R. (1985). Trade liberalization and industrial organization: some estimates for Canada, *Journal of Political Economy*, 93(1): 114.
7. Davies, H. & Ellis P. (2000). Porter's competitive advantage of nations: time for the final judgement?, *Journal of Management Studies*, 37(8): 1189–1213.
8. Demeter, K. (2003). Analysis of Manufacturing Strategy and Competitiveness, *International Journal of Production Economics*, 81(2): 205–213.
9. Dixit, A. (1988). Anti-dumping and countervailing duties under oligopoly, *European Economic Review*, 32(1): 55.
10. Dunning, J.H. (1997). Advent of alliance capitalism, In Dunning, J.H. & Hamdani, K.A. (eds), *The New Globalism and Developing Countries*. New York: United Nations University Press.
11. Fendel, R. & Frenkel, M. (2005). The international competitiveness of Germany and other European economies: the assessment of the Global Competitiveness Report, *Intereconomics*, 40(1): 29–35.
12. Grubel, H.G. & Lloyd, P. (1975). *Intra-industry Trade: the Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*. London: Macmillan.
13. Gurber, W., Metha, D. & Vernon R. (1967). The R&D factor in international trade, *Journal of Political Economy*, 75(1): 20–37.
14. Hill, C.W.L. (2009). *International Business: Competing in the Global Market Place*. New York: McGraw-Hill Irwin.
15. Keesing, D.B. (1966). Labor skills and comparative advantage, *American Economic Review*, May: 249–258.
16. Ketels, C.H.M. (2006). Michael Porter's competitiveness framework: recent learnings and new research priorities, *Journal of Industrial Trade and Competition*, 6: 63–66.
17. Kogut, B. (1998). International business: the new bottom line, *Foreign Policy*, 110: 152–165.
18. Kohler, W. (2006). The "Lisbon Goal" of the EU: rhetoric or substance?, *Journal of Industrial Trade and Competition*, 6: 63–66.
19. Krugman, P.R. (1990). *Rethinking International Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
20. Krugman, P.R. (1992). Does the new trade theory require a new trade policy?, *World Economy*, 5(4): 423.
21. Krugman, P.R. (1994). Competitiveness: a dangerous obsession, *Foreign Affairs*, 73(2): 28–44.
22. Krugman, P.R. (1996). Making sense of the competitiveness debate, *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3): 17–25.
23. Krugman, P.R. (1998). *The Accidental Theorist*. New York: W.W. Norton & Company.
24. Leontief, W. (1953). Domestic production and foreign trade: the American capital position re-examined, *Proceedings of the American Philosophical Society*, 97: 332–49.
25. Linder, S.B. (1961). *An Essay on Trade and Transformation*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.
26. Maslen, R. & Plattas, W.K. (1997). Manufacturing Vision and Competitiveness, *Integrated Manufacturing Systems*, 8(5): 313–322.
27. Peng, M.W. (2009). *Global Business*. South-Western Cengage Learning.

28. Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, MacMillan.
29. Porter, M.E. (1998). Clusters and the new economics of competition, Harvard Business Review, 76(6): 77–90.
30. Porter, M.E. (2000). Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy, Economic Development Quarterly, 14(1): 15–35.
31. Porter, M.E. (2003). The economic performance of regions, Regional Studies, 37: 549–578.
32. Porter, M.E. (2004). Building the microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index, In Sala-i-Martin, X. (ed.), The Global Competitiveness Report 2003–2004. Oxford University Press: New York.
33. Rugman, A.M. & D'Cruz, J.R. (1993). The double diamond model of international competitiveness: the Canadian experience, Management International Review, 33(2): 17–32.
34. Salvatore, D. (2002). International Economics, 3rd edition. New York: Macmillan.
35. Siggel, E. (2006). International competitiveness and comparative advantage: a survey and a proposal for measurement, Journal of Industrial Trade and Competition, 6: 63–66.
36. Sharma, B. & Fisher, T. (1997). Functional Strategies and Competitiveness: and Empirical analysis Using Data from Australian Manufacturing, Benchmarking for Quality & Technology, 4(4): 286–294.
37. Smith, S. (1995). World-Class Competitiveness, Managing Service Quality, Vol.5: 36–42.
38. Stone, H.B.J. & Ranchhod, A. (2006). Competitive advantage of a nation in the global arena: a quantitative advancement to Porter's diamond applied to the UK, USA and BRIC nations, Strategic Change, 15: 283–294.
39. Uchida, Y. & Cook, P. (2005). The transformation of competitive advantage in East Asia: an analysis of technological and trade specialization, World Development, 33(5): 701–728.
40. Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle, Quarterly Journal of Economics, 80(2): 190–207.
41. Wagner, M. & Schaltegger, S. (2004). The effect of Corporate Environmental Strategy Choice and Environmental Performance on Competitiveness and Economic Performance: An Empirical Study of EU Manufacturing, European management Journal, 22(5): 557–572.
42. White, D.S. & Griffith, A.D. (1997). Combining Corporate and Marketing Strategy for Global competitiveness, Marketing Intelligence & Planning, 15(4): 173–178.
43. World Economic Forum. (2020). Global Competitiveness Report (2006–20017). Geneva: Switzerland.

تحلیل رابطه سبک‌های رهبری و عدالت سازمانی با لحاظ نقش تعدیل‌گری بهره‌وری سازمانی (مورد پژوهی: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۲۹

کد مقاله: ۹۱۵۰۴

سالار هرمزپور^۱، فتانه مقیمی^۲، رامین حاجی امیری^{۳*}

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی رابطه سبک‌های رهبری و عدالت سازمانی با توجه به نقش تعدیل‌گری بهره‌وری سازمانی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان در سال ۱۳۹۵ است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۰۲ نفر کارکنان ستاد اداره کل ارشاد و فرهنگ اسلامی و ۱۳۷ نفر کارکنان ادارات شهرستان‌ها جمعاً ۲۷۵ نفر می‌باشند که نمونه‌ای متناسب با جامعه آماری پژوهش به تعداد ۱۶۱ نفر و به شیوه نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده و پژوهش به روش همبستگی انجام شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بوده که بعد از برآورد اعتبار و پایایی در بین پاسخ‌گویان توزیع گردید. بعد از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها با استفاده از ضرایب آماری متناسب با نوع متغیرها (تکنیک تحلیل ساختارهای عاملی و تحلیل مسیر و به کمک نرم‌افزار Lisrel به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق و به منظور بررسی تعدیل‌کنندگی ویژگی‌های شخصیتی، از روش رگرسیون سلسله مراتبی به کمک نرم‌افزار (SPSS) محاسبه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تحقیق نشان‌دهنده این موضوع بود که سبک‌های رهبری بر عدالت سازمانی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان با تعدیل‌گری بهره‌وری سازمانی تأثیر دارد زیرا تجزیه و تحلیل آماری بین این دو نشان‌دهنده معنی‌داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۰/۵) می‌باشد و چون این مقدار بزرگ‌تر از ۰/۳ می‌باشد، از این‌رو مورد تأیید قرار می‌گیرد. از طرفی چون عدد معنی‌داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

واژگان کلیدی: سبک‌های رهبری، عدالت سازمانی، بهره‌وری سازمانی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان.

۱- دانش آموخته رشته مدیریت دولتی گرایش مدیریت نیروی انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا، آستارا، ایران.

۲- استادیار گروه مدیریت دولتی و عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا، آستارا، ایران.

۳- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا، (نویسنده مسئول)

۱- مقدمه

مهم‌ترین عامل بهره‌وری در سازمان و در نهایت، کل جامعه منابع انسانی آن است. سیستم توسعه منابع انسانی در هر سازمانی باید راه‌های جدید را برای اصلاح مدیریت نیروی کار که تاثیر مثبتی بر عملکرد و بهره‌وری کارکنان دارد را به‌وجود آورد (چن و همکاران، ۲۰۰۳). یکی از وظایف اولیه مدیر فراهم نمودن موجبات انگیزش شغلی کارکنان در سطح بالایی از عملکرد می‌باشد. یعنی مدیر باید اطمینان پیدا کند که افراد کار می‌کنند، بطور منظم سرکار حاضر می‌شوند و سهم مثبتی از رسالت سازمان دارند. عملکرد شغلی به توانایی، محیط و همچنین انگیزش مرتبط است. مدیران باید تعهد و پایداری کارکنان را به سازمان حفظ کنند و برای این امر باید بتوانند با استفاده از مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری و فراهم کردن سطح قابل قبولی از امنیت شغلی برای آنان، تعهد و پایداری را بیشتر کنند (گریفین، ۱۹۹۵، به نقل از اصفهانی اصل، ۱۳۹۳). تحول سریع تکنولوژی و عوامل انسانی نقش و اهمیت مدیران را در اداره منابع اقتصادی و انسانی سازمان حساس‌تر می‌سازد. با توجه به اینکه جمعیت زیادی از افراد جامعه بیشتر وقت خود را در صنایع و سازمان‌ها صرف می‌کنند نحوه سبک رهبری یک مدیر بر این گروه اهمیت زیادی می‌یابد چرا که شیوه‌هایی که یک مدیر برای هدایت زیردستان خود برمی‌گزیند زندگی شغلی و روانی افراد را در محیط کار و جامعه و خانواده تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. رفتار عادلانه از سوی سازمان با کارکنان جهت عدالت سازمانی عموماً منجر به تعهد بالاتر آن‌ها نسبت به سازمان و رفتار شهروندی فراتر از آن‌ها می‌شود. از سوی دیگر افرادی که احساس بی‌عدالتی کنند، به احتمال بیشتری سازمان را رها می‌کنند یا سطوح پایینی از تعهد سازمانی را از خود نشان می‌دهند و حتی ممکن است شروع به رفتارهای ناهنجار مثل انتقام‌جویی کنند. بنابراین درک اینکه چگونه افراد در مورد عدالت در سازمان‌شان قضاوت می‌کنند و چطور آن‌ها به عدالت یا بی‌عدالتی درک شده پاسخ می‌دهند، از مباحث اساسی خصوصاً برای درک رفتار سازمانی است (رونالد، ۱۹۹۱، ترجمه حسین زاده و همکاران، ۱۳۸۳).

۲- بیان مسأله

اگر مدیران سازمان‌ها دارای دانش و مهارت‌های کافی باشند، بدون تردید، نظام آموزشی نیز از اثربخشی، کارایی و اعتبار بالایی برخوردار خواهد بود. در دنیای امروز ضرورت وجود سازمان‌ها یک امر اجتناب‌ناپذیر است و هدایت و رهبری سازمان‌ها به علت گوناگونی الگوهای رفتاری و متفاوت، بدون شناسایی الگوها و سبک‌ها در نیل به مقاصد مورد نظر مشکل خواهد بود. در سازمان‌ها مدیران زیادی وجود دارند اما موضوع اصلی محدود بودن تعداد افرادی است که نقش‌های رهبری را بپذیرند و کار خود را به طور مؤثر انجام دهند، مدیرانی که بتوانند سبک رهبری خود را برای رسیدن به اهداف سازمانی با توجه به شرایط هماهنگ نمایند. بنابراین هر سازمان نیازمند یک سبک رهبری خاص می‌باشد و بی‌شک همه‌ی مدیران می‌دانند که موفقیت آنان به نیروی انسانی موجود در سازمان‌ها بستگی دارد و این اندیشه در آنان موجب شده است تا به دنبال سبک مناسب در اداره‌ی امور سازمان‌ها باشند. از طرفی یکی از عوامل مؤثر در افزایش اثربخشی کارایی و نهایتاً بهره‌وری یک سازمان، سبک رهبری مدیران آن سازمان می‌باشد (نکویی مقدم، ۱۳۸۶: ۳۸). باتوجه به اینکه مدیریت فرایندی است که کلیه امکانات و منابع مادی و انسانی را در جهت بهبود سازمان همسو و هماهنگ می‌کند، می‌توان جهت دستیابی به اهداف عالی، محیط مساعد را برای آن فراهم ساخت اگر نظام مدیریت سازمان‌ها متناسب نباشد موجب بی‌هدفی سرگردانی و نیز هدر رفتن منابع می‌شود. در واقع سبک مدیریت مناسب یک عامل تسهیل‌کننده و برانگیزنده کارکنان است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر رفتار آنان تاثیر می‌گذارد. اعمال یک نگرش ویژه و سبک مدیریت خاص و ثابت در سازمان بخصوص در سازمان‌های دولتی نمی‌تواند ضامن رشد و پیشرفت سازمان گردد. مطالعاتی از این قبیل یعنی بررسی سبک‌های رهبری مدیران مدارس می‌توان به افزایش آگاهی و دانش آنان نسبت به سبک‌های مختلف رهبری کمک نماید و همچنین توانمندی آنان را در اعمال مداخلات و تصمیم‌گیری‌های صحیح ارتقا دهد (زارعی، ۱۳۸۴: ۴). بسیاری از صاحب‌نظران و متخصصان مانند فیدلر^۱ و هرسی و بلانچارد^۲ معتقدند سبک رهبری یک مدیر با توجه به متغیرها و عواملی که شکل می‌گیرد، در محیط سازمان و یا حتی بیرون از سازمان وجود دارد. از این‌رو یک مدیر می‌تواند در موقعیت‌های گوناگون، سبک‌های متفاوت و گاه متضادی را برای رهبری مجموعه زیردست خود برگزیند. به اعتقاد بسیاری از نظریه‌پردازان سبک مدیریت یکی از مهم‌ترین عناصر موفقیت مدیران است که به مرور زمان و بر پایه‌ی تجربه، تحصیلات و آموزش آنان پایه‌ریزی می‌شود. هنگامی که مشکلات چالش برانگیز مدیریت را در سازمان‌های مختلف در نظر می‌گیریم درمی‌یابیم که آزمودن واقعی ویژگی‌های مدیران و رهبران که پیش‌روی این چالش‌ها قرار دارند تا چه اندازه اهمیت دارند. از جمله مهم‌ترین این ویژگی‌ها سبک مدیریت است. زیرا این مفهوم یکی از مهم‌ترین عناصر موفقیت رهبری و تعیین‌کننده‌ی جو، فرهنگ و راهبردهای

1 Fred Fiedler

2 Paul Hersey & Kenneth Blanchard

3 Matthew Miles

حاکم بر سازمان است (عسگری، ۱۳۸۲: ۲۲). سازمان و سازمان‌یافتگی جزء جدانشدنی زندگی ماست. ما قبل از تولد و در رحم مادر توسط سازمان‌هایی مراقبت می‌شویم، در یک سازمان پزشکی چشم به جهان می‌گشاییم، در سازمان‌های متعدد آموزش می‌بینیم و بموقع در یک سازمان مشغول کار می‌شویم و همزمان با سازمان‌های متعدد رابطه و سر کار داریم و نهایتاً در یک سازمان با مراسم خاص تشییع و تدفین صحنه نمایش جهانی را ترک می‌کنیم (اسکات، ۱۳۷۵: ۱۸). بنابراین افراد بیشتر عمرشان را در سازمان‌ها یا در رابطه با سازمان‌ها سپری می‌کنند و این موضوع نشان‌دهنده اهمیت جایگاه سازمان‌ها در دنیای کنونی است. اما در مورد عدالت در سازمان‌ها چه تحقیقات و مطالعاتی صورت پذیرفته است؟ عدالت سازمانی به طور گسترده‌ای در رشته‌های مدیریت، روان‌شناسی کاربردی و رفتار سازمانی مورد تحقیق و مطالعه قرار گرفته است (Kohlmeyer & Parker, 2005). تحقیقات نشان داده‌اند که فرایندهای عدالت نقش مهمی را در سازمان ایفا می‌کنند و چطور برخورد با افراد در سازمان‌ها ممکن است باورها، احساسات، نگرش‌ها و رفتار کارکنان را تحت تأثیر قرار دهد. رفتار عادلانه از سوی سازمان با کارکنان عموماً منجر به تعهد بالاتر آن‌ها نسبت به سازمان و رفتار شهروندی فراتر از آن‌ها می‌شود. از سوی دیگر افرادی که احساس بی‌عدالتی کنند، به احتمال بیشتری سازمان را رها می‌کنند یا سطوح پایینی از تعهد سازمانی را از خود نشان می‌دهند و حتی ممکن است شروع به رفتارهای ناهنجار مثل انتقام‌جویی کنند. بنابراین درک اینکه چگونه افراد در مورد عدالت در سازمانشان قضاوت می‌کنند و چطور آن‌ها به عدالت یا بی‌عدالتی درک شده پاسخ می‌دهند، از مباحث اساسی خصوصاً برای درک رفتار سازمانی است (Bos, 2001). همانطور که گفته شد، با وجود اینکه مطالعات اولیه در مورد عدالت به اوایل دهه ۱۹۶۰ و کارهای جی استیسی آدامز برمی‌گردد، با این حال اکثر مطالعات در مورد عدالت در سازمان‌ها از سال ۱۹۹۰ شروع شدند. طبق یک گزارش از منابع منتشر شده در این زمینه، تقریباً ۴۰۰ تحقیق کاربردی و بیش از ۱۰۰ تحقیق بنیادی متمرکز بر مباحث انصاف و عدالت در سازمان‌ها تا سال ۲۰۰۱ به ثبت رسیده است (Spector & Charash, 2001). در یک مسیر در این تحقیقات به دنبال تعیین منابع یا کانون‌های عدالت بوده‌اند؛ به این معنی که چه چیزی را یا چه کسی را کارکنان عامل بی‌عدالتی در سازمان می‌دانند.

۳- پیشینه پژوهش

مرادی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «رابطه رهبری تحول‌گرا و عدالت سازمانی با رفتارهای شهروندی سازمانی کارشناسان وزارت ورزش و جوانان» به نتایج زیر دست یافته‌اند: نتایج نشان داد که رهبری تحول‌گرا دارای ضریب اثر ۰/۳۶ بر رفتار شهروندی سازمانی است. همچنین باتوجه به ضریب اثر ۰/۵۵ رهبری تحول‌گرا بر عدالت سازمانی و ضریب اثر ۰/۴۴ عدالت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی، ضریب اثر کل رهبری تحول‌گرا بر رفتار شهروندی سازمانی ۰/۶۰ به دست آمده است. ناظم فتاح و سمانه حدادپور (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «ارائه الگوی ساختاری عدالت سازمانی براساس سبک‌های رهبری تحول‌گرا و عمل‌گرا در دانشگاه آزاد اسلامی» به نتایج زیر دست یافته‌اند: جامعه آماری این پژوهش، تمامی کارکنان اداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دماوند، پردیس به تعداد ۶۳۴ نفر می‌باشند. با استفاده از جدول مورگان و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده ۲۴۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار سنجش عبارت است از پرسشنامه چند عاملی رهبری باس واولیو (۱۹۹۷) و پرسشنامه عدالت سازمانی بیوگری (۱۹۹۸) که پایایی پرسشنامه چند عاملی رهبری ۰/۹۳ و پایایی پرسشنامه عدالت سازمانی ۰/۹۵ بدست آمد. مرتضوی و نیک‌کار (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «نقش میانجی‌گری عدالت سازمانی در رابطه میان سبک رهبری تحول‌آفرین و کیفیت زندگی کاری کارکنان شرکت آب و فاضلاب مشهد» به نتایج زیر دست یافته‌اند: یافته‌های پژوهش نشان داد سبک رهبری تحول‌آفرین بر عدالت سازمانی و عدالت سازمانی بر کیفیت زندگی کاری کارکنان شرکت آب و فاضلاب مشهد اثر معنی‌داری دارد. نقی شعبانی سرخنی (۱۳۹۳) در تحقیق با عنوان «بررسی نقش واسطه‌ای عدالت سازمانی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و کیفیت زندگی کاری در بین کارکنان جمعیت هلال احمر استان گیلان» به نتایج زیر دست یافته است: در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات ابتدا جداول توزیع فراوانی برای متغیرهای فردی و سازمانی پاسخ‌گویان انجام گرفت و سپس ضریب آلفای کرانباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه تحقیق و آزمون پیرسون برای بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق و آزمون رگرسیون چند متغیره برای بررسی تأثیر همزمان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته انجام گرفت. رجبی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «بررسی رابطه رفتارهای رهبری و مدیریت دانش با نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی در میان کارکنان کمیته امداد امام خمینی استان گیلان» به نتایج زیر دست یافته است: رفتارهای رهبری و مدیریت دانش با تعدیل‌گری فرهنگ سازمانی در بین کاکنان کمیته امداد امام خمینی استان گیلان تأثیر دارد زیرا تجزیه و تحلیل آماری بین این دو نشان‌دهنده معنی‌داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۰/۴۹) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۰/۳ می‌باشد، از این‌رو مورد تأیید قرار می‌گیرد. ساجد پورحسن هریس و محبوب شیخ‌علی‌زاده (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران» به نتایج زیر دست یافته‌اند: هدف این پژوهش، بررسی تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران می‌باشد.

۴- روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف، یک تحقیق کاربردی می‌باشد. تحقیقات علمی را بر اساس هدف تحقیق به سه دسته تقسیم می‌کنند: تحقیقات بنیادی، کاربردی و تحقیق و توسعه. هدف از تحقیق کاربردی به دست آوردن درک یا دانش لازم برای تعیین ابزاری است که به وسیله آن نیازی مشخص و شناخته شده بر طرف گردد. از نظر روش‌شناسی این تحقیق از نوع تحقیقات علمی می‌باشد. تحقیق علمی مشکل‌گشایی و پیگیری یک روش گام‌به‌گام، منطقی، منظم و دقیق برای شناسایی مشکلات، گردآوری داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنتاج‌های معتبر از آن‌هاست (سیکاران، ۱۳۸۶: ۱۳). از سوی دیگر این تحقیق از نظر طبقه‌بندی تحقیقات با توجه به اهداف آن‌ها، در زمره تحقیقات با ماهیت توصیفی قرار دارد. هدف هر مطالعه توصیفی عبارت است از تشریح جنبه‌هایی از پدیده مورد نظر پژوهشگر و با دیدگاهی فردی، سازمانی، صنعتی و نظایر آن (سیکاران، ۱۳۸۶: ۱۲۴-۱۲۳). جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۰۲ نفر کارکنان ستاد اداره کل ارشاد و فرهنگ اسلامی و ۱۳۷ نفر کارکنان ادارات شهرستان‌ها جمعاً ۲۷۵ نفر می‌باشند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش تصادفی بوده و در محاسبه تعداد نمونه از فرمول کوکران، به شرح زیر استفاده شده است.

$$n = \frac{Nt^2pq}{Nd^2 + t^2pq} = \frac{275 \times (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{275 \times 0.05^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 161$$

در فرمول فوق معمولاً حداکثر اشتباه مجاز (d) معادل ۰/۰۵، ضریب اطمینان ۰/۹۵، t = ۱/۹۶ و مقادیر p و q (نسبتی از جمعیت فاقد صفت معین) نیز هر کدام معادل ۰/۵ و حجم جامعه N= در نظر گرفته می‌شود. در این تحقیق جهت گردآوری داده‌ها از روش میدانی و ابزار پرسش‌نامه استفاده شده است.

جدول ۱- جدول تفکیکی سؤالات پرسشنامه

منبع	شماره سؤالات	ابعاد	متغیر
برنز، ۱۹۸۷	۱ و ۴ و ۵ و ۸ و ۹ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۵ و ۱۷ و ۲۰	رهبری تحول	سبک‌های رهبری
	۲ و ۳ و ۶ و ۷ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۴ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹	رهبری تبدیلی	
نیهوف و مورمن، ۱۹۹۳	۲۱ الی ۴۰		عدالت سازمانی
دکتر محمد مقیمی (۱۳۸۸)	۴۱ الی ۵۳		بهره‌وری سازمانی

همانطور که در بالا اشاره شد، سبک‌های رهبری دارای ۲۰ سؤال بوده، پرسشنامه عدالت سازمانی مشتمل بر ۲۰ سؤال و پرسشنامه بهره‌وری کارکنان نیز دارای ۱۳ سؤال (مجموعاً ۵۳ سؤال) است که در تنظیم پاسخ آن‌ها، از روش پنج درجه‌ای لیکرت استفاده شده است. تمامی سؤالات پرسشنامه دارای ۵ گزینه، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد، خیلی زیاد می‌باشند که به ترتیب ارزش‌های ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ برای آن‌ها در نظر گرفته شده است.

جدول ۲- ضریب آلفای کرونباخ

تعداد سؤال	ضریب آلفای کرونباخ	متغیرهای تحقیق
۱۰	۰/۸۰۰	رهبری تحول‌آفرین
۱۰	۰/۷۴۹	رهبری تبدیلی
۲۰	۰/۷۵۵	سبک‌های رهبری
۲۰	۰/۷۹۷	عدالت سازمانی
۱۳	۰/۸۸۸	بهره‌وری سازمانی
۵۳	۰/۸۲۱	مجموع سؤالات

در نهایت مجموع سؤالات پرسشنامه که مشتمل بر ۵۳ سؤال می‌باشد دارای ضریب آلفای ۰/۸۲۱ می‌باشد. همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد ضرایب آلفای کرونباخ بدست آمده ۰/۸۲۱ می‌باشد که نشان از پایایی آن می‌باشد.

۵- چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری تحقیق نظری بنیانی است که تمامی پژوهش برآن استوار است این چارچوب شبکه‌ای است منطقی، توصیفی و پرورده مشتمل بر روابط موجود میان متغیرهایی که در پی اجرای فرایندهایی چون مصاحبه، مشاهده و بررسی پیشینه شناسایی شده‌اند این متغیرها ناگزیر با مسئله پژوهش مرتبط‌اند همان گونه که بررسی پیشینه مبنای چارچوب نظری را تشکیل می‌دهد، یک چارچوب نظری خوب نیز در جای خود، مبنای منطقی لازم برای تدوین فرضیه‌های آزمون‌پذیر را فراهم می‌آورد (سکاران، ۱۳۸۶: ۹۴).



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (با الهام از نظریه سبک‌های رهبری برنز (۱۹۷۸))

۶- تعاریف مفهومی و عملیاتی تحقیق

جدول ۳- تعاریف متغیرهای تحقیق

تعریف عملیاتی	تعریف مفهومی	متغیر
منظور از سبک‌های رهبری در این مطالعه میانگین کسب شده از پاسخ به سؤالات ۱ الی ۲۰ می‌باشد.	طریقی را که رهبر، از نفوذش برای کسب اهداف استفاده می‌کند سبک رهبری می‌نامند. به بیان دیگر نحوه استفاده رهبر از قدرت و نفوذ را سبک رهبری گویند.	سبک‌های رفتاری
منظور از رهبری تحول آفرین در این مطالعه میانگین کسب شده از پاسخ به سؤالات ۱ و ۴ و ۵ و ۸ و ۹ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۵ و ۱۷ و ۲۰ می‌باشد.	رهبر تحول آفرین را به عنوان کسی که پیروان را توانمند می‌سازد و به آن‌ها در جهت عملکرد فراتر از انتظاراتشان انگیزه می‌دهد و آن‌ها را تشویق به پیروی از اهداف دسته‌جمعی به جای منافع شخصی تعریف می‌نماید (باس، ۱۹۸۵).	رهبری تحول آفرین
منظور از رهبری تبدالی در این مطالعه میانگین کسب شده از پاسخ به سؤالات ۲ و ۳ و ۶ و ۷ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۴ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹ می‌باشد.	روشه، بکر و روس به نقل از برنز (۱۹۹۹) رهبری تبدالی را چنین تعریف می‌کند: رهبر با هدف مبادله چیزهای با ارزش از قبیل پرداخت دستمزد به کارکنان برای تلاش و مهارت‌های آنان آغازگر ایجاد ارتباط با آنان است. رهبری تبدالی مستلزم توافق بین رهبر و زیردست جهت رسیدن به هدفی خاص است.	رهبری تبدالی
منظور از عدالت در این مطالعه میانگین کسب شده از پاسخ به سؤالات ۲۱ الی ۴۰ می‌باشد.	عدالت سازمانی اصطلاحی است که برای توصیف نقش عدالت که به طور مستقیم با موقعیت شغلی ارتباط دارد، به کار می‌رود.	عدالت سازمانی
منظور از بهره‌وری کارکنان در این مطالعه میانگین کسب شده از پاسخ به سؤالات ۴۱ الی ۵۳ می‌باشد.	بهره‌وری عبارت است از به حداکثر رساندن استفاده از منابع، نیروی انسانی و تمهیدات به طریق علمی به منظور کاهش هزینه‌ها و رضایت کارکنان، مدیران و مصرف کنندگان (استادزاده، ۱۳۸۷).	بهره‌وری سازمانی

۷- یافته‌های تحقیق

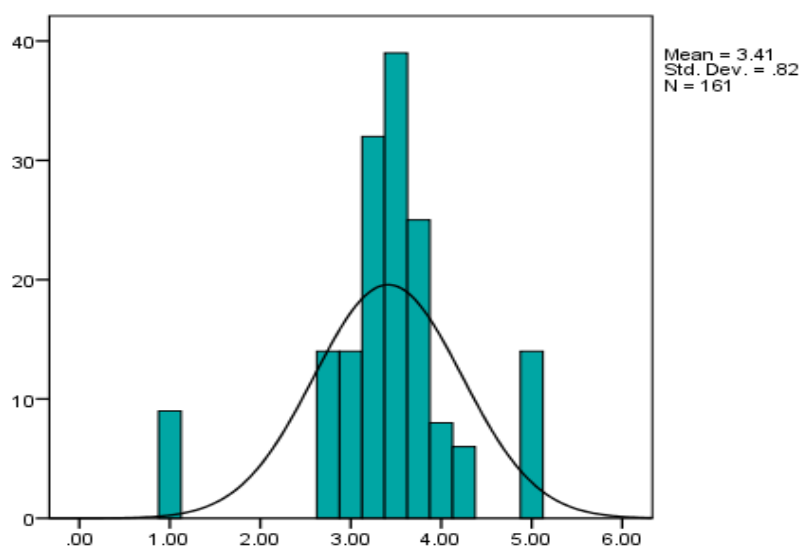
در سال ۱۳۷۲ هجری قمری (۱۳۳۰ ه.ش) وزارت علوم تاسیس گردید. وزارت علوم ابتدا به وزارت علوم و معارف تغییر نام یافته سپس در سال ۱۳۲۸ هجری قمری (۱۲۶۶ ه.ش) به وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه تغییر نام یافت این وزارتخانه وظایف آموزش و پرورش، فرهنگ و هنر، علوم و آموزش عالی و سازمان اوقاف را برعهده داشت. در سال ۱۳۰۰ ه.ش شورای عالی معارف به منظور توسعه دوائر علوم و اشاعه معارف و فنون و رفع نقایص تحصیلات علمی و فنی تشکیل گردید. در تیرماه سال ۱۳۴۶ ه.ش شورای عالی فرهنگ و هنر تاسیس شد. در تاریخ ۱۳۵۷/۱۲/۱۷ بموجب مصوبه شورای انقلاب اسلامی وزارت فرهنگ و

آموزش عالی از ادغام دو وزارتخانه «فرهنگ و هنر» و «علوم و آموزش عالی» تشکیل شد. در پژوهش حاضر از نتیجه آزمون کولموگروف اسمیرنوف مشخص گردید که نمونه آماری ما دارای توزیع نرمال بوده و به تبع آن برای بررسی مدل تحقیق و ارائه مدل عملیاتی، با استفاده از تکنیک تحلیل ساختارهای عاملی و تحلیل مسیر و به کمک نرم افزار Lisrel به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد و به منظور فراهم شدن امکان تحلیل همزمان روابط متغیرها، روش معادلات ساختاری استفاده شد. برای بررسی تعدیل-کنندگی عوامل فردی، از روش رگرسیون سلسله مراتبی و از نرم افزار Spss نیز استفاده گردید.

۱-۷- متغیر سبک‌های رهبری

جدول ۴- توصیفی متغیر سبک‌های رهبری

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
سبک‌های رهبری	۱۶۱	۱	۵	۳/۴	۰/۸۲



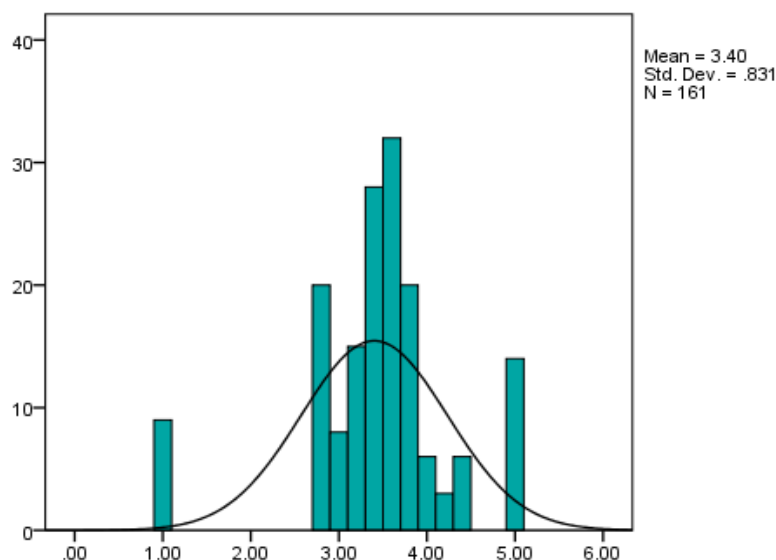
شکل ۲- هیستوگرام متغیر سبک‌های رهبری

با توجه به جدول و نمودار فوق نمره متغیر سبک‌های رهبری دارای مینیمم ۱، ماکزیمم ۵، میانگین ۳/۴ و انحراف معیار ۰/۸۲ می‌باشد و از آنجا که دارای میانگین ۳/۴ است. می‌توان گفت: نمره سبک‌های رهبری بیش از حد متوسط مورد انتظار طیف (۳) است.

۲-۷- متغیر رهبری تحول‌آفرین

جدول ۵- توصیفی متغیر رهبری تحول‌آفرین

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
رهبری تحول‌آفرین	۱۶۱	۱	۵	۳/۴	۰/۸۳



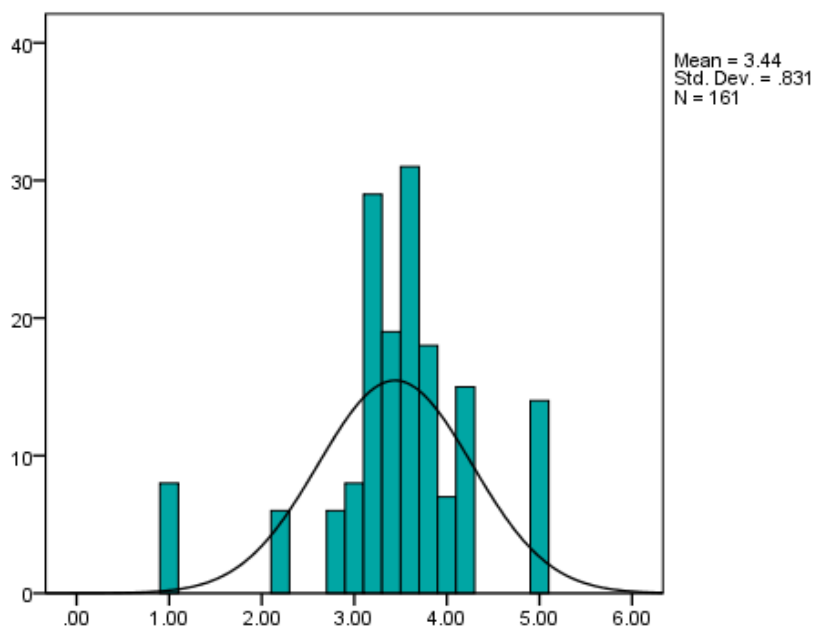
شکل ۳- هیستوگرام متغیر رهبری تحول آفرین

باتوجه به جدول و نمودار نمره متغیر رهبری تحول آفرین دارای مینیمم ۱، ماکزیمم ۵، میانگین ۳/۴ و انحراف معیار ۰/۸۳ می باشد. چنانچه مشاهده می شود دارای میانگین ۳/۴ است یعنی نمره رهبری تحول آفرین بیشتر از حد متوسط مورد انتظار طیف (۳) است.

۳-۷- متغیر رهبری تبادلی

جدول ۶- توصیفی متغیر رهبری تبادلی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
رهبری تبادلی	۱۶۱	۱	۵	۳/۴	۰/۸۳



نمودار هیستوگرام متغیر رهبری تبادلی

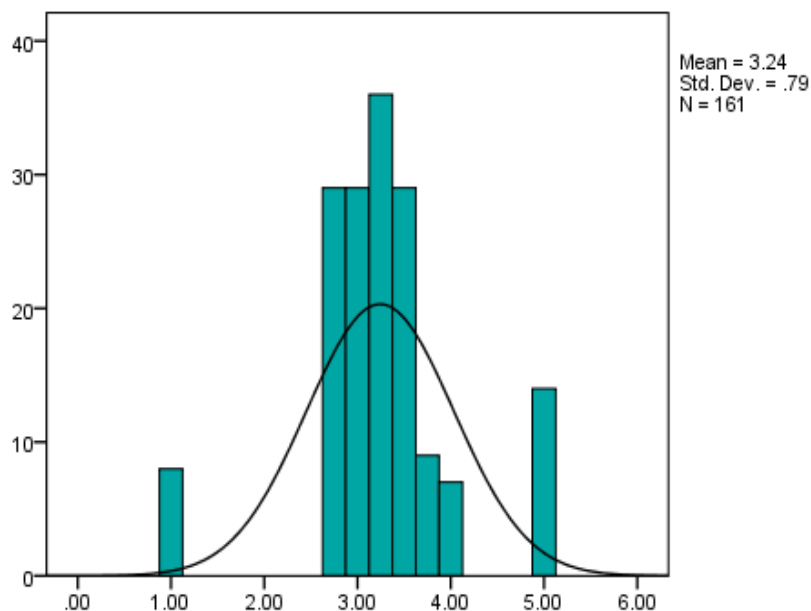
شکل ۴- هیستوگرام متغیر رهبری تبادلی

با توجه به جدول و نمودار فوق مشاهده می شود که نمره متغیر رهبری تبادلی دارای مینیمم ۱، ماکزیمم ۵، میانگین ۳/۴ و انحراف معیار ۰/۸۳ می باشد. از آنجا که دارای میانگین ۳/۴ است نمره رهبری تبادلی بیش از حد متوسط مورد انتظار طیف (۳) است.

۴-۷- متغیر عدالت سازمانی

جدول ۷- توصیفی متغیر عدالت سازمانی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
عدالت سازمانی	۱۶۱	۱	۵	۳/۲	۰/۷۹



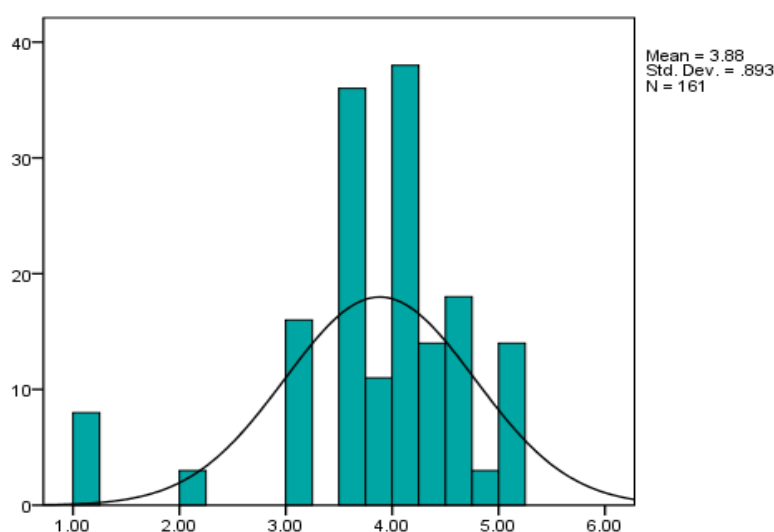
شکل ۵- هیستوگرام متغیر عدالت سازمانی

با توجه به جدول و نمودار فوق که نمره متغیر عدالت سازمانی دارای مینیمم ۱، ماکزیمم ۵، میانگین ۳/۲ و انحراف معیار ۰/۷۹ می‌باشد. از آنجا که دارای میانگین ۳/۲ است می‌توان گفت که نمره عدالت سازمانی بیش از حد متوسط مورد انتظار طیف (۳) است.

۵-۷- متغیر بهره‌وری سازمانی

جدول ۸- توصیفی متغیر بهره‌وری سازمانی

متغیر	تعداد	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار
بهره‌وری سازمانی	۱۶۱	۱	۵	۳/۸	۰/۸۹



شکل ۶- هیستوگرام متغیر بهره‌وری سازمانی

با توجه به جدول و نمودار فوق مشاهده می‌شود که نمره متغیر بهره‌وری سازمانی دارای مینیمم ۱، ماکزیمم ۵، میانگین ۳/۲ و انحراف معیار ۰/۷۴ می‌باشد. از آنجا که دارای میانگین ۳/۲ است. می‌توان گفت که نمره بهره‌وری سازمانی بیشتر از حد متوسط مورد انتظار طیف (۳) است.

۷-۶- تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای تحقیق

در تجزیه تحلیل استنباطی، پیش از آزمون فرضیه‌ها می‌بایست با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی روایی سازه را مورد آزمون قرار دهیم. آزمون برازندگی در تحلیل تاییدی و مسیر، شاخص RMSEA، یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از هشت درصد، شاخص $\frac{\chi^2}{df}$ کمتر از سه و (GFH, CFL, IFI, NNFI) بالاتر از ۰/۹ می باشد. مقدار (T-Value) ضرایب معنی داری هر متغیر نیز بزرگتر از ۲ و کوچکتر از ۲- باشد، مدل از برازش خوبی برخوردار است یا به عبارتی تقریبی معقولی از جامعه برخوردار می باشد. از آنجا که در این بخش، خروجی نرم افزار بدون تغییر آورده شده است، قبل از مشاهده خروجی نرم افزار، جهت شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مکنون و مشاهده‌ای، جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۹- راهنمای شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مدل

متغیر	ابعاد	شماره سؤالات	علائم اختصاری
سبک‌های رهبری	رهبری تحول آفرین	۱ و ۴ و ۵ و ۸ و ۹ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۵ و ۱۷ و ۲۰	r.t.a
	رهبری تبدیلی	۲ و ۳ و ۶ و ۷ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۴ و ۱۶ و ۱۸ و ۱۹	r.t
عدالت سازمانی	۲۱ الی ۴۰		edala
بهره‌وری سازمانی	۴۱ الی ۵۳		bahrevarii

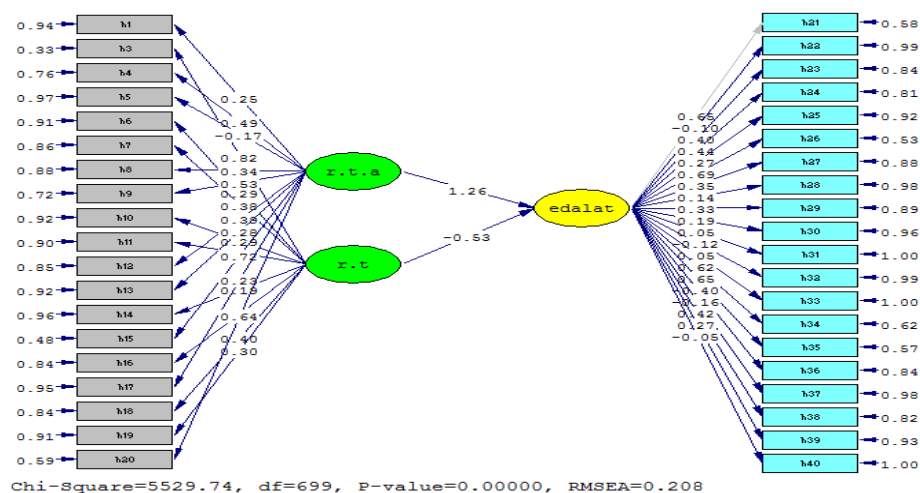
جدول ۱۰- توزیع نرمال متغیرها

معنی داری	کولموگروف اسمیرنوف	مولفه
۰/۱۰۱	۰/۲۸۳	سبک رهبری
۰/۱۲۹	۰/۲۷۷	رهبری تحول آفرین
۰/۱۴۲	۰/۱۲۳	رهبری تبدیلی
۰/۲۲۱	۰/۲۴۷	عدالت سازمانی
۰/۲۲۳	۰/۷۱۹	بهره‌وری سازمانی
۰/۱۶۳	۰/۳۳	جمع

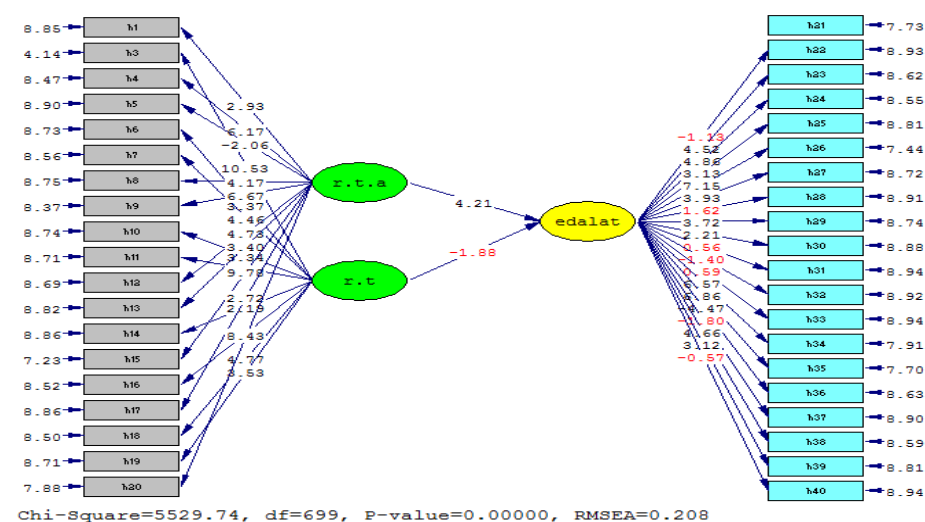
نتایج این آزمون نشان می‌دهد سطح معنی داری متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ است و همچنین باید خاطر نشان کرد نرم-افزار SPSS طبق قضیه حد مرکزی نتایج این پرسشنامه را نرمال تشخیص داده است، لذا فرضیه صفر یعنی نرمال بودن متغیرها مورد تایید قرار می‌گیرد.

۷-۶-۱- آزمون فرضیه‌ها با استفاده از روابط ساختاریافته خطی

پس از تعیین مدل‌های اندازه‌گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده‌های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، فرضیه‌های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شدند. نتایج آزمون فرضیه‌ها در نمودار منعکس شده‌اند.



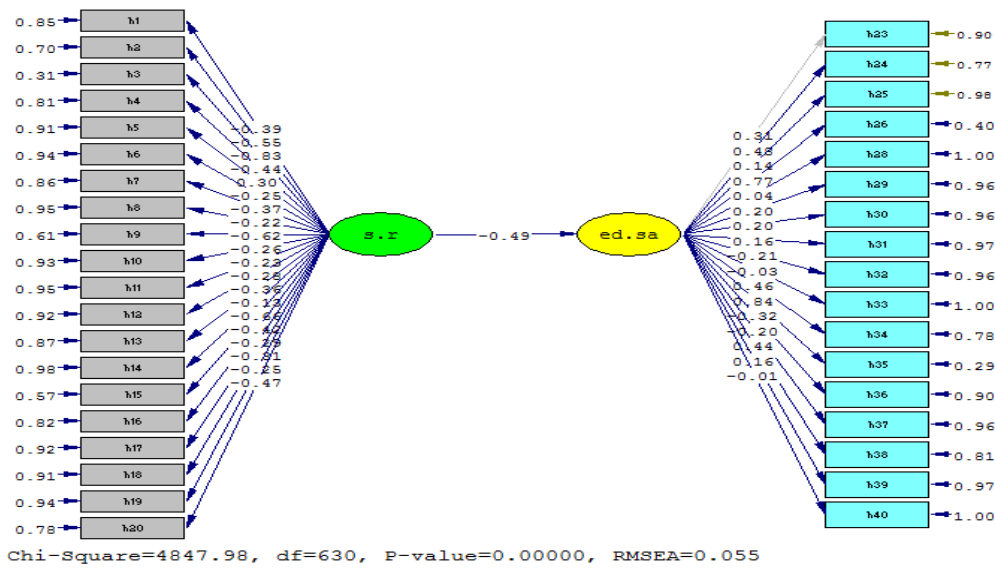
شکل ۷- اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت استاندارد



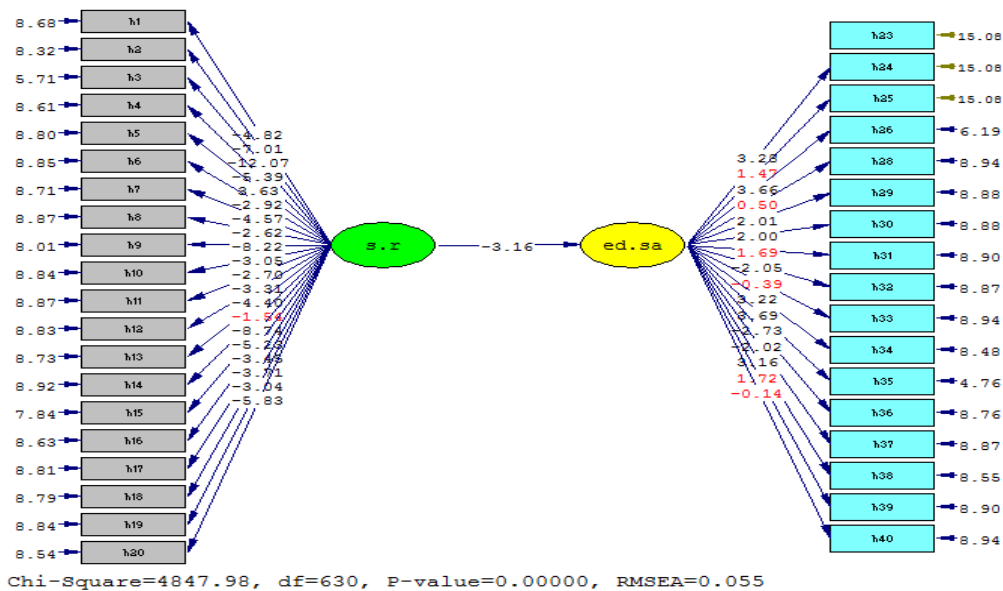
شکل ۸- اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت معنی‌داری

جدول ۱۱- شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی تحقیق

X2/df	RMSEA	RMR	GFI	CFI	NNFI	IFI
3	0.020	0.042	.93	0.94	0.93	0.91



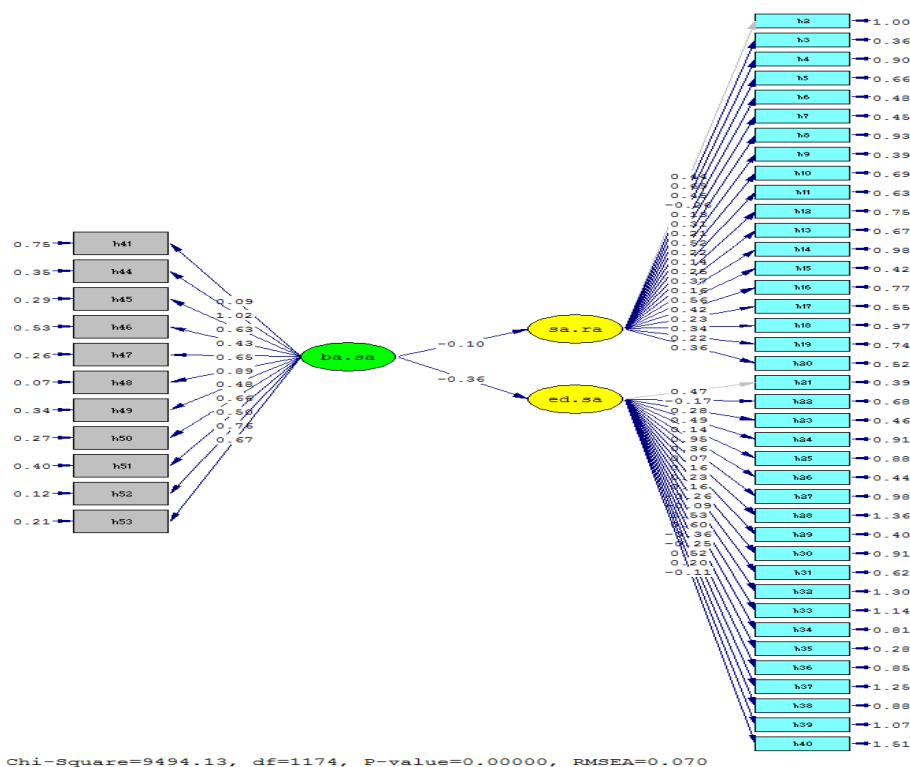
شکل ۹- اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت استاندارد



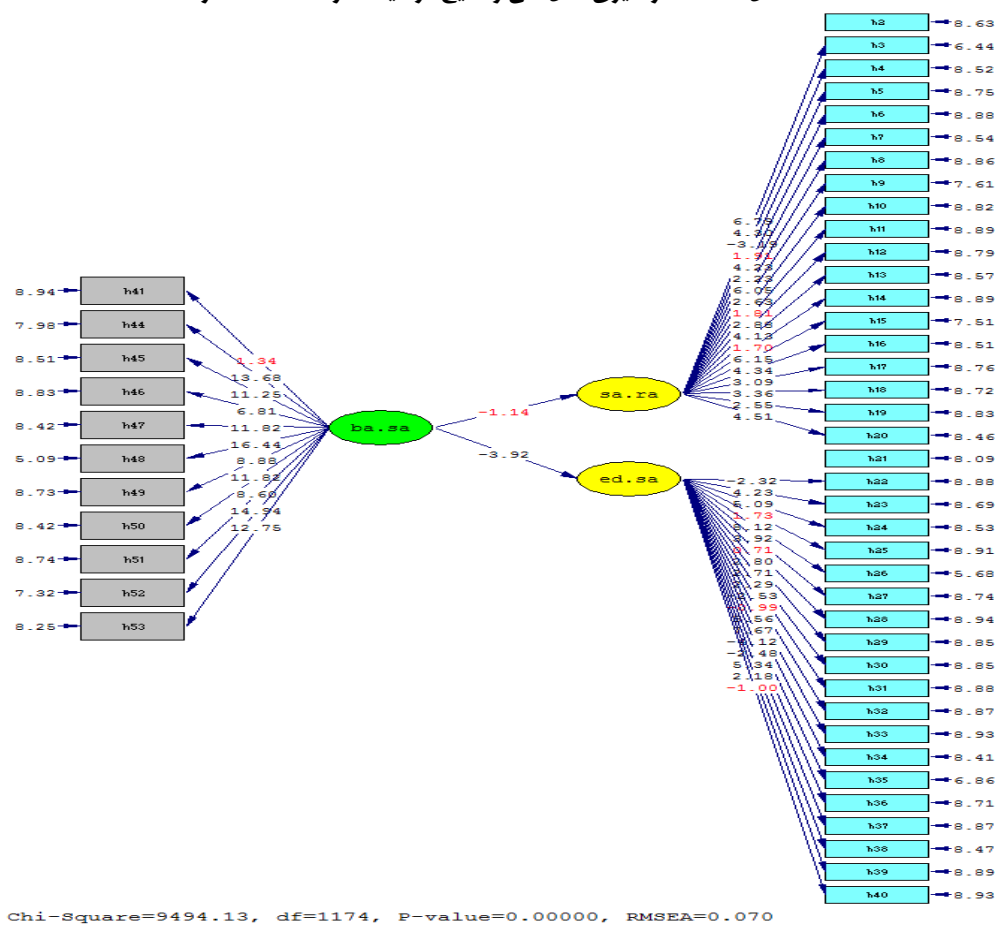
شکل ۱۰- اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت معنی‌داری

جدول ۱۲- شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی تحقیق

X2/df	RMSEA	RMR	GFI	CFI	NNFI	IFI
3	0.050	0.052	.93	0.94	0.93	0.91



شکل ۱۱- اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت استاندارد



شکل ۱۲- اندازه‌گیری مدل کلی و نتایج فرضیه‌ها در حالت معنی‌داری

جدول ۱۳- شاخص‌های برازندگی مدل مفهومی تحقیق

X2/df	RMSEA	RMR	GFI	CFI	NNFI	IFI
3	0.020	0.052	.93	0.94	0.93	0.91

۸- نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

در پایان هر فعالیت تحقیقی، محقق پس از آزمون فرضیات، می‌بایستی نتایج کار را ارائه دهد. نتیجه حاصل از فرضیات نیز پایه‌هایی هستند که پیشنهادات براساس آن شکل می‌گیرند. بنابراین یکی از قسمت‌های مهم تحقیق که در واقع می‌تواند راهی برای تبدیل نظریات به عمل برای موفقیت در آینده باشد نتیجه‌گیری‌های صحیح و پیشنهادات مربوط و مناسب است. نتیجه‌گیری‌هایی که براساس تحلیل‌های صحیح ارائه شده باشد می‌تواند مشکلات موجود بر سر راه سازمان را که تحقیق به آن منظور طراحی شده است را بر طرف کند. در تحقیق حاضر ۱۶۱ نفر از کارکنان اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان مشارکت داشتند که از این ۱۳۳ نفر ۸۲/۶٪ مرد و ۲۸ نفر ۱۷/۴٪ زن می‌باشند. تفسیر نتایج آمار توصیفی بدست آمده: در پژوهش حاضر از نتیجه آزمون کولموگروف اسمیرنوف مشخص گردید که نمونه آماری ما دارای توزیع نرمال بوده و به تبع آن برای بررسی مدل تحقیق و ارائه مدل عملیاتی، با استفاده از تکنیک تحلیل ساختارهای عاملی و تحلیل مسیر و به کمک نرم‌افزار Lisrel به بررسی فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد و به‌منظور فراهم شدن امکان تحلیل همزمان روابط متغیرها، روش معادلات ساختاری استفاده شد. برای بررسی تعدیل-کنندگی عوامل فردی، از روش رگرسیون سلسله مراتبی و از نرم‌افزار SPSS نیز استفاده گردید.

فرضیه اول تحقیق عبارت است از «بین نقش بهره‌وری سازمانی در ارتباط میان رهبری تحول‌آفرین و عدالت سازمانی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان رابطه معنی‌داری وجود دارد». تجزیه و تحلیل انجام شده با استفاده از آزمون رگرسیونی چندمتغیره از داده‌ها در مورد فرضیه اول نشان داد، مقدار اثر کل (مجموع اثر مستقیم و غیرمستقیم) بدست آمده برای این رابطه (۰/۵) بین ۰/۳ تا ۰/۶ بدست آمد، از این‌رو این همبستگی مطلوب است و بنابراین این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. یافته‌های این فرضیه با نتایج مرادی و همکاران (۱۳۹۱)، ناظم فتاح و سمانه حدادپور (۱۳۹۲)، مرتضوی و نیک‌کار (۱۳۹۲) همخوانی دارد. فرضیه دوم تحقیق عبارت است از «بین نقش بهره‌وری سازمانی در ارتباط میان سبک رهبری تبادلی و عدالت سازمانی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان رابطه معنی‌داری وجود دارد». تجزیه و تحلیل انجام شده با استفاده از آزمون رگرسیونی چندمتغیره از داده‌ها در مورد فرضیه دوم نشان داد، مقدار اثر کل (مجموع اثر مستقیم و غیرمستقیم) بدست آمده برای این رابطه (۰/۶) بین ۰/۳ تا ۰/۶ بدست آمد، از این‌رو این همبستگی مطلوب است و بنابراین این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. یافته‌های این فرضیه با نتایج نقی شعبانی سرخنی (۱۳۹۳)، رجبی (۱۳۹۴)، ساجد پورحسن هریس و محبوب شیخ‌علی‌زاده (۱۳۹۴) همخوانی دارد.

۹- پیشنهادات

- تسهیل مشارکت بیشتر پیروان با ایجاد چشم‌انداز مشترک و تصریح اهمیت تعهد قوی نسبت به هدف.
- فاصله گرفتن از ارزش‌های سنتی و تشویق ارائه راه‌حل‌های جدید از راه ارائه پاداش به افکار نو.
- درگیر کردن کارکنان در ارائه چشم‌انداز آینده برای جلب مشارکت بیشتر آن‌ها در تحقق اهداف و داشتن تفکر خوش‌بینانه به آینده برای افزایش انگیزه کارکنان نسبت به کار.
- توجه به نیازهای یکایک کارکنان و ایجاد فرصت شکوفایی و ارتقای آنان به سطح بالاتر توسعه شخصیتی.
- با توجه به اینکه فرضیه فرعی دوم تحقیق حاضر نشان داد رابطه مثبت و معنی‌داری بین رهبری تبادلی و عدالت سازمانی با تعدیلگری بهره‌وری سازمانی در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان گیلان وجود دارد لذا پیشنهاد می‌گردد:
- کارکنان را به انجام کارهای تیمی ترغیب نموده و همچنین از کارکنان متخصص و خلاق در زمینه مشارکت در رهبری اهداف سازمان استفاده کنند.
- مدیران در ازای دستیابی به هدف تعیین شده کارکنان را به لحاظ مادی مورد تشویق قرار دهند.
- مدیران فقط زمانی که مسائل به وضعیت حد رسیده باشد، در کار کارکنان دخالت کنند و این فرصت را برای کارکنان فراهم نمایند تا کارکنان از قدرت خلاقیت و نوآوری خویش در زمینه حل مشکلات سازمان و ارتقاء و تعالی سازمان بهره ببرند.

منابع

۱. استاذزاده، مریم، (۱۳۸۷)، «عوامل مؤثر در افزایش یا کاهش بهره‌وری نیروی انسانی»، نشریه راهکار مدیریت، دوره ۳ شماره ۸، صص ۱۲-۱۸.
۲. اصفهانی‌اصل، مریم، (۱۳۹۳)، «طراحی و آزمودن الگویی از برخی ویژگی‌های فردی، شغلی و سازمانی به عنوان پشایندهای رفتارمندی سازمانی در کارکنان پشتیبانی و ستادی شرکت ملی حفاری ایران»، پایان نامه دکتری، دانشگاه شهید چمران اهواز.
۳. پورحسن هریس، ساجد و شیخعلی زاده هریس، محبوب، ۱۳۹۴، تأثیر سبک های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران
۴. رونالد، ریجو، (۱۹۹۱)، «زمینه روان‌شناسی صنعتی سازمانی»، ترجمه داوود حسین‌زاده و همکاران (۱۳۸۳)، تهران، انتشارات مازیار.
۵. زارعی، زینب، (۱۳۸۵)، «بررسی رابطه سبک رهبری مدیر و جو سازمانی مدرسه در مدارس ابتدائی شهر شیراز». پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم تربیتی دانشگاه شیراز.
۶. سکاران، اوما، (۱۳۸۶)، «روش‌های تحقیق در مدیریت»، ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی تهران. سید جوادین، سیدرضا، ۱۳۸۳، نظریه‌های مدیریت و سازمان، تهران: نگاه دانش.
۷. عسگری، علی، قادری، جواد، (۱۳۸۲)، «تعیین عوامل مؤثر بر مالکیت مسکن در مناطق شهری ایران»، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، ویژه نامه جغرافیا.
۸. مرادی، احمد، طاهری، صادق، جوانبخت، فریبا، طاهری، علی. (۱۳۹۱)، «فراتحلیل تحقیقات انجام شده درباره میزان رابطه سلامت روانی و حمایت اجتماعی در ایران»، تحقیقات علوم رفتاری، (پی در پی ۲۷) (ویژه نامه سلامت و روان)، ۵۶۵-۵۷۳.
۹. مرتضوی، سعید؛ نیک کار، امیر، (۱۳۹۲)؛ «نقش میانجی‌گری عدالت سازمانی در رابطه میان سبک رهبری تحول‌آفرین و کیفیت زندگی کاری کارکنان مورد مطالعه: شرکت آب و فاضلاب مشهد» پژوهشنامه مدیریت اجرایی.
۱۰. مقیمی، محمد، (۱۳۸۸)، «سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی»، تهران، نشر ترمه، ۱۳۷۷.
۱۱. ناظم، فتاح، جعفریان، رحیم، حدادپور، سمانه، (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه مدیریت دانش با هوش هیجانی مدیران در دانشگاه هنر»، دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان.
۱۲. نکویی مقدم، م، بهشتی فر، م، شکوه سلجوقی، ز، (۱۳۸۶)، «تعیین رابطه بین سبک های مدیریتی با وظایف مدیران دانشگاه علوم پزشکی کرمان». نشریه مدیریت سلامت.
13. Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1990). The implications for transactional
14. and transformational leadership for individual, team and organizational development. In Research in organizational change and development, Vol. 4, pp: 231-272.
15. Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1995). Multifactor Leadership Questionnaire, Mind Garden, Inc. -Bangkeodphol. P., (2007): Relations Between Personel Factors, Quality of Work Life & Job Performance of Professional Nurses in Private Hospitals.
16. Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectations. New York: The Free Press.
17. Bass, B.M., and Avoloo, B.J. 2001. Potential biases in leadership measures: how prototypis. leniency and general satisfaction relate rating and rankings of transformational and transactional leadership construct educational and psychological measurement, 49(12), pp. 112-32.
18. Burns, J. M, (1978), "Leadership", Harper & Row, New York, NY.
19. Burns, J. M, (1978), "Leadership", New York: Harper & Row.
20. Burns, J. M. (1978), "Leadership", Harper & Row Publishers, New York, NY.
21. Burns, J. M. (1999), "Transactional and Transformational Leadership", in Hickman, G. R. (Ed), Leading Organizations, Sage Publications, Thous and Oaks, CA, pp. 133 - 4.
22. Chen, L.H, Liaw, S.Y, Lee, T.Z.(2003). Using an HRM pattem approach to exmine the productivity of manufacturing firms an empirical study, International journal of Manpowrr,(7)24.
23. Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinates of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. Academy of Management Journal, 137, 580-607.
24. Spector, P., Borman, W., and Cimino, C. (2001). "Emotional intelligence and leadership styles", Department of Psychology College of Arts and Sciences, available at Shannon Webb.

بررسی و مطالعه تطبیقی پاسخگویی در نظام اداری ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۱

کد مقاله: ۲۴۴۶۲

اسداله مهرآرا^{۱*}، سهیلا نیکخواه^۲

چکیده

با افزایش آگاهی‌های عمومی شهروندان در جوامع مختلف، انتظارات آنها از دولت‌ها افزایش داشته است. شهروندان انتظار دارند که اصول اخلاقی، قوانین و مقررات، عدالت و برابری، صرفه‌جویی در منابع، کارایی در تولید و مشارکت دادن آنها را بیشتر از گذشته مورد توجه قرار دهند که پاسخگویی کارآمد دولت می‌تواند این انتظارات را محقق نماید. در این مقاله، موضوع پاسخگویی با تأکید بر پاسخگو بودن دولت مورد مطالعه قرار می‌گیرد و سپس پاسخگویی در نظام اداری ایران با کشورهای انگلستان، امریکا، فرانسه و چین به صورت تطبیقی، بررسی شده است. با مقایسه نظام پاسخگویی دولت در ایران با نظام پاسخگویی چهار کشور مورد مطالعه، به نظر می‌رسد پیش‌بینی پاسخگویی دولت در قوانین ج.ا.ایران به خوبی دیده شده است و کشور ما دارای نظام پاسخگویی دولتی بسیار خوبی است و در صورتی که نهادهای پیش‌بینی شده در قانون که دولت موظف به پاسخگویی به آنها است با اهتمام ویژه‌ای دولت و مدیران دولتی را به پاسخگویی ملزم کنند می‌توان دولت را به سمت پاسخگویی اثربخش هدایت نمود.

واژگان کلیدی: پاسخگویی، نظام اداری، دولت، مطالعه تطبیقی

۱- استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران (نویسنده مسئول)
mehrara.a@qaemiau.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری گروه مدیریت دولتی، واحد قائم شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائم شهر، ایران

۱- مقدمه

هر روزه شاهدیم دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های دولتی در جست‌وجوی راه‌حلی برای مسائل و مشکلات خاص جامعه‌اند و پاسخگویی می‌تواند این مسائل را شفاف نماید (ابوالحسنی رنجبر و همکاران، ۱۳۹۶، ۶۱۶). پاسخگویی^۱ یکی از چالش‌هایی است که دولت‌ها امروزه با آن مواجه هستند. امروزه دولت‌ها بایستی نسبت به خط‌مشی‌ها و اقداماتشان پاسخگو باشند. هر دولتی نیازمند یک سیستم پاسخگو است و لازمه دموکراسی، داشتن یک سیستم پاسخگویی مناسب است. سازمان‌های دولتی، به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می‌شوند و می‌بایست در برابر آنها پاسخگو باشند (هیوز، ۱۳۹۸، ۲۸۵). پیش‌فرض پاسخگویی در بخش عمومی و دولتی اینگونه است که اقدامات و تصمیمات مدیران همیشه بر امور مختلف جامعه تأثیر می‌گذارد. در نظام‌های بوروکراتیک، نمایندگان مردم و مجلس، مدیران دولتی را انتخاب می‌کنند. لذا مردم بطور مستقیم در انتخاب مدیران اجرایی دولت دخالت می‌نمایند. همچنین مدیران ارشد، خود سایر مدیران را تعیین و به آنها تفویض اختیار می‌دهند (فقیهی، ۱۳۸۰، ۵۴). پاسخگویی می‌تواند در خط‌مشی‌گذاری که به منزله یکی از اولویت‌های هر کشور است، تأثیر بسزایی داشته باشد (ابوالحسنی رنجبر و همکاران، ۱۳۹۷، ۱۶). رابطه بین دولت و شهروندان، سیستم پاسخگویی را شکل می‌دهد که به موجب آن، سازمان‌های دولتی وظایف مربوط را انجام می‌دهند و باید درقبال انجام وظایف پاسخگو باشند. پاسخگویی از ابزارهای کنترل و نظارت بر قدرت و مقابله با سوء استفاده از قدرت است. بنابراین در همه نظام‌ها، فرآیندها و سازوکارهایی برای دولت پیش‌بینی شده است. اگر دولت‌ها پاسخگو نباشند، یک سویه و مستبد و فسادانگیز خواهند شد. لازمه دموکراسی، داشتن یک سیستم پاسخگویی مناسب است و فقدان پاسخگویی موجب بی‌اعتمادی است (هیوز، ۱۳۹۸، ۲۸۸). امروزه دولت‌ها از یک سو، در مقابل مردمان و سازمان‌های ملی خود احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و از سوی دیگر، الزامات بین‌المللی و نیروهای جهانی آنان را وادار به اعمال روش‌ها و شیوه‌هایی می‌کند که در عمل مغایر خواست و انتظارات شهروندان آنها است (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۸۰، ۱۶). با افزایش آگاهی‌های عمومی شهروندان در جوامع مختلف، انتظارات آنها از دولت‌ها افزایش داشته است. شهروندان انتظار دارند که اصول اخلاقی، قوانین و مقررات، عدالت و برابری، صرفه‌جویی در منابع، کارایی در تولید و مشارکت دادن آنها را بیشتر از گذشته مورد توجه قرار دهند که طراحی و اجرای یک نظام پاسخگویی کارآمد می‌تواند این انتظارات را محقق نماید. در این مقاله، موضوع پاسخگویی با تأکید بر پاسخگو بودن دولت مورد مطالعه قرار می‌گیرد و سپس پاسخگویی در نظام اداری ایران با کشورهای انگلستان، آمریکا، فرانسه و چین به صورت تطبیقی، بررسی شده است و رهنمودهایی برای پاسخگویی بهتر دولت ارائه می‌شود.

۲- مبانی نظری پاسخگویی

پاسخگویی یکی از ابزارهای اصلی مبارزه با ناکارآمدی و فساد به حساب می‌آید و دستیابی به نظام پاسخگویی مناسب از اهداف اصلی اصلاحات اداره امور عمومی است. وجود سیستم کارآمد پاسخگویی از سویی باعث حفظ مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی می‌شود و از سوی دیگر، می‌تواند از ناکارآمدی سیستم اداری جلوگیری کند. بر مبنای پاسخگویی شخص یا دولت باید برای رفتار خویش در برابر کسانی که حق قضاوت درخصوص رفتار او را دارند، پاسخگو باشد (صبحی و همکاران، ۱۳۹۷). پاسخگویی به فرآیندهایی گفته می‌شود که حاکمان را برای رفتار و عملکردشان مسئول می‌کند (آکوئین^۲، ۲۰۰۰، ۴۵). پاسخگویی تعهد در قبال مسئولیت است و هر کسی که به نام شخص یا گروهی عملی را انجام دهد، می‌بایست به همان شخص یا گروه نیز گزارش بدهد و یا به نوعی در برابر آنها مسئول باشد (هیوز، ۱۳۹۸، ۲۸۸). پاسخگویی نیروی پیش برنده است که بر بازیگران کلیدی فشار می‌آورد تا در برابر ارائه عملکرد و اطمینان از آن احساس مسئولیت نمایند (پائول، ۲۰۱۶، ۵). اگر حکومت در برابر مردم پاسخگو است، باید به صورت مشخص افرادی باشند که در صورت مشکل بتوانند مورد اتهام قرار گرفته و برای سوء استفاده یا قصور و یا خطا و مشکلات در سیاست‌گذاری تنبیه شوند (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۸۰، ۱۹). والدو (۱۹۴۵) معتقد است پذیرش غیرممتدانه چشم‌انداز اداری بیانگر دست کشیدن از نظریه دموکراتیک است. حق انتقاد و پرسشگری نسبت به تصمیمات اداری یکی از اهرم‌های قدرت شهروندان در برابر نظام اداری است (میرسپاسی و اعتباریان، ۱۳۸۷، ۱۸۴). در الگوی مدیریت دولتی نوین، روابط قدرت بین نظام اداری و جامعه متحول گردیده و پاسخگویی مستقیم مدیران و کارگزاران به مردم مطرح شده است و امکان نفوذ و اعمال قدرت شهروندان را بدنبال دارد که هیوز (۱۳۹۸) از آن به عنوان مبادله قدرت بین مردم و دولت نام می‌برد و فقدان آن را موجب ظهور قدرت مسلط و در نهایت فساد می‌داند. دنهارت (۱۹۸۸) بیان می‌کند افراد باید در برابر تصمیمات اداری از جایگاه ارزش‌های حرفه‌ای پاسخگو باشند. به نظر وی، مشکل اساسی در رابطه بین شهروندان و دولت، بی‌اعتمادی شهروندان به دولت است و ریشه این بی‌اعتمادی، پاسخگویی است (دنهارت، ۱۳۹۰).

۲-۱- اهداف پاسخگویی

امروزه، پاسخگویی مورد تاکید ویژه قرار دارد و فرآیندهایی است که از راه انتخابات، مردم مدیران دولتی را انتخاب و آنها برای تصمیماتشان پاسخگو و مسئول هستند. نمایندگان مردم در مجلس قانون گذاری می توانند مدیران دولتی را از نظر نظارتی و مسئولیت پاسخگو نمایند. مدیران عالی و ارشد نیز مدیران زیردست و اجرایی خود را از راه سلسله مراتب اختیار و مسئولیت در برابر قوانین و مقررات پاسخگو نگه می دارند. فقیهی (۱۳۸۰) نظارت بر قدرت و پیشگیری از سوء استفاده از اختیارات را جزو اهداف پاسخگویی می داند و تاکید می کند تبعیت از قانون، صیانت از ارزش های خدمات عمومی و مدیریت کارا و اثربخش خدمات عمومی با پاسخگویی ضمانت خواهد شد.

امروزه دولت ها در شرایطی قرار دارند که باید پاسخگوی نیازهای مردم، احزاب، رسانه ها و گروه های ذی نفع و ذی نفوذ باشند. لذا پاسخگویی در همه نظام های اداری و سیاسی نقش نظارتی و اساسی دارد و قانون گذاران به دنبال این هدف هستند که مدیران دولتی از منابع و قدرت که به آنها واگذار شده، سوء استفاده نکنند. بنابراین در همه کشورها، فرآیندهایی برای نظارت بر دولت و قوه مجریه پیش بینی شده است و پاسخگویی دولت می تواند به عنوان ابزار کنترل قدرت باشد (آکوئین، ۲۰۰۰، ۴۵). با اهمیت ترین بعد پاسخگویی این است که شهروندان اعتماد داشته باشند که کارگزاران و مدیران دولتی در استفاده موثر و بهینه از منابع و امکانات عمومی از حدود قوانین و مقررات عدول نکنند. لذا هدف دیگر پاسخگویی، تضمین استفاده صحیح از منابع عمومی است و از این رو نمایندگان مردم در مجلس به نمایندگی از آنها بر استفاده از امکانات و منابع عمومی و ملی نظارت می نمایند. پاسخگویی به عنوان ابزار ارتقاء، پیشرفت و بهبود مستمر خدمات عمومی به جنبه مثبت خدمات دولتی اشاره دارد. این جنبه از پاسخگویی نوعی فرآیند یادگیری مستمر نیز تلقی می شود و ابزاری برای بهبود خدمات دولتی است (آکوئین، ۲۰۰۰، ۵۳).

۲-۲- انواع پاسخگویی در بخش عمومی

اندرسون (۱۹۷۱) بیان می کند توجیه کردن، گزارش دادن و تشریح کردن، جنبه های مهم پاسخگویی هستند. پاسخگویی شناخت حقوق عمومی است که بدانند چه اعمالی باید انجام گیرد و انواع پاسخگویی عبارتند از: عمومی، مدیریتی، مالی، سیاسی، حرفه ای، قانونی و اجتماعی. هیکس (۱۹۸۸) و استون (۱۹۹۳) انواع پاسخگویی را شامل مدیریتی، سیاسی، عمومی، حرفه ای و قانونی می دانند. ولف (۲۰۰۰) انواع پاسخگویی را شامل قانونی، مالی، سیاسی و اخلاقی می داند. رمزک (۲۰۰۰) معتقد است پاسخگویی به انواع پاسخگویی سیاسی، پاسخگویی قانونی، پاسخگویی سازمانی و پاسخگویی حرفه ای قابل تفکیک است. شکل زیر انواع پاسخگویی را در ۴ بخش نشان می دهد. در این شکل، پاسخگویی از دو بعد میزان استقلال و منبع نظارت نشان داده شده است. میزان استقلال می تواند کم و زیاد و منبع نظارت می تواند درونی و بیرونی باشد.

جدول ۱- انواع پاسخگویی (رمزک، ۲۰۰۰)

منبع نظارت			
		میزان استقلال	
بیرونی	درونی	کم	زیاد
قانونی	سازمانی		
سیاسی	حرفه ای		

پاسخگویی حرفه ای، جنبه درونی دارد و اهمیت آن در این است که چه کسی استاندارد عملکرد را که مبنای قضاوت برای پاسخگویی است تعیین خواهد کرد؛ در این نوع پاسخگویی، منبع استاندارد عملکرد قضاوت شخصی فرد است. در نظام های پاسخگویی حرفه ای استقلال افراد برای تصمیم گیری ها حفظ می شود و عملکرد آنان با هنجارهای حرفه ای، اعتقادات و تجارب شخصی آنان مورد قضاوت قرار می گیرد. پاسخگویی سیاسی جنبه بیرونی دارد. در پاسخگویی سیاسی منبع تعیین استاندارد عملکرد یا به عبارت دیگر کسی که استاندارد عملکرد را مبنای قضاوت برای پاسخگویی قرار می دهد، خود شخص نیست و بلکه دیگران هستند. در پاسخگویی سیاسی مدیران به خواسته های مقامات سیاسی یعنی منتخبان مردم، همچنین گروه های ذینفع و سایر نهادهای سیاسی جوابگو می شوند. به عبارتی دیگر پاسخگویی سیاسی نظارت اصیل بر وکیل است.

پاسخگویی سازمانی همان نظارت ها و ممیزی های داخلی سازمان است. در این پاسخگویی که مبتنی بر روابط رئیس و مرئوس است، مدیران بر عملکرد کارکنان زیردست خودشان نظارت می کنند و ارزیابی عملکرد کارکنان مصداقی از پاسخگویی سازمانی است. همچنین تدوین مقررات، آیین نامه ها و دستورالعمل ها و دیگر ساز و کارهای نظارتی که اختیارات کارکنان را تعیین می کنند از

جمله پاسخگویی سازمانی هستند. پاسخگویی قانونی همان نظارت‌های بیرونی بر عملکرد است که هدف آن تطبیق عملکرد با الزامات قانونی و قوانین بالادستی است. پاسخگویی قانونی مبتنی بر روابط اصیل و وکیل است و اغلب از طریق بازرسی‌ها و حسابرسی‌های ویژه صورت می‌گیرد. در هر یک از انواع چهارگانه پاسخگویی، متغیرها و بازده مشخصی مورد انتظار است. جدول زیر انواع نظام‌های پاسخگویی را بر حسب متغیر وابسته و بازده مورد انتظار نشان می‌دهد.

جدول ۲- نظام‌های پاسخگویی بر حسب متغیر و بازده مورد انتظار

نوع پاسخگویی	متغیر	بازده مورد انتظار
سازمانی	کارایی و بهره‌وری	اطاعت از دستورات سازمانی
قانونی	اجرای قانون	اجابت دستورات و احکام خارج سازمان
حرفه‌ای	دانش تخصصی	احترام به قضاوت و دانش تخصصی افراد
سیاسی	جوابگویی	جوابگویی به صاحبان سازمان (مردم و مجلس)

۳- بررسی تطبیقی پاسخگویی در نظام‌های اداری مختلف

با افزایش آگاهی‌های عمومی شهروندان در جوامع مختلف، انتظارات آنها از دولت‌ها افزایش داشته است. شهروندان انتظار دارند که اصول اخلاقی، قوانین و مقررات، عدالت و برابری، صرفه‌جویی در منابع، کارایی در تولید و مشارکت دادن آنها را بیشتر از گذشته مورد توجه قرار دهند که طراحی و اجرای یک نظام پاسخگویی کارآمد می‌تواند این انتظارات را محقق نماید. در این مقاله، موضوع پاسخگویی با تأکید بر پاسخگو بودن دولت مورد مطالعه قرار می‌گیرد و سپس پاسخگویی در نظام اداری ایران با کشورهای انگلستان، امریکا، فرانسه و چین به صورت تطبیقی، بررسی شده است و رهنمودهایی برای پاسخگویی بهتر دولت ارائه می‌شود.

۳-۱- پاسخگویی در نظام اداری انگلستان

انگلستان دارای نظام سلطنت پارلمانی یا پادشاهی مشروطه است. به این معنا که پادشاه یا ملکه، رئیس حکومت شناخته می‌شود و نخست‌وزیر که ارشدترین عضو پارلمان به حساب می‌آید، رئیس دولت است. مبنای عمل در این کشور قانون اساسی نانوشته‌ای است که در طول قرن‌ها تکامل یافته است. قوانین آن شامل قوانین موضوعه، حقوق عرفی و فرهنگ عرفی است. این قوانین از طریق تصویب لایحه پارلمانی، توافق کلی و احکام قضایی مورد تغییر قرار می‌گیرند. اصول قانون اساسی در انگلستان و سوابق اجرایی آن در نهادهای حکومتی غیرقابل تغییر هستند. این نهادها شامل پادشاه، هیئت وزیران، شورای اختصاصی و پارلمان می‌باشند. پادشاه بریتانیا در رأس کشور قرار دارد و طبق قانون در رأس دو قوه اجرائیه و قضائیه و نیز فرمانده کل نیروهای مسلح سلطنتی و رئیس کلیسا می‌باشد (رحیمی‌مقدم، ۱۳۹۸).

قوه مقننه متشکل از دو مجلس عوام و مجلس اعیان است، نظام قضایی آن مستقل از قوه مجریه و قوه مقننه است. دیوان عالی نیز بالاترین مرجع رسیدگی به دعاوی قضایی در این کشور است. نظام سیاسی این کشور دارای شش نوع انتخابات است که طی آن‌ها اعضای مجلس، کابینه، دولت‌های محلی، نمایندگان بریتانیا در اتحادیه اروپا، شهرداری‌ها، و کمیساریای پلیس انتخاب می‌شوند. وزارتخانه‌ها واحدهای اداری اصلی به شمار می‌آیند و صنایع ملی و شرکت‌های دولتی نیز بخشی از تشکیلات دولتی محسوب می‌شوند. هر وزارتخانه توسط وزیری اداره می‌شود که در مقابل پارلمان مسئول است. در هر وزارتخانه دبیرخانه ثابتی وجود دارد که مدیریت آن بعهده یکی از کارکنان ارشد خدمات دولتی است. دبیر، اداره وزارتخانه را عهده‌دار است و مسئول مستقیم وزیر است. دبیر ثابت را تعدادی معاون یاری می‌دهند که هرکدام مسئولیت بخش‌هایی از وزارتخانه را عهده دارند (نقیب‌زاده، ۱۳۹۸).

در انگلستان دادگاه‌های اداری آنچنان که در دیگر کشورهای اروپایی متداول است وجود ندارد. دادگاه‌های فرعی و نظارت‌های سیاسی ابزارهای مهم پاسخگویی بیرونی به شمار می‌روند. در انگلستان، نظارت قوه مقننه بر مجریه بر فلسفه مسئولیت وزارتی مبتنی است. این نظارت در واقع سازوکار پاسخگویی وزرا به پارلمان تلقی می‌شود. در هنگام انتخابات، دولت در مقابل مردم پاسخگو می‌شود، اما این کار هر پنج سال یک بار رخ می‌دهد، در نتیجه پارلمان به نمایندگی از مردم و در طول این دوران پنج ساله، دولت را بازخواست کرده و آن‌ها را به پاسخگویی وادار می‌کند. این کار از طریق پرسش از وزرا، بررسی و انتقاد از خط‌مشی‌ها و افشای خطاهای اداری یا فردی انجام می‌شود که اغلب به استعفا یا عذرخواهی منتهی می‌شود. در گذشته، اقدامات کارکنان دولت بنام وزیر صورت می‌گرفت و وزیر هم در مقابل مجلس عوام برای رفتار اداری کارکنان پاسخگو بود. اما شرایط به گونه‌ای تحول یافت که تدریجاً وزرا به دلیل وسعت قلمرو فعالیت‌های وزارتخانه‌ای خود عملاً از نظارت بر جزئیات اقدامات و تصمیمات کارکنان وزارتخانه بازماندند (فقیهی، ۱۳۸۰).

بعدها به منظور تضمین پاسخگویی وزرا کوشش‌هایی صورت گرفت که از آن جمله می‌توان به تقویت تعداد و توان کارشناسی کمیته‌های تخصصی پارلمان اشاره کرد. تأسیس دفتر رسیدگی به شکایات پارلمان گام دیگری برای تضمین پاسخگویی مجریان بوده است. این دفتر به شکایت شهروندان علیه کارگزاران می‌پردازد. وابستگی وزرا به کارکنان حرفه‌ای و بی‌طرف و رایزنی با آنان نمونه‌ای از پاسخگویی حرفه‌ای قلمداد می‌شود. در انگلستان پاسخگویی سازمانی همواره مورد توجه بوده است. هم چنانکه تا این اواخر وزرا برای اقدامات کارکنان دولت در برابر پارلمان پاسخگو بودند. وزرا به گونه‌ای سنتی شخصاً و یا کتباً در مورد عملیات زیر مجموعه خود به مجلس گزارش می‌دادند و در صورتی که سوء مدیریت احراز می‌گردید، مسئولیت خطاهای کارکنان خود را می‌پذیرفتند. در اصلاحاتی که بعداً در این مورد انجام گرفت ضمن حفظ پاسخگویی وزیر، مسئولیت خدمات دولتی به خود سازمان‌ها محول شد. ستاده‌های واحدهای دولتی با توافق وزارتخانه‌ها از پیش مشخص می‌شود و مدیران اجرایی مستقیماً در برابر ستاده‌های واحدها مسئول هستند. در قبال این پاسخگویی، اختیارات وسیعی به ویژه در زمینه مدیریت منابع انسانی به مدیران سازمان‌ها واگذار شده است (نقیب‌زاده، ۱۳۹۸).

در خدمات دولتی انگلستان ستاده وزارتخانه‌ها حتی الامکان به صورت کمی تعریف شده است. این تعاریف مبنای ارزشیابی عملکرد واحدها و افراد قرار می‌گیرند. در طول دو دهه گذشته نظام‌های پاسخگویی مالی نیز تقویت شده‌اند. هزینه‌ها را کاهش داده‌اند، از تعداد کارکنان خدمات کشوری کاسته‌اند و فعالیت زاید را حذف کرده‌اند. در جهت تقویت پاسخگویی سازمانی، منشور شهروندی در سال ۱۹۹۱ تدوین شده است که هدف آن بهبود ارایه خدمات دولتی به مردم است. برای خدمات مهم دولتی حدود سی و هفت منشور تدوین شده است. این منشورها هر ساله مورد بازنگری قرار می‌گیرند و بهنگام می‌شوند. منشور شهروندی شفافیت بیشتری برای خدمات ارایه شده فراهم کرده و در نتیجه کارکنان دولت را نسبت به عملکردشان پاسخگو می‌کند. برای بهنگام کردن منشورها از دریافت‌کنندگان خدمات نظرجویی شده و نتایج آن بصورت ادواری منتشر می‌شود. منشورهای شهروندی متضمن اصولی است که مراعات آنها الزامی است، از جمله:

- استانداردهای کیفیت و کمیت خدمات باید به آگاهی دریافت‌کنندگان خدمات برسد.
- نتایج عملکرد سازمانی باید منتشر شود و به اطلاع عموم برسد.
- اطلاعات صحیح از چگونگی ارایه خدمات، هزینه آنها و افرادی که باید خدمات را ارائه کنند منتشر شود.
- احترام به ارباب رجوع و همراهی کارکنان با آنان، اصلی خدشه ناپذیر است و همه مردم به این امر واقفند.
- کارکنان دولت موظفند نام و مشخصات اداری خود را بر روی سینه نصب کنند تا ارباب رجوع به راحتی آنان را بشناسند.
- روش‌هایی برای شکایت نسبت به سوء رفتار اداری پیش‌بینی شده است و خسارات وارده به دریافت‌کنندگان خدمات می‌بایست به گونه‌ای مناسب جبران گردد (فقیهی، ۱۳۸۰).

در انگلستان، پاسخگویی قوه مجریه در مقابل مجلس عوام می‌باشد. در این کشور موارد پاسخگویی قوه مجریه در قبال قوه مقننه عبارتند از: پاسخگویی به سؤال، تذکر و استیضاح نمایندگان مجلس عوام، پاسخگویی به کمیسیون‌های منتخب مجلس عوام (کمیسیون تحقیق و تفحص)، اجرای قوانین مالی و قانون بودجه و همچنین مسئولیت سیاسی وزرا (مسئولیت جمعی و مسئولیت فردی). در انگلستان حفظ حقوق افراد و کنترل قضایی بر قوه مجریه، جبران خسارتی است که از دستگاه قوه مجریه نسبت به فرد زیان دیده وارد می‌شود. این شخص با مراجعه به دادگاه‌های عمومی می‌تواند علیه قوه مجریه ادعای جبران خسارت کند. قراردادهای ویژه نیز یکی از طرق کنترل قوه مجریه می‌باشد. این قراردادها در دو اصل رعایت روح عدالت و اصل عدم تجاوز از حدود اختیارات ریشه دارد که عبارتند از: دستور الزام به انجام وظایف عمومی و قرار ممنوعیت. خارج از دادگاه‌های عمومی، دادگاه‌های دیگری به نام دادگاه‌های اختصاصی یا دادگاه‌های اداری و وزارتی وجود دارند و به امور معمولی‌تر که جنبه‌های اداری و اجتماعی آنها حائز اهمیت می‌باشد، رسیدگی می‌کنند (اعرابی، ۱۳۸۰؛ نقیب‌زاده، ۱۳۹۸).

در انگلستان سیستم دوحزبی حاکم است. حزبی که موفق به کسب اکثریت آرا گردد، عهده‌دار تشکیل دولت می‌شود و حزب اقلیت به عنوان ناظر و کنترل‌کننده دولت سعی می‌کند تا در مسایل و فعالیت‌های دولت موشکافی کرده و نقایص و معایب آن را به سطوح جامعه و مطبوعات کشانده و از این طریق سیستم اداری را اصلاح کند. همچنین رئیس کمیسیون دیوان محاسبات مجلس در انگلستان، از حزب مخالف دولت انتخاب می‌گردد تا بهتر بر عملکردهای دولت نظارت و کنترل کرده و آن را به پاسخگویی بکشانند. نکته دیگری که در خصوص احزاب به ویژه حزب مخالف حائز اهمیت است، مسئولیت‌پذیری و مسئول بودن حزب مخالف می‌باشد. این مسئولیت‌پذیری منجر به تشکیل دولت سایه در انگلستان می‌شود که جایگاه قانونی و مشخصی برای آن در نظر گرفته شده است. در کشور انگلستان مطبوعات و روزنامه‌ها دو نقش اصلاح و بازجویی و تحقیق در دستگاه‌های دولتی را بر عهده دارند. در حالی که اظهار فساد و یا سوءمدیریت و تحقیق در مورد آنها معمولاً خوشایند دستگاه‌های دولتی نیست و علاوه بر آن کار سخت و طاقت فرسایی می‌باشد، مطبوعات در انگلستان علاقه زیادی به تحقیق و بازجویی و مجاب کردن دولت به پاسخگویی دارند. در این کشور، علاوه بر روزنامه‌ها و مطبوعات که در سطح ملی و مرکزی به این مهم می‌پردازند، مطبوعات

محلّی نیز از طریق ارتباط با روزنامه‌ها و مطبوعات مرکزی، آنها را در انجام این وظیفه مهم و در عین حال سنگین یاری و کمک می‌کنند (اعرابی، ۱۳۸۰).

۳-۲- پاسخگویی در نظام اداری ایالات متحده آمریکا

ایالات متحده یک جمهوری مشروطه فدرال است که در آن رئیس‌جمهور ایالات متحده (رئیس دولت و رئیس کشور)، کنگره و نظام قضایی در قوای تضمین شده برای دولت ملی شریک‌اند و دولت فدرال حاکمیت را با دولت‌های ایالات شریک است. قوه‌ی مجریه توسط رئیس‌جمهور مدیریت می‌شود و رسماً از دو قوه‌ی قضائیه و مقننه مستقل است. کابینه به عنوان مجموعه‌ای از مشاوران به رئیس‌جمهور خدمت می‌کند. این مجموعه متشکل است از معاون رئیس‌جمهور و سران دپارتمان‌های اجرایی است. قدرت قانون‌گذاری بین دو بخش از کنگره تقسیم شده است، این دو بخش عبارت‌اند از: سنا و خانه‌ی نمایندگان. قوه قضائیه ترکیبی از دیوان عالی و دادگاه‌های فدرال می‌باشد که قدرت قضایی را به کار می‌گیرد. ساختار قوه‌ی قضائیه تفسیری از قانون اساسی ایالات متحده، قوانین فدرال و مقررات می‌باشد. این شامل حل اختلافات میان شاخه‌های قانون‌گذاری و اجرایی نیز می‌باشد. ساختار دولت فدرال در قانون اساسی تدوین شده است (جیلسون، ۲۰۱۳).

در ایالات متحده آمریکا که نظامی ریاستی دارد دیوانسالاری شدیداً تحت نظارت‌های سیاسی است و در عین حال موضع بیطرفانه‌ای دارد. علاوه بر وزارتخانه‌ها که واحدهای اصلی قوه مجریه‌اند کمیسیون‌های متعددی در دولت، وظایف نظارت بر امور اقتصادی و اجتماعی را عهده دارند. کنگره قدرتمندترین منبع نظارت بر بوروکراسی است و این قدرت را قانون اساسی به قوه مقننه واگذار کرده است. در آمریکا کمیته‌های تخصصی قوه مقننه بر دیوانسالاری نظارت می‌کنند. نمایندگان مجالس از گروه کارشناسی و تخصصی برخوردارند و این امر به آنان امکان می‌دهد بر اقدامات قوه مجریه به گونه مؤثری نظارت کنند (رحمانی و دهانی، ۱۳۹۶). انتصابات رئیس‌جمهور برای کادرهای بالای قوه مجریه باید به تأیید مجلس سنا برسد. مجلس سنا دارای صلاحیت اعلام جرم علیه مقامات بالای کشور، اعم از اجرایی و قضایی است. استیضاح رئیس‌جمهور نیز توسط مجلس سنا انجام می‌شود و رئیس‌جمهور در برابر طرح‌های استیضاح باید پاسخگو باشد. قوه مجریه علاوه بر مسئولیتی که در برابر مجلس سنا دارد در برابر کنگره (مجلسین سنا و نمایندگان) نیز باید پاسخگو باشد. موارد پاسخگویی قوه مجریه در برابر کنگره عبارتند از:

- اجرای قانون؛
 - پاسخگویی در مسائل جنگ و صلح؛
 - اتخاذ تصمیم از سوی رئیس‌جمهور پس از اطلاع و تأیید کنگره؛
 - اجرای صحیح بودجه‌های مصوب کنگره؛ و
 - پاسخگویی رئیس‌جمهور و مسئولیت بالای اجرایی در مورد فعالیت‌های مالی و دارایی خود و همسر (اعرابی، ۱۳۸۰).
- در آمریکا پاسخگویی قانونی از طریق دادگاه‌های عادی صورت می‌گیرد. این دادگاه‌ها از اقتدار بسیاری برای نظارت بر بوروکراسی برخوردارند. تفکیک مطلق قوا در این کشور پایگاه نظارت‌های قانونی را تقویت کرده است. در آمریکا پاسخگویی سازمانی در سال‌های اخیر مورد توجه بوده است (فقیهی، ۱۳۸۰). در ۱۹۷۸ قانون اخلاقیات در دولت تصویب شد که بر طبق آن کارکنان ارشد فدرال موظفند فرم‌هایی را هر ساله درباره وضعیت مالی، عدم استفاده از موقعیت‌های اداری و عدم دریافت هدایا تکمیل کنند. این قانون، دفتری بنام دفتر امور اخلاقی دولت ایجاد کرد که در آغاز به دفتر مدیریت پرسنلی وابسته بود و پس از تصویب قانون اصلاح امور اخلاقی در سال ۱۹۸۹ واحدی مستقل شناخته می‌شود. این دفتر که وابسته به قوه مجریه است موارد خلافاکاری‌ها را به وزارت دادگستری آمریکا گزارش می‌کند. در زمینه برنامه‌های مبارزه با فساد، فعالیت‌های مهمی داشته و تحقیقاتی را انجام می‌دهد. بر اساس قانون اخلاقیات کلیه موسسات دولت فدرال موظفند واحدی جهت نظارت بر امور اخلاقی کارکنانش تاسیس کنند. این واحدها مسئولیت آموزش کارکنان و امور اداری اخلاقیات را عهده دارند. دفتر امور اخلاقی دولت فدرال سالانه کنفرانس‌هایی برگزار می‌کند که از آن جمله کنفرانس بین‌المللی اخلاقیات دولت در سال ۱۹۹۴ بود که چهل و نه کشور در آن مشارکت کردند (رحمانی و دهانی، ۱۳۹۶).

دفتر امور اخلاقی دولت بیشتر هم خود را مصروف بررسی روابط مالی کارکنان کرده است. وقتی مأموری منصوب می‌شود بر اساس مقررات اخلاقی، اطلاعات مربوط به روابط مالی او بررسی می‌شود. این قانون فرصت سوءاستفاده از موقعیت‌های اداری پس از خروج از خدمت را شدیداً محدود می‌کند. همه مأمورانی که منصوب رئیس‌جمهورند باید فرم‌های ویژه‌ای را تکمیل کنند و مجلس سنا پس از رسیدگی به وضعیت مالی آنان، انتصابات را مورد تأیید قرار خواهد داد. در سال ۱۹۹۳ دفتر امور اخلاقی، کتاب راهنمایی را تهیه کرد که در آن دستورالعمل‌هایی برای پیشگیری از ارتکاب کارهای خلاف اداری مدون شده است. در این راهنما اموری چون دریافت هدایا از خارج سازمان، رابطه با سازمان‌های دیگری که کارمند منافعی در آنها دارد، مسائل مالی بعد از

استخدام، سوء استفاده از موقعیت شغلی و فعالیت‌های ناپه‌نچار در خارج سازمان توضیح داده شده است. در سطح ایالتی نیز کمیسیون‌هایی ایجاد شده که به مسائل اخلاقی کارکنان می‌پردازند. تحقیقات نشان می‌دهد میزان اختیارات و اثربخشی این کمیسیون‌ها در ایالات گوناگون متفاوت بوده است. ذکر این نکته ضروری است که دفتر امور اخلاقی دولت در سطح دولت فدرال صرفاً به امور اخلاقی کارکنان قوه مجریه رسیدگی می‌کند حال آنکه کمیسیون‌ها و سازمان‌های ایالتی امور اخلاقی کارکنان سه قوه را کنترل می‌کنند (محمدپناه، ۱۳۹۲).

در ایالات متحده آمریکا، قوه قضاییه دو وظیفه مهم بر عهده دارد. وظیفه اول بر عهده دیوانعالی فدرال که بالاترین مرجع قضایی است، قرار دارد. این وظیفه عبارت است از نظارت و کنترل بر قوانین عادی، آیین‌نامه‌ها و مصوبات قوه مجریه تا مغایر با قانون اساسی فدرال نباشند. وظیفه دیگر قوه قضاییه، احقاق حقوق شهروندان می‌باشد. هرگاه دادگاه‌های ایالات متحده، تضییح حق و یا تخلف از تکلیفی را از سوی قوه مجریه مشاهده کنند، به عنوان پاسداران قانون اساسی به آن تخلف رسیدگی می‌کنند. همچنین نظام حکومتی به صورت فدرال (دولت مرکزی) اداره می‌شود که هر ایالت دارای حکومتی مستقل، قلمروی مشخص، قانون اساسی مختص به خود و قوای حکومتی منتخب مردم می‌باشد. این ایالات در قانونگذاری باید تابع قانون اساسی فدرال باشند و بر خلاف آن قانونی را تصویب و اجرا نکنند. همچنین در دفاع و سیاست خارجی تابع حکومت فدرال می‌باشند. کنترل و نظارت از جمله اهرم‌های مؤثر بر پاسخگویی است. یکی از ابزارهای مهم نظارتی، بازرسی اداری است. نظارت به صورت عمودی و سلسله مراتبی از سوی رئیس دولت و وزرا نسبت به سازمان‌های تابعه و شرکت‌های دولتی اعمال می‌شود. بازرسی اداری اهداف مختلفی را دنبال می‌کند که از آن جمله اصلاح اداری و ارزیابی کارایی دولت است. بازرسی اداری با دیدی بی‌طرفانه در دامنه وسیعی به فعالیت مشغول است و نتیجه را جهت انجام اصلاحات به رؤسای وزارتخانه‌ها و برای آگاهی عموم مردم اعلام می‌کند. جدای از هیأت رسیدگی و بازرسی اداری، در داخل ادارات نیز واحدهای ویژه بازرسی در مورد مسائلی که با اختیارات عمومی و یا معاملات پولی در ارتباطند، مستقر هستند (اعرابی، ۱۳۸۰).

در آمریکا مردم تأثیر زیادی بر سیاست‌های دولت دارند و بر عملکرد دولت نظارت می‌کنند. در یکی از اصلاحیه‌های قانون اساسی تأکید گردیده که اصل خواست مردم است و مردم می‌توانند هرگاه که خواستند شکل حکومت خود را عوض کنند. زیرا اقتدار سیاسی در سیستم حکومتی آمریکا بر اساس خواست مردم است. با توجه به این اصل دولت باید پاسخگویی مردم باشد و هرگاه مردم لازم بدانند، می‌توانند از دولت سؤال کرده و توضیح بخواهند. همچنین مطبوعات نیز جایگاه ویژه‌ای در نظارت و پاسخگویی دولت دارند. در اصلاحیه اول قانون اساسی آمریکا، آزادی مطبوعات مورد تصریح واقع شده است. در یکی از اصول این اصلاحیه آماده است که کنگره هیچ قانونی وضع نخواهد کرد که آزادی نظر و بیان و آزادی مطبوعات را محدود سازد. بر این اساس مطبوعات می‌توانند با استفاده از این حق قانونی خود نقش مؤثر و مفیدی در اعمال کنترل و نظارت بر قوای مملکتی و مسئولین سطوح مختلف حکومت ایفا نمایند (اعرابی، ۱۳۸۰).

۳-۳- پاسخگویی در نظام اداری فرانسه

فرانسه را می‌توان ترکیبی از نظام ریاستی و پارلمانی دانست. در این الگو، قوه مجریه از یک رئیس جمهور غیرمسئول (از لحاظ سیاسی) و یک کابینه مسئول (متشکل از نخست‌وزیر و وزرا) در مقابل مجلس تشکیل شده است. در این نظام، قوه مجریه یک رکنی است و در آن رئیس جمهوری، رئیس کشور و رئیس دولت محسوب می‌شود و اعضای کابینه را تعیین و اداره می‌کند و وزرا در برابر او مسئولیت دارند. مجلس و ریاست جمهوری در برابر یکدیگر دارای ابزارهای کنترل سیاسی بوده و می‌توانند بر یکدیگر تأثیرگذار باشند. مدل حکومتی در فرانسه از دو رکن تشکیل می‌شود؛ نخست دولت که در رأس آن رئیس جمهوری قرار دارد، به طور مستقیم از سوی مردم انتخاب می‌شود و دارای اختیارات گسترده‌ای است. با این حال، در دولت نخست وزیر و وزیران که از سوی رئیس جمهوری منصوب می‌شوند، در برابر پارلمان پاسخگو هستند و پارلمان می‌تواند با رأی عدم اعتماد یا مصوبه‌ای سیاسی مانع از تشکیل کابینه شود. البته رئیس جمهوری نیز می‌تواند در شرایطی خاص پارلمان را منحل کند (محمدپناه، ۱۳۹۸).

قوه مقننه فرانسه دارای دو رکن است؛ رکن اول پارلمان است و رکن دوم، شورای قانون اساسی^۱ است که به عنوان یک نهاد نظارتی است. فلسفه وجودی این ارگان، نظارت بر صحت جریان انتخابات و نظارت بر تطابق قوانین عادی با قانون اساسی است. رکن اول یا پارلمان از دو مجلس ملی و سنا تشکیل می‌شود که مجلس ملی عهده‌دار نظارت بر قوه مجریه است و دولت در برابر نمایندگان این مجلس پاسخگو می‌باشد. نخست وزیر که منتخب رئیس جمهور است و وزرا که از طرف نخست وزیر معرفی شده و تأیید نمایندگان مجلس ملی می‌رسند، در برابر مجلس ملی مسئولیت دارند اما رئیس جمهور هیچگونه مسئولیتی در قبال مجلس ندارد. وظیفه قوه مجریه در مورد پاسخگویی به استیضاح (طرح سانسور دولت)، سؤال نمایندگان، اجرای قانون بوده، پاسخگویی به شکایات مردم شبیه نظام پاسخگویی در جمهوری اسلامی ایران است. اما مجلس فرانسه علاوه بر موارد مذکور، از قدرت قضایی

1. Le Conseil constitutionnel

برخوردار است و در صورتی که رئیس جمهور، نخست وزیر و وزرا مرتکب جرم سنگینی همچون خیانت به کشور شوند، می‌تواند آنها را جهت محاکمه به دادگاه عالی عدالت معرفی کند. این دادگاه متشکل از نمایندگان دو مجلس ملی و سنا می‌باشد (اعرابی، ۱۳۸۰؛ محمدپناه، ۱۳۹۸).

در فرانسه، استقلال قوه قضاییه از اولویت بالایی برخوردار است و قضاوت زیر نفوذ اراده و کنترل هیچ مقامی خارج از مقامات قوه قضاییه قرار ندارند و رئیس جمهور به کمک شورای عالی قضایی ضامن این استقلال می‌باشد. اگر شکایتی در مورد قضاوت و یا دیگر مأموران قوه قضاییه وجود داشته باشد، این شورا به عنوان شورای انضباطی قضاوت انجام وظیفه می‌کند. سیستم دولت به صورت متمرکز است و در هر دپارتمان (استان)، پرفه (استاندار) که نماینده حکومت مرکزی است بر کارهای دپارتمان و کمون (شهرستان) کنترل دارد و تمام اقدامات و عملیات انجمن‌های محلی به نوعی مستقیم یا غیرمستقیم تحت کنترل و نظارت حکومت مرکزی قرار می‌گیرد و در مقابل انجمن‌های محلی و مأمورین منتخب محلی مراقب هستند که مأموران حکومت مرکزی در انجام وظایف خود پا را از حدود قانونی فراتر نگذارند. این نقش در شهرهای بزرگ فرانسه که منتخبین محلی در تنظیم برنامه محلی نقش مهمی بر عهده دارند برجسته‌تر است (اعرابی، ۱۳۸۰؛ محمدپناه، ۱۳۹۸).

در فرانسه برای احقاق حقوق افراد و شهروندان از طرف مردم و افکار عمومی راه کارهایی در نظر گرفته شده است. طبق ماده ۱۵ اعلامیه حقوق بشر و شهروندان فرانسه، جامعه حق دارد از هر مستخدم امور عمومی حساب اداره او را بخواهد. همچنین گروه‌ها و اصناف مختلف می‌توانند با برپایی اعتراضات آرام و هماهنگ مقامات دولتی را وادار به پاسخگویی و استیفای حقوق خود کنند. مطبوعات و روزنامه‌های مستقل از دستگاه دولت، سعی دارند تا با آگاهی بخشیدن به افراد جامعه نسبت به حقوق خود و افشاگری نواقص و سوءمدیریت در دستگاه‌های دولتی، حقوق افراد و شهروندان را استیفا کنند. به طور کلی، ویژگی مهم مطبوعات در فرانسه، استقلال آنها از دستگاه‌های دولتی و تلاش آنها در افشاگری و آگاه کردن افکار عمومی جامعه می‌باشد (اعرابی، ۱۳۸۰).

۳-۴- پاسخگویی در نظام اداری چین

جمهوری خلق چین در چارچوب جمهوری سوسیالیستی اداره می‌شود که توسط یک حزب واحد، حزب کمونیست چین به ریاست دبیرکل اداره می‌شود. قدرت دولتی در جمهوری خلق چین از طریق حزب کمونیست، دولت مرکزی مردم (شورای ایالتی) و نمایندگی استانی و محلی آنها اعمال می‌شود. دولت زیر نظر حزب کمونیست چین و بر مبنای قانون اساسی چین اداره می‌شود که در سال ۱۹۸۲ تصویب شده است. براساس قانون اساسی کشور، حزب کمونیست بر عملکرد هفت ارگان مندرج در قانون اساسی نظارت کامل دارد. از جمله مهمترین ارگان‌های حکومتی کشور چین می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

کنگره ملی خلق (مجلس نمایندگان)، ریاست جمهوری، شورای دولتی، حکومت‌های محلی (استان‌ها)، دادگاه عالی خلق، دادستانی عالی خلق و کنفرانس مشورتی/سیاسی خلق (اوربو، ۱۳۹۵).

در کشور چین تفکیک کامل قوا وجود ندارد و تعدادی از مقامات دولتی و حزبی عضو مجلس نیز می‌باشند. حزب کمونیست چین از کمیته مرکزی، دفتر سیاسی کمیته مرکزی و کمیته دائم متشکل می‌گردد. کمیته دائم بالاترین نهاد تصمیم گیرنده کشور است که خود از هفت عضو تحت عنوانین ذیل متشکل می‌گردد: دبیرکل و رئیس کمیسیون مرکزی نظامی حزب کمونیست (رئیس جمهور)، نخست وزیر، رئیس کنگره خلق، رئیس مجلس سیاسی - مشورتی خلق، معاون رئیس جمهور، عضو کمیته دائم دفتر سیاسی حزب کمونیست و کنگره ملی خلق چین (مجلس نمایندگان) (اوربو، ۱۳۹۵).

کنگره ملی خلق چین بالاترین ارگان قانون گذاری کشور محسوب می‌گردد. اعضاء کنگره برای مدت ۵ سال توسط کنگره‌های محلی انتخاب می‌گردند کنگره ملی، به برپایی اجلاس عمومی سالیانه مبادرت نموده و کمیته دائمی آن نیز که متشکل از معاونین کنگره و تعدادی از نمایندگان برگزیده است، تشکیل جلسه می‌دهد. از جمله اهم وظایف کنگره می‌توان به تدوین یا اصلاح قانون اساسی، وضع قوانین جدید، تصویب طرح‌ها و لوایح و تصمیم‌گیری در خصوص سیاست‌های جنگ و صلح و انتخاب و عزل رئیس جمهور، رئیس کمیسیون نظامی، رئیس دیوان عالی کشور، نخست وزیر و اعضاء کابینه اشاره نمود. علاوه بر این واحدهای کوچکی از کنگره محلی خلق در سطح ایالت‌ها، شهرستان‌ها و شهرک‌ها فعالیت دارند که اعضاء آن توسط مردم انتخاب می‌گردند. وظیفه کنگره‌های محلی نظارت بر اجرای صحیح قانون اساسی و سایر قوانین کشور در سطوح مختلف جامعه است (گیشار، ۱۳۹۶).

مقام ریاست جمهوری از نظر سلسله مراتب پس از دبیرکل حزب قرار دارد. از جمله اهم وظایف وی می‌توان به ابلاغ قوانین مصوب کنگره به دستگاه‌های اجرایی، معرفی نخست وزیر و معاونین به کنگره، اعطای نشان‌های دولتی، اعلام جنگ، حکومت نظامی و بسیج عمومی و دریافت استوارنامه کارداران خارجی، عزل و نصب کارداران چینی مستقر در خارج از کشور و تأیید قراردادهای منعقد با دول خارجی، اشاره نمود. شورای دولتی، ارکان اجرایی و یا در واقع همان هیئت دولت است که بر نخست وزیر، معاونین نخست وزیر، مشاورین عالی دولت و روسای کمیسیون‌ها، دبیرکل شورای دولتی و وزرا مشتمل می‌گردد. در حال

حاضر نخست وزیر عهده دار سمت ریاست شورای دولتی چین می باشد. دادگاه ها و دادستانی های خلق با همکاری نهادهای و سازمان های امنیتی عهده دار مسئولیت نظارت بر اجرای عدالت و رعایت قوانین کشور می باشند. ارگان های امنیتی نیز عهده دار مسئولیت تحقیق و پیگیری موارد جرم و جمع آوری و ارائه مدارک مستند به دادگاه ها می باشند. دادگاه ها در چهار سطح مختلف طبقه بندی شده اند که از آن جمله می توان به دادگاه عالی خلق، دادگاه های استانی، دادگاه های شهرستانی و دادگاه های بخشی اشاره نمود. دادگاه عالی خلق بالاترین مرجع قضائی کشور است که تحت نظارت مستقیم کنگره ملی خلق قرار دارد. دادستانی های خلق نیز تحت نظارت دولت فعالیت داشته و عهده دار مسئولیت نظارت بر اجرای عدالت می باشند. نهادهای مذکور خود از دادستانی عالی خلق، دادستانی های محلی و دادستانی های ویژه متشکل می گردد (اوربو، ۱۳۹۵).

کنفرانس مشورتی - سیاسی خلق چین نهادی است که با نظارت بر اوضاع جاری کشور پیشنهاداتی در خصوص برطرف نمودن مشکلات و مسائل سیاسی و اجتماعی جاری کشور به دولت ارائه می نماید. این سازمان در دوران اولیه فعالیت خود که به سال های آغازین انقلاب کمونیستی چین باز می گردد، نقش ارگان قانون گذار کشور را بر عهده داشته و به جای کنگره ملی فعالیت می نموده است. بعدها با تشکیل کنگره ملی خلق، نقش سازمان فوق کاهش یافته و به مجلس مشورتی تغییر وضعیت داد. در حال حاضر نقش این سازمان، ضمن نظارت و ارائه مشاوره در خصوص سیاست ها و برنامه های عمده حزب کمونیست، در صدد برقراری تماس و وحدت میان گروه های اجتماعی، احزاب سیاسی و شهروندان چینی تبار مقیم خارج می باشد (گیشار، ۱۳۹۶).

انتخابات در جمهوری خلق چین مبتنی بر نظام انتخاباتی سلسله مراتبی است. در این نظام کنگره های خلق محلی، مستقیماً توسط مردم انتخاب می شوند و دیگر سطوح کنگره های خلق تا حد کنگره ملی خلق که مجلس ملی قانون گذاری این کشور است توسط کنگره خلق سطح پایین تر خود انتخاب می شوند. چینی ها برای ریشه کن شدن فساد، در سه مرحله نسبت به متخلفان واکنش نشان می دهند و در واقع طی این مراحل، فساد را به یک ضدارزش تبدیل می کنند. مقامات این کشور در مرحله اول با استفاده از ایجاد ترس از ارتکاب جرم، در مرحله دوم به کمک تقویت اجرای قوانین و اجرای اقدامات پیشگیرانه و در مرحله سوم با تغییر فرهنگ سیاسی چین و تبدیل رشوه و فساد به یک ضدارزش در مقابل این مانع بزرگ در بهبود فضای کسب و کار ایستادگی می کنند. در گام اول، مجازات فساد آن قدر سنگین و پرهزینه است که کسی جرأت نمی کند چنین فساد را مرتکب شود، یعنی مجازات ها کاملاً بازدارنده و ترس آور است. در گام دوم، حزب و کنگره خلق طوری قوانین را نوشته و تصویب کرده اند که راهی برای فساد باقی نگذاشته اند. در گام سوم، از طریق فیلم و فرهنگ سازی و مهندسی افکار عمومی جامعه، فساد به یک ضد ارزش تبدیل شده و نهادینه می شود. در این راستا تمام ابزارهای کنترلی و نظارتی به همراه نمایش فیلم های عبرت آموز از سرنوشت مفسدان به نمایش گذاشته می شود تا مقامات جرات نکنند به دریافت رشوه و فساد دست بزنند. دولت چین برای پیشگیری و مبارزه با فساد سه راه حل را نیز در پیش می گیرد. ایجاد هماهنگی دستگاهی بین اقدامات و شیوه های مبارزه با فساد، ایجاد جامعه ای قانون محور و پیاده کردن الگوی مردمی و توسعه اقتصادی در سطوح مختلف و به کارگیری توأمان شیوه های تشویق و تنبیه به صورت مکمل، راهکارهای چین در این باره است (اوربو، ۱۳۹۵).

۳-۵- پاسخگویی در نظام اداری ایران

ساختار جمهوری اسلامی ایران شامل مقام رهبری، مجلس خبرگان رهبری، قوای مجریه، مقننه، قضائیه و شورای نگهبان و همچنین مجمع تشخیص مصلحت نظام است. در این ساختار، رهبر در رأس حکومت قرار دارد و پس از رهبر، ساختار سیاسی جمهوری اسلامی بر پایه سه قوه مجریه، قضائیه و مقننه است. در جمهوری اسلامی ایران، رئیس جمهور به عنوان عالی ترین مقام بعد از رهبر، بر اجرای قانون اساسی نظارت دارد و دیگر قوا در صورت تخلف از قانون اساسی باید به رئیس جمهور پاسخگو باشند. قوه قضائیه، وظیفه احقاق حقوق شهروندان را بر عهده دارد و رئیس قوه قضائیه بر دارایی رهبر، رئیس جمهور، وزرا و معاونین رئیس جمهور، همسر و فرزندان آنها نظارت دارد. این قوه دارای ارکان زیر می باشد:

- سازمان بازرسی کل کشور: قوه مجریه در اجرای صحیح و دقیق قوانین باید پاسخگوی این سازمان باشد.
- دیوان عدالت اداری: این دیوان مسئولیت احقاق حقوق شهروندان و ارباب رجوع را در رابطه با دولت، ادارات دولتی و کارمندان دولت به صورت اختصاصی بر عهده دارد.
- دادگاه عمومی: دادگاه عمومی دارای صلاحیت عام در رسیدگی به شکایات مردم می باشد که از جمله آنها شکایات مردم از ادارات دولتی و کارمندان دولت می باشد.

در جمهوری اسلامی ایران، مجلس شورای اسلامی که نقش تقنینی را بر عهده دارد، نظارت تام و کاملی بر قوه مجریه به صورت مستقیم و همچنین از طریق دیوان محاسبات کشور به صورت غیرمستقیم اعمال می کند و قوه مجریه باید در انجام اکثر کارهای خود پاسخگوی مجلس باشد. علیرغم اینکه رئیس جمهوری توسط مردم انتخاب می شود، طبق قانون اساسی در برابر مجلس مسئولیت دارد. وزرا نیز رأی اعتماد خود را از مجلس کسب می کنند و باید در برابر مجلس پاسخگو باشند. قوه مجریه در

مواردی از جمله اجرای قانون، پاسخگویی به تحقیق و تفحص مجلس، پاسخگویی به تذکر، سؤال و استیضاح نمایندگان، اجرای دقیق قانون بودجه و پاسخگویی به شکایات مردمی از طرز کار قوه مجریه باید پاسخگوی نمایندگان مجلس باشد.

در جمهوری اسلامی ایران، در هر یک از قوای سه‌گانه، به طور رسمی و غیر رسمی، نهادهایی در ارتباط با حقوق ارباب‌رجوع فعالیت دارند. در قوه مجریه این نهادها عبارتند از: دفتر ارتباطات مردمی نهاد ریاست جمهوری، دفتر ارزشیابی، بازرسی و رسیدگی به شکایات، یا واحدهای مشابه در سطوح وزارتخانه‌ها و سازمان‌های دولتی، هیأت‌های رسیدگی به تخلفات اداری که در حکم دادگاه اداری عمل می‌کنند و دفاتر وزرا، مدیران و مسئولان دستگاه‌های اداری. همچنین استانداران، فرمانداران و بخشداران زیر نظر دولت مرکزی فعالیت می‌کنند و آنها باید در تمام امور مربوط به خود از مقام بالاتر دستور بگیرند و به آنها پاسخگو هستند.

در جمهوری اسلامی ایران، ساز و کار مشخصی برای اعمال نظارت مردم و الزام دولت در پاسخگویی به آنها وجود دارد. در قانون اساسی، اجتماعات و راهپیمایی‌ها بدون حمل سلاح و به شرط آنکه مخل به مبانی اسلام نباشد، آزاد شمرده شده است و مردم با توجه به این اصل هرگاه لازم باشد و صرفاً با مجوز وزارت کشور می‌توانند از طریق راهپیمایی‌ها و اجتماعات اعتراض خود را علیه دولت بیان کنند. اجرای دقیق و صحیح قانون شوراها در تمام سطوح از دیگر ساز و کارهایی است که به نظارت مردم و پاسخگویی دولت در برابر آنها می‌انجامد. همچنین در قانون اساسی، آزادی مطبوعات به شرط آنکه مخل به مبانی اسلام و حقوق عمومی نباشد، به رسمیت شناخته شده است و قانون مطبوعات نیز به این امر تصریح دارد. در قانون مطبوعات همچنین تصریح شده است که مطبوعات حق دارند نظرات و انتقادات سازنده و توضیحات مردم و مسئولین را درج و به اطلاع عامه مردم برسانند. همچنین کسب و انتشار اخبار داخلی و خارجی که به منظور افزایش آگاهی عمومی و حفظ مصالح جامعه باشد با رعایت این قانون، حق قانونی مطبوعات دانسته شده است. اما علیرغم اینکه حقوق مذکور برای مطبوعات در نظر گرفته شده است، دولت و مسئولین دولتی الزامی به ارائه اطلاعات به مطبوعات و نشریات ندارند و در عین حال الزامی به پاسخگویی به انتقادات و مطالب مطروحه در آنها احساس نمی‌کنند (اعرابی، ۱۳۸۰).

نهادهای پاسخگو در ایران به شرح ذیل هستند:

- پاسخگویی رهبری به مجلس خبرگان؛
- پاسخگویی قوای حاکم در برابر رهبر و پاسخگویی نهادهای خارج از قوای سه‌گانه مانند بنیادها و نهادها به رهبری؛
- پاسخگویی قوه مجریه به قوه مقننه (اجرای قانون، پاسخ به تحقیق و تفحص، پاسخ به تذکر نمایندگان، پاسخ به سؤال نمایندگان، استیضاح، پاسخگویی به شکایات مردمی، رسیدگی و تحقیق)؛
- پاسخگویی به قوه قضائیه (دادگاه عمومی، دیوان عدالت اداری)؛
- پاسخگویی دولت به شهروندان (مطبوعات و رسانه‌های گروهی، احزاب و تشکلهای سیاسی و صنفی، اجتماعات و راهپیمایی‌ها، شوراها (اسلامی)؛
- پاسخگویی در قوه مجریه (پاسخگویی رئیس‌جمهور، پاسخگویی هیئت وزیران، پاسخگویی به مشکلات مردم، پاسخگویی نظام اداری به سازمان برنامه و بودجه، پاسخگویی مالی دستگاه‌های دولتی، پاسخگویی به دفاتر بازرسی، پاسخگویی به دفاتر حراست، پاسخگویی به هیئت‌های رسیدگی به تخلفات اداری، پاسخگویی به سازمان حسابرسی).

۴- بحث و نتیجه‌گیری

پاسخگویی زمانی که مسئولیتی واگذار شده و اختیار تفویض می‌شود، الزامی است. پاسخگویی تعهدی است برای جواب دادن به اجرای مسئولیت‌هایی که به یک دولت واگذار شده است. زمانی که کنترل مرکزی کاهش یافته یا از بین رفته باشد چارچوب پاسخگویی موثر مورد نیاز است. پاسخگو بودن دولت و سازمان‌های دولتی، یک مزیت نسبی برای دولت‌ها محسوب می‌شود. امروزه دو بعد از پاسخگویی مدنظر است، بعد اول مربوط به پاسخگویی افراد و کارکنان در درون دولت (سلسله مراتب سازمانی) است و بعد دیگر آن مربوط به پاسخگویی در مقابل شهروندان، افراد و نهادهای خارج از دولت و قوای مقننه و قضائیه است. پاسخگویی در مقابل ذینفعان خارج از دولت، زمانی می‌تواند به طور اثربخش اجرا شود که اولاً سازمان‌های دولتی و دولت از نظام پاسخگویی کارایی در داخل خود برخوردار بوده تا بدین وسیله مقدمات پاسخگویی به افراد و نهادهای خارج از دولت فراهم شود. ثانیاً در راستای حرکت به سمت جامعه بین‌الملل و جهانی‌سازی و شاخص‌های مربوط به آن اقدامات لازم را مد نظر قرار دهند. لذا دولت‌ها بایستی یک سیستم پاسخگویی ایجاد کنند که از یک طرف پاسخگو بودن دولت را در مقابل شهروندان و از طرفی دیگر در مقابل جامعه جهانی، مهیا سازد.

نظام‌های پاسخگویی دولت‌های کشورهای در حال توسعه در مقایسه با الگوهای متداول کشورهای توسعه یافته به سمت انسجام و نظم بیشتری در حال حرکت هستند. یکی از دلایل عمده این امر کاهش بحران‌های اداری و سیاسی در اغلب جوامع در حال توسعه و حرکت به سمت ثبات اداری و سیاسی است. مقایسه نظام‌های پاسخگویی در پنج کشور مورد مطالعه حکایت از آن

دارد که همه این جوامع ضرورت و اهمیت پاسخگویی بورکراسی به نهادهای سیاسی را پذیرفته‌اند و ساختارهایی برای پاسخگو کردن سازمان‌های اداری و دولتی ایجاد کرده‌اند. نظام‌های پاسخگویی در این جوامع هم در بعد درونی دولت و هم در بعد بیرونی و خارج از دولت استقرار یافته است. پاسخگویی درونی (سازمانی و حرفه‌ای) توسط سازمان‌های وابسته به قوه مجریه و در داخل دولت انجام می‌شود و پاسخگویی بیرونی (سیاسی و قانونی) اغلب توسط دولت و سازمان‌های دولتی به مجالس قانون‌گذاری و قوه قضاییه و سازمان‌های وابسته به آنها و همچنین احزاب، شهروندان و سازمان‌های مردم‌نهاد و غیردولتی انجام می‌شود. این مطالعه نشان می‌دهد که نظام‌های پاسخگویی در کشورهای یاد شده از منظر با هم شباهت دارد و از منظر شاخص‌هایی دیگر با یکدیگر تفاوت دارند. این تمایز را می‌توان به ساختار سیاسی، میزان مردم‌سالاری و نیز سنت پاسخگویی دیوانسالاری به نهادهای سیاسی در این جوامع مرتبط دانست. در جدول زیر، نحوه پاسخگویی دولت‌های پنج کشور مورد مطالعه در ابعاد درونی و بیرونی نشان داده شده است.

جدول ۳- پاسخگویی درونی و بیرونی دولت‌های پنج کشور مورد مطالعه

نام کشور	رئیس کشور	پاسخگویی درونی دولت (سازمانی و حرفه‌ای)	پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی)
انگلستان	پادشاه یا ملکه (مقام تشریفاتی به عنوان مظهر وحدت کشور)	پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود) پاسخگویی وزرا به نخست‌وزیر پاسخگویی به دبیرخانه وزارتخانه‌ها پاسخگویی به کمیسیون‌های منتخب پاسخگویی جمعی به هیئت اجتماع پاسخگویی به دفاتر مدیریت عملکرد	پاسخگویی به ملکه یا پادشاه پاسخگویی به سوال و استیضاح نمایندگان پاسخگویی به پارلمان (مجالس عوام و اعیان) پاسخگویی به دفتر رسیدگی به شکایات پارلمان پاسخگویی به دیوان عالی پاسخگویی به دیوان محاسبات پاسخگویی نسبت به مسئولیت‌های سیاسی پاسخگویی به دادگاه‌های قضایی و عمومی پاسخگویی به کمیسیون اداری مجلس پاسخگویی به احزاب سیاسی پاسخگویی به مطبوعات و روزنامه‌ها پاسخگویی به مردم
امریکا	رئیس‌جمهور	پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود) پاسخگویی وزرا و معاونین رئیس‌جمهور به رئیس‌جمهور پاسخگویی مدیران دپارتمان‌های اجرایی به رئیس‌جمهور پاسخگویی به دفتر امور اخلاقی دولت پاسخگویی به کمیسیون‌های منتخب	پاسخگویی به کنگره (مجالس سنا و نمایندگان) پاسخگویی به دادگاه عالی فدرال پاسخگویی به دیوان عالی فدرال پاسخگویی به دادگاه‌های دادگستری پاسخگویی به دادگاه‌های عمومی پاسخگویی به استیضاح پاسخگویی در راستای اجرای قوانین به مردم و مطبوعات
فرانسه	رئیس‌جمهور	پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود) پاسخگویی وزرا و نخست‌وزیر به رئیس‌جمهور پاسخگویی به هیئت بازرسان	پاسخگویی به پارلمان (مجالس ملی و سنا) پاسخگویی به طرح سانسور دولت پاسخگویی به شورای قانون اساسی پاسخگویی به قضات شورای عالی قضایی پاسخگویی به سوال نمایندگان مجلس پاسخگویی به دادگاه عالی عدالت پاسخگویی به دیوان محاسبات پاسخگویی به دادستان پارلمانی برای شکایات مردم پاسخگویی به شورای دولتی و دادگاه‌های اداری پاسخگویی در راستای اجرای قوانین و مقررات به مردم، اصناف، مطبوعات و رسانه
چین	رئیس‌جمهور	پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود) پاسخگویی معاونین رئیس‌جمهور، وزرا و نخست‌وزیر به رئیس‌جمهور پاسخگویی به کنگره‌های محلی پاسخگویی به شورای دولتی پاسخگویی به کمیسیون‌ها پاسخگویی مشاورین عالی دولت به رئیس‌جمهور	*در چین تفکیک قوا وجود ندارد* پاسخگویی به دبیرکل و کمیته مرکزی حزب کمونیست پاسخگویی به کنگره ملی خلق (مجلس نمایندگان) پاسخگویی به دادگاه عالی خلق پاسخگویی به دادستانی عالی خلق پاسخگویی به دیوان عالی پاسخگویی به کمیسیون نظامی

نام کشور	رئیس کشور	پاسخگویی درونی دولت (پاسخگویی سازمانی و حرفه‌ای)	پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی)
		پاسخگویی به حکومت‌های محلی (استانی)	پاسخگویی به شورای دولتی پاسخگویی به کنفرانس مشورتی و سیاسی
ایران	مقام رهبری	پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود) پاسخگویی وزرا و معاونین رئیس‌جمهور در برابر رئیس‌جمهور پاسخگویی به شکایات مردمی در وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی پاسخگویی به شکایات کارکنان دولت پاسخگویی دستگاه‌های دولتی به یکدیگر در چارچوب قوانین و مقررات پاسخگویی به دفاتر ارزیابی، بازرسی و ... پاسخگویی به هیئت‌های رسیدگی به تخلفات اداری	پاسخگویی به مقام رهبری پاسخگویی در راستای اجرای قوانین پاسخگویی به تحقیق و تفحص پاسخگویی رئیس‌جمهور و وزرا به تذکر، سوال و استيضاح نمایندگان مجلس شورای اسلامی پاسخگویی به دیوان محاسبات کشور پاسخگویی به سازمان بازرسی کل کشور پاسخگویی به دیوان عالی کشور پاسخگویی به شکایات مردمی در قوای دیگر پاسخگویی به شکایات شهروندان و کارکنان دولت در دیوان عدالت اداری پاسخگویی در دادگاه‌های عمومی

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌شود در انگلستان، رئیس کشور پادشاه یا ملکه و مقام تشریفاتی به عنوان مظهر وحدت کشور است و پاسخگویی درونی دولت (پاسخگویی سازمانی و حرفه‌ای) شامل: پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود)، پاسخگویی وزرا به نخست‌وزیر، پاسخگویی به دبیرخانه وزارتخانه‌ها، پاسخگویی به کمیسیون‌های منتخب، پاسخگویی جمعی به هیئت اجتماع و پاسخگویی به دفاتر مدیریت عملکرد است و همچنین پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی) شامل: پاسخگویی به ملکه یا پادشاه، پاسخگویی به سوال و استيضاح نمایندگان، پاسخگویی به پارلمان (مجالس عوام و اعیان)، پاسخگویی به دفتر رسیدگی به شکایات پارلمان، پاسخگویی به دیوان عالی، پاسخگویی به دیوان محاسبات، پاسخگویی نسبت به مسئولیت‌های سیاسی، پاسخگویی به دادگاه‌های قضایی و عمومی، پاسخگویی به کمیسیون اداری مجلس، پاسخگویی به احزاب سیاسی، پاسخگویی به مطبوعات و روزنامه‌ها و پاسخگویی به مردم می‌شود.

در کشور آمریکا، رئیس کشور رئیس‌جمهور است و پاسخگویی درونی دولت (پاسخگویی سازمانی و حرفه‌ای) شامل: پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود)، پاسخگویی وزرا و معاونین رئیس‌جمهور به رئیس‌جمهور، پاسخگویی مدیران دپارتمان‌های اجرایی به رئیس‌جمهور، پاسخگویی به دفتر امور اخلاقی دولت و پاسخگویی به کمیسیون‌های منتخب است و همچنین پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی) شامل: پاسخگویی به کنگره (مجالس سنا و نمایندگان)، پاسخگویی به دادگاه عالی فدرال، پاسخگویی به دیوان عالی فدرال، پاسخگویی به دادگاه‌های دادگستری، پاسخگویی به دادگاه‌های عمومی، پاسخگویی به استيضاح و پاسخگویی در راستای اجرای قوانین به مردم و مطبوعات می‌شود.

در کشور فرانسه، رئیس کشور رئیس‌جمهور است و پاسخگویی درونی دولت (پاسخگویی سازمانی و حرفه‌ای) شامل: پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود)، پاسخگویی وزرا و نخست‌وزیر به رئیس‌جمهور و پاسخگویی به هیئت بازرسان است و همچنین پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی) شامل: پاسخگویی به پارلمان (مجالس ملی و سنا)، پاسخگویی به طرح سانسور دولت، پاسخگویی به شورای قانون اساسی، پاسخگویی به قضات شورای عالی قضایی، پاسخگویی به سوال نمایندگان مجلس، پاسخگویی به دادگاه عالی عدالت، پاسخگویی به دیوان محاسبات، پاسخگویی به دادستان پارلمانی برای شکایات مردم، پاسخگویی به شورای دولتی و دادگاه‌های اداری و پاسخگویی در راستای اجرای قوانین و مقررات به مردم، اصناف، مطبوعات و رسانه می‌شود.

در کشور چین، رئیس کشور رئیس‌جمهور است و تفکیک قوا وجود ندارد. لذا پاسخگویی درونی دولت (پاسخگویی سازمانی و حرفه‌ای) شامل: پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود)، پاسخگویی معاونین رئیس‌جمهور، وزرا و نخست‌وزیر به رئیس‌جمهور، پاسخگویی به کنگره‌های محلی، پاسخگویی به شورای دولتی، پاسخگویی به کمیسیون‌ها، پاسخگویی مشاورین عالی دولت به رئیس‌جمهور و پاسخگویی به حکومت‌های محلی (استانی) است و همچنین پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی) شامل: پاسخگویی به دبیر کل و کمیته مرکزی حزب کمونیست، پاسخگویی به کنگره ملی خلق (مجلس نمایندگان)، پاسخگویی به دادگاه عالی خلق، پاسخگویی به دادستانی عالی خلق، پاسخگویی به دیوان عالی، پاسخگویی به کمیسیون نظامی، پاسخگویی به شورای دولتی و پاسخگویی به کنفرانس مشورتی و سیاسی می‌شود.

در کشور ایران، رئیس کشور مقام رهبری است و پاسخگویی درونی دولت (پاسخگویی سازمانی و حرفه‌ای) شامل: پاسخگویی سلسله مراتبی (پاسخگویی کارکنان و مقامات اداری در برابر مقامات بالاتر از خود)، پاسخگویی وزرا و معاونین رئیس‌جمهور در برابر رئیس‌جمهور، پاسخگویی به شکایات مردمی در وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی، پاسخگویی به شکایات کارکنان دولت، پاسخگویی دستگاه‌های دولتی به یکدیگر در چارچوب قوانین و مقررات، پاسخگویی به دفاتر ارزیابی، بازرسی و پاسخگویی به هیئت‌های رسیدگی به تخلفات اداری است و همچنین پاسخگویی بیرونی دولت (پاسخگویی قانونی و سیاسی) شامل: پاسخگویی به مقام رهبری، پاسخگویی در راستای اجرای قوانین، پاسخگویی به تحقیق و تفحص، پاسخگویی رئیس‌جمهور و وزرا به تذکر، سوال و استيضاح نمایندگان مجلس شورای اسلامی، پاسخگویی به دیوان محاسبات کشور، پاسخگویی به سازمان بازرسی کل کشور، پاسخگویی به دیوان عالی کشور، پاسخگویی به شکایات مردمی در قوای دیگر، پاسخگویی به شکایات شهروندان و کارکنان دولت در دیوان عدالت اداری و پاسخگویی در دادگاه‌های عمومی می‌شود.

با مقایسه نظام پاسخگویی دولت در ایران با نظام پاسخگویی چهار کشور مورد مطالعه، به نظر می‌رسد پیش‌بینی پاسخگویی دولت در قوانین ج.ا.ایران به خوبی دیده شده است و کشور ما دارای نظام پاسخگویی دولتی بسیار خوبی است و در صورتی که نهادهای پیش‌بینی شده در قانون که دولت موظف به پاسخگویی به آنها است با اهتمام ویژه‌ای دولت و مدیران دولتی را به پاسخگویی ملزم می‌کند می‌توان دولت را به سمت پاسخگویی اثربخش هدایت نمود.

منابع

۱. ابوالحسنی رنجبر، احمد، دانش‌فرد، کرم‌الله، و فقیهی، ابوالحسن، (۱۳۹۶)، ارائه الگوی دستور کار خط‌مشی‌های اصلاح نظام اداری در ایران، فصلنامه مدیریت دولتی دانشگاه تهران، دوره ۹، شماره ۴، ۶۴۰-۶۱۵.
۲. ابوالحسنی رنجبر، احمد، دانش‌فرد، کرم‌الله، و فقیهی، ابوالحسن، (۱۳۹۷)، دستور کار خط‌مشی‌های اصلاح نظام اداری در ایران مبتنی بر نقش کانون‌های تفکر و شبکه‌های اجتماعی، نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی، دانشگاه شهیدبهبشتی، سال نهم، شماره ۳۴، ۱۵-۴۲.
۳. اعرابی، سیدمحمد، (۱۳۸۰)، مطالعه نظام پاسخگویی دولت در ایران: نگرشی تطبیقی، مجله دانش مدیریت، سال چهاردهم، شماره ۵۵، ۱۱۹-۱۵۵.
۴. الوانی، سیدمهدی، و دانایی‌فرد، حسن، (۱۳۸۰)، مدیریت دولتی و اعتماد عمومی، مجله دانش مدیریت، سال چهاردهم، شماره ۱۵۵.
۵. اوریو، پاتولو، (۱۳۹۵)، الگوی چینی توسعه: چالش توسعه پرشتاب و هماهنگ‌سازی دوباره‌ی دولت و جامعه، ترجمه سعید میرترابی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۶. دنهارت، رابرت‌بی، (۱۳۹۰)، تئوری‌های سازمان دولتی، ترجمه سیدمهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد، انتشارات اشراقی و صفار.
۷. رحمانی، منا، و عیسی دهانی (۱۳۹۶)، بررسی ساختار سیاسی، اقتصادی، مدیریتی و تفکیک قوا در ایالات متحده آمریکا، کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی.
۸. رحیمی‌مقدم، سیدحسین، (۱۳۹۸)، نظام حقوقی کابینه مطالعه تطبیقی قواعد حاکم بر انتخاب اعضای کابینه در ایران، آمریکا و انگلستان، انتشارات جنگل جاودانه.
۹. فقیهی، ابوالحسن، (۱۳۸۰)، نظام‌های پاسخگویی در بخش دولتی: دیدگاهی تطبیقی، فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، دوره ۸، شماره ۲۹ و ۳۰، ۷۰-۵۳.
۱۰. گیشار، ژان‌پول، (۱۳۹۶)، دولت حزبی چین و شرکت‌های چندملیتی اتحاد نگران‌کننده، ترجمه فرزاد میرمحبوب، انتشارات پرسش.
۱۱. محمدپناه، بهنام، (۱۳۹۲)، تاریخ و ساختار نظام سیاسی ایالات متحده آمریکا، انتشارات سبزان.
۱۲. محمدپناه، بهنام، (۱۳۹۸)، تاریخ و ساختار نظام سیاسی فرانسه، انتشارات سبزان.
۱۳. میرسپاسی، ناصر، و اعتباریان، اکبر، (۱۳۸۷)، اصلاح و تحول در نظام اداری ایران بر اساس الگوی توازن قدرت، انتشارات میر.
۱۴. نقیب‌زاده، احمد، (۱۳۹۸)، سیاست و حکومت در اروپا (انگلستان، فرانسه، آلمان و ایتالیا)، انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۱۵. هیوز، آون، (۱۳۹۸)، مدیریت دولتی نوین، ترجمه سیدمهدی الوانی، سهراب خلیلی‌شورینی و غلامرضا معمارزاده‌طهران، انتشارات مروارید.

۱۶. صبحی، الهه، مسعود، غلامحسین، عمادزاده، محمدکاظم، و شکرچی‌زاده، احمدرضا، (۱۳۹۷)، نقش نظام اداری در ارتقای نظام پاسخگویی (مورد مطالعه: ادارات کل استان تهران)، فصلنامه علمی و پژوهشی حقوق اداری، سال ششم، شماره ۱۷.
17. Aucoin, P. and Heintzman, R. (2000). The Dialectic of Accountability for Performance in Public Management Reform, *International Review of Administrative Sciences*, Vol. 66.
18. Jillson, Cal, (2013), *American Government: Political Development and Institutional Change*, Taylor & Francis, p. 14.

نقش تعدیل‌کنندگی محیط خارجی در رابطه علی راهبرد تولید و عملکرد صادراتی صنعت فلزات اساسی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۳۱

کد مقاله: ۹۵۵۲۷

مجتبی گودرزی^{۱*}، حسن ریوندی^۲، سونیا سیری ثابت^۳

چکیده

هدف این پژوهش تبیین تأثیر استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی صنعت کاشی سرامیک با تأکید بر نقش تعدیل‌کننده محیط بیرونی بوده است. روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی و طرح پژوهش همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های فلزات اساسی در شهر تهران بودند که ۱۶۴ نفر از مدیران، سرپرستان و کارشناسان مرتبط با صادرات در صنعت فلزات اساسی در پژوهش شرکت کردند. آنان به پرسشنامه‌های استراتژی تولید، محیط بیرونی و عملکرد صادراتی پاسخ دادند. پایایی و روایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، تحلیل تأییدی، متوسط واریانس استخراج شده و بارهای عاملی متقاطع مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به دست آمده نشان از پایایی و روایی مورد قبول برای ابزارها داشت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از همبستگی و روش معادلات ساختاری با نرم افزار SMART PLS استفاده گردید. نتایج نشان داد که ضریب تأثیر استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی مثبت و معنی دار است. علاوه بر این نتایج نقش تعدیل‌کننده محیط بیرونی بر ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادرات را مورد تأیید قرار داد. در مجموع نتایج تأثیر استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی صنعت کاشی سرامیک با و نقش تعدیل‌کننده محیط بیرونی را مورد تأیید قرار دادند.

واژگان کلیدی: راهبرد تولید، محیط بیرونی، عملکرد صادراتی؛

۱- کارشناس ارشد مهندسی صنایع، سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه امیرکبیر، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
mojtaba.goodarzi@gmail.com

۲- کارشناس ارشد MBA استراتژی، دانشگاه تهران، پردیس کیش، کیش، ایران

۳- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران

۱- مقدمه

توسعه صادرات از نظر علمی و عملی در همه کشورها مستلزم توسعه تجارت خارجی و روابط اقتصاد بین المللی است. هدف صادرات و روابط اقتصادی بین المللی کشورها، کمک گیری از این روابط برای توسعه اقتصادی، تحصیل رشد اقتصادی مداوم، بالا بردن سطح زندگی و رفاه مردم در شرایط اشتغال نزدیک به کامل و ثبات نسبی سطح قیمتها و ارزش پول ملی است. طی سالهای گذشته اکثر مسئولان اجرائی کشور توسعه صادرات غیر نفتی را به عنوان جایگزین مناسب نفت مورد توجه قرار داده و در مسیر نیل به این اهداف تلاش کرده اند. توسعه صادرات غیر نفتی نه تنها راه حل مناسب کاهش اتکای کشور به درآمدهای نفتی است بلکه در تمام دنیا به عنوان تنها مسیر تداوم، تضمین و شکوفایی تولید و اشتغالی مورد توجه برنامه ریزان بوده است. یکی از مهم ترین بخش های صادراتی در تمام کشورهای دنیا صادرات کالاهای صنعتی و یا کالاهای واسطه ای است. هر کشور در تجارت بین الملل به فراخور جایگاه خود و بهره مندی از مزیت های نسبی خود برخی از کالاها و خدمات خاص را صادر نموده و سود مناسبی را نیز از این رهگذر نصیب خود می سازد.

۲- بیان مساله

اقتصاد ایران در طول سده گذشته وابستگی جدی به صادرات نفت خام و فرآورده های نفتی به عنوان بهترین منبع درآمدهای ارزی خود داشته است. البته سهم بخش غیر نفتی در سال های اخیر افزایش یافته لیکن کماکان این وابستگی وجود دارد. آسیب پذیری ناشی از وابستگی به صدور نفت خام به دلیل نوسانات قیمت این محصول در بازارهای جهانی در اقتصاد ملی به صورت نوسان تولید ناخالص ملی، درآمد سرانه و سایر متغیرهای اقتصادی بازتاب می یابد. ایران در طول دو دهه گذشته به دنبال تنوع بخشی به اقتصاد و درآمدهای خود در جهت کاهش وابستگی ها، نوسان های اقتصادی، ایجاد اشتغال و افزایش رفاه بوده است. به منظور نیل به توسعه صادرات که همواره به عنوان یکی از مهمترین اهداف اقتصادی کشور محسوب می شود مطالعه و تحقیق در مورد تمامی محصولاتی که ایران در آنها از مزیت نسبی برخوردار است، ضروری به نظر می رسد. بنابر این در پژوهش حاضر عملکرد صادراتی صنعت فلزات اساسی بررسی می شود. برای موفقیت در بازارهای بین المللی باید به عوامل بسیار زیادی دقت شود. علاوه بر فاکتورهایی که در هنگام بازاریابی داخلی به آنها دقت می شود باید شرایط کشور مقصد، نحوه استفاده آنها از کالای مورد نظر، شرایط قیمت گذاری و پرداختها و بسیاری از عوامل دیگر مورد دقت قرار گیرند. در صورت دقت در برنامه ریزی و هدف گذاری مناسب می توان حضوری موفق در بازارهای بین المللی داشت. موفقیت در بازارهای بین المللی علاوه بر منافع بیشمار برای سازمانها، در تراز تجاری و توسعه اقتصادی کشورها نیز بسیار تاثیرگذار است. برخورداری از درآمدهای صادراتی می تواند به توسعه اقتصادی کشورها روند شتابانی دهد (پیرسی ۱، ۲۰۱۴).

مادسن^۲ (۱۹۹۸) از عملکرد صادراتی به عنوان جنبه بنیادی برای تصمیم گیری در تجارت بین الملل اشاره می کند. مرحله تصمیم گیری بنگاه جهت صادرات، به مرحله ای اطلاق می شود که شرکت ها و بنگاه های داخلی با توجه به شرایط و موقعیت اقتصادی جامعه تمایل و توان اقدام به صادرات محصولات خود به بازارهای جهانی را داشته باشند (فتحی، ۱۳۸۱). امروزه، به منظور ماندن در بازارهای رقابتی صادرات ضروری است که شرکت ها عملکرد صادراتی خود را بهبود بخشند. بهبود عملکرد صادراتی تنها یکی از روش هایی است که رشد مداوم و بقا در بازارهای بین المللی را تضمین می کند (آدو-گیمفی و کورنلیوسن، ۲۰۱۳). با توجه به آنچه گفته شد شناسایی پیش بینی کننده های عملکرد صادراتی ضروری به نظر می رسد. بنابر این هدف اصلی مطالعه حاضر غلبه بر شکاف مطالعات انجام شده از طریق ارائه الگویی برای عملکرد صادرات است تا نقش متغیرهای استراتژی تولید و محیط بیرونی را در عملکرد صادراتی مورد آزمون قرار دهد.

علیرغم اینکه محققان بسیاری در زمینه صادرات فعالیت کرده اند، اما تنها تعداد محدودی از محققان متغیر استراتژی تولید را در ارتباط با عملیات صادرات و موفقیت های صادراتی بنگاه ها دخالت داده اند (سینگه ۴، ۲۰۱۴؛ سالوو و هالیکاس ۵، ۲۰۰۹). چندلر استراتژی را به این صورت تعریف می کند: استراتژی عبارت است از یک طرح واحد، همه جانبه و تلفیقی که نقاط قوت و ضعف سازمان را با فرصت ها و تهدیدهای محیطی مربوط ساخته و دستیابی به اهداف اصلی سازمان را میسر می سازد ۶ مینتزبرگ تعریف کوتاهی راجع به استراتژی ارائه داده است. از نظر وی استراتژی عبارت است از الگوی به جریان انداختن تصمیمات ۷. اندروز معتقد بود که مفهوم استراتژی در بردارنده هم هدفهایی است که سازمان به دنبال دستیابی به آن هاست و هم وسایل و چگونگی دستیابی

1 Piercy

2 Madsen

3 Adu-Gyamfi & Korneliussen

4 Singh

5 Salavou & Halikias

6 Chandler

7 Mintzberg

به آنها ولی در مقابل انسوف اعتقاد داشت که استراتژی تنها به معنای وسایل و چگونگی دستیابی به هدفها منحصر می‌گردد (به نقل از روستا، ۱۳۸۶). استراتژی تولید عنصر داخلی یک شرکت و عامل تعیین‌کننده اساسی در موفقیت صادراتی بنگاه محسوب می‌شود زیرا استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی تأثیر مستقیم دارد (آبی و اسلاتر، ۱۹۸۹؛ سینگه، ۲۰۱۴). میلتنبرگ (۲۰۰۸) اظهار کرده است شرکت‌هایی که استراتژی تولید را به کار می‌گیرند، به احتمال زیاد سود بیشتری از فروش به دست می‌آورند.

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار بر عملکرد صادراتی محیط بیرونی است. سه مؤلفه محیط بیرونی یعنی آشفته‌گی بازار، آشفته‌گی تکنولوژی و شدت رقابت برای فعالیت‌های صادراتی دارای اهمیت ویژه‌ای هستند (کالکا و برتون، ۲۰۰۶). آشفته‌گی بازار به سطح ناامنی در محیط بیرونی اشاره دارد که شرکت‌ها را ملزم به تغییر راهبردهایشان در راستای تغییر نیازهای مشتریان می‌کند (گاور، وادوان و گاور، ۲۰۱۱). آشفته‌گی فناوری نشان‌دهنده نرخ بالای تغییر تکنولوژیکی در تولید محصولات است. رقابت‌های تجاری در صنایع با سطوح بالای آشفته‌گی تکنولوژیکی گرایش بیشتری به سوی راهبردهای عملیاتی و بازاریابی انطباقی نسبت به صنایع با وضعیت ثابت دارد (پاورز و لویکا، ۲۰۱۰). شدت رقابت به میزان رقابت میان تولیدکنندگان مختلف در یک صنعت اشاره دارد، همچنانکه که تعداد شرکت‌کنندگان در یک بازار افزایش پیدا می‌کند، حجم و میزان غیرقابل پیش‌بینی از تغییرات استراتژیک ممکن است به طور قابل توجهی افزایش پیدا کند (پورتر، ۱۹۸۵). بنابر این شرکت‌ها نیاز بیشتری برای واکنش و انطباق با این تغییرات دارند. پژوهش‌های انجام شده نیز نشان داده‌اند که محیط بیرونی بر انطباق با بازار و در نتیجه عملکرد صادراتی تأثیر دارد (کیورشی و میان، ۲۰۱۲؛ پاورز و لویکا، ۲۰۱۰؛ ناوارو، آرناس و روندان، ۲۰۱۳).

از سوی دیگر هایز و ویلرایت (۱۹۸۴) استدلال می‌کنند که به منظور مؤثر واقع شدن استراتژی، باید اشتراک مساعی در زمینه‌های مهمی مانند استراتژی رقابتی، استراتژی تولید و محیط بیرونی وجود داشته باشد (به نقل از سینگه، ۲۰۱۴). پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهند که محیط بیرونی، استراتژی تولید را با عملکرد شرکت پیوند می‌دهد (واردن و همکاران، ۱۹۹۶؛ سینگه، ۲۰۱۴). روش‌های استراتژی تولید بر اساس محیط بیرونی می‌تواند متفاوت باشد بنابر این برقراری تناسب مناسب بین استراتژی تولید و محیط بیرونی لازم است (ماچوسا و همکاران، ۲۰۱۱؛ سینگه، ۲۰۱۴).

در مجموع امروزه صنعت جهان پیوند عمیقی با صادرات دارد و موفقیت و شکست بسیاری از شرکت‌ها در گرو حضور آن‌ها در بازارهای جهانی است. در سال‌های اخیر تسخیر بازارهای مناسب جهانی برای بسیاری از شرکت‌های تولیدی، صنعتی و بازرگانی از مهمترین رموز بقای آنان بوده است و اتخاذ سیاست‌های مناسب تجاری از سوی دولت‌ها تأثیر بسزایی در تحقق آن داشته است. نگاهی به اقتصاد و وضعیت تجارت کشورهای غیرنفت‌خیز نشانگر آن است که چنانچه کشوری با صبر و حوصله و تدبیر صحیح، صادرات غیرنفتی مستعد تولید در کشور خود را مد نظر قرار دهد، درآمدهای حاصل از صادرات غیرنفتی می‌تواند به حد و مرزی برسد که حتی درآمدهای حاصل از صادرات کشورهای نفت‌خیز نظیر ایران قابل قیاس با آن نیست. در ضمن، یکی از مهم‌ترین مباحث دائمی در اقتصاد و تجارت خارجی ایران در سال‌های اخیر، بحث صادرات غیرنفتی بوده است و مطالب بسیاری در زمینه جایگاه صادرات غیرنفتی در اقتصاد و تجارت کشور در ارتباط با افزایش ابعاد ظرفیت تولیدی، ایجاد اشتغال و نیز ایجاد درآمدهای ارزی نگارش شده است، علی‌رغم این مباحث هنوز به یک تحول ملموس در گسترش آن دست نیافته‌ایم.

از سوی دیگر آشکار است که استعدادها و قابلیت‌های بالقوه و گسترده جهت رونق صادرات کشورمان وجود دارند، ولی در میزان صادرات در مقایسه با حجم ذخایر، تعداد معادن و کارخانجات فرآوری فعال مطابقت و تناسب چندانی مشاهده نمی‌شود. در حالی که ایران از جهت توانمندی‌ها و قابلیت‌های موجود و رفع موانع و مشکلات، می‌تواند در زمینه صادرات عملکرد خوبی داشته باشد و چنین امری بطور قطع و یقین نتایج و آثار اساسی و متعدد بیشتری در امور مختلف اقتصادی و اجتماعی کشور به ارمغان خواهد آورد. بنابر این، با توجه به اهمیت صادرات در شرایط اقتصاد رقابتی امروز، پژوهش حاضر نقش استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی تولیدکنندگان صنعت فلزات اساسی را با تأکید بر نقش تعدیل‌کننده محیط بیرونی مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابر این مساله اصلی پژوهش حاضر این است که آیا محیط بیرونی در ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادراتی نقش تعدیل‌گر دارد؟

۳- ضرورت انجام تحقیق

به منظور نیل به توسعه صادرات که همواره به عنوان یکی از مهمترین اهداف اقتصادی کشور محسوب می‌شود مطالعه و تحقیق در مورد تمامی محصولات که ایران در آنها از مزیت نسبی برخوردار است، ضروری به نظر می‌رسد. طی سالهای گذشته

- 1 Kaleka & Berthon
- 2 Gaur, Vasudevan & Gaur
- 3 Powers & Loyka
- 4 Porter
- 5 Qureshi & Mian
- 6 Powers & Loyka
- 7 Ward
- 8 Machuca

اکثر مسئولان اجرائی کشور توسعه صادرات غیر نفتی را به عنوان جایگزین مناسب نفت مورد توجه قرار داده و در مسیر نیل به این اهداف تلاش کرده اند. توسعه صادرات غیر نفتی نه تنها راه حل مناسب کاهش اتکای کشور به درآمدهای نفتی است بلکه در تمام دنیا به عنوان تنها مسیر تداوم، تضمین و شکوفایی تولید و اشتغالزایی مورد توجه برنامه ریزان بوده است. یکی از مهم ترین بخشهای صادراتی در تمام کشورهای دنیا صادرات کالاهای صنعتی و یا کالاهای واسطه‌ای است. هر کشور در تجارت بین الملل به فراخور جایگاه خود و بهره‌مندی از مزیت‌های نسبی خود برخی از کالاها و خدمات خاص را صادر نموده و سود مناسبی را نیز از این رهگذر نصیب خود می‌سازد.

صادرات علاوه بر فواید کلان نظیر افزایش تولید ناخالص ملی، افزایش اشتغال، افزایش توانایی رقابت بین‌المللی، تأمین ارز خارجی، ارتقاء کیفیت فعالیت‌های تولیدی، تخصیص بهینه منابع و تقویت و توسعه زیرساخت‌ها، فواید مضاعفی برای بنگاه‌های اقتصادی دارد و سبب توسعه آن‌ها می‌گردد، به نحوی که شاخص‌های بهره‌وری آن‌ها را افزایش داده و ضمن کسب مشروعیت محیطی، تعالی سازمان را موجب می‌شود (ایمانی راد، ۱۳۷۸). شرکت‌هایی که به طور موفقیت‌آمیزی فعالیت‌های خود را به خارج از مرزها گسترش می‌دهند یاد می‌گیرند که چگونه رضایت مصرف‌کنندگان را جلب کنند و تجربیات انباشته آن‌ها، توانایی بقاء را بر آن‌ها می‌بخشد و قادر می‌شوند به صرفه‌های ناشی از مقیاس تولید دست یابند (پورتر، ۱۹۹۰). از طرف دیگر محدود نماندن در مزیت‌های نسبی موجود کشور می‌طلبد که در مورد کالاهایی که دارای مزیت تولید می‌باشد به شکلی اصولی سیاست‌های تولیدی و تجاری خود را با شرایط استانداردهای بین‌المللی منطبق سازیم و استفاده از مزیت‌های تولیدی و تبدیل آن به یک مزیت ساختاری و از آن جمله مزیت رقابتی، جز از طریق بکارگیری سیستم بازاریابی مناسب به منظور شناسایی شرایط حاکم بر بازارهای جهانی و شناخت فرصت‌های موجود، قدرت رقبا، ترفندهای رایج و تنگناهای مسیر نخواهد بود.

از سوی دیگر وجود منابع معدنی و کانی فلزی و غیر فلزی باعث گردیده که بسیاری از سرمایه‌گذاری‌های جدید به منابع کانی فلزی یا غیر فلزی گرایش یابند. تولید فلزات اساسی نیز از جمله صنایعی می‌باشند که به علت سهم بالای صنایع داخلی در قیمت تمام شده آنها این محصول را از جایگاه ویژه‌ای برخوردار نموده است و از طرف دیگر سوخت ارزان که از فاکتورهای بسیار مهم در تولید اقتصادی این محصول می‌باشد، عامل دیگری است که تولید فلزات اساسی را توجیه می‌کند. با عنایت به این امر که اغلب کشورهای برتر در این صنعت از کشورهای آسیایی می‌باشند، لزوم و ضرورت مطالعه همه جانبه برای برنامه‌ریزی و بهبود رقابت‌پذیری این صنعت در سطح جهان و ارائه راهکارهایی جدید و کاربردی در این زمینه بسیارحائز اهمیت است. بهبود وضعیت جهانی تولید و صادرات صنعت فلزات اساسی در گرو برنامه‌ریزی هوشمندانه به منظور بهبود وضعیت رقابتی این صنعت در بازارهای بین‌المللی است. در نهایت اینکه مدل ارائه شده در این پژوهش می‌تواند به عنوان یک الگو و راهنما، مورد استفاده شرکت‌های صادرکننده صنعت کاشی و سرامیک قرار گیرد تا صادرات و ورود به بازارهای جهانی را تقویت نماید.

۴- مبانی نظری، پیشینه و مدل مفهومی تحقیق

شم‌آبادی (۱۳۸۳) در رساله دکتری خود تحت عنوان: "طراحی الگوی بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران" به بررسی استمرار روند رو به افول صادرات فرش دستباف ایران و مشکلات فراوان در بازاریابی صادراتی آن پرداخته است. وی مهمترین عوامل مؤثر بر الگوی بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران را شامل عوامل مدیریتی (اعم از هدف‌گذاری، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی و نظارت)، عوامل محیطی (محیط‌های رقابتی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، فن‌آوری)، استراتژی‌های بازاریابی، تقسیم‌بندی بازار (تقسیم مشتری‌ها بر اساس ویژگی‌های مشترک به گروه‌های مشابه و متفاوت) و آمیخته بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع و ترفیع) می‌داند. شم‌آبادی مطالعه خود را در دو وضعیت موجود و مطلوب و در رابطه با ۵ عامل مؤثر مزبور، ۱۵ متغیر و ۸۴ مؤلفه تعیین‌کننده آن‌ها انجام داده است. جامعه آماری تحقیق وی شامل صاحب‌نظران و کارشناسان، صادرکنندگان، وارد کنندگان (خارج از کشور) و فروشندگان فرش دستباف ایران (داخل و خارج از کشور) بود که با استفاده از مصاحبه و تکمیل ۱۳۶ پرسشنامه نتایج تحقیق را تحلیل نموده است. نتایج تحقیق نشان داد که مهمترین عوامل مؤثر عبارتند از: عوامل مدیریتی، محیط، استراتژی، بخش‌بندی و آمیخته بازاریابی می‌باشد. همچنین اولویت تأثیرگذاری عوامل در این پژوهش عبارتند از: استراتژی، محیط، مدیریت، بخش‌بندی، آمیخته بازاریابی. کریمپور، اسداللهی دهکردی و حیدر (۱۳۹۳) پژوهشی با هدف ارزیابی تأثیر منابع بازاریابی بر عملکرد صادراتی در صنعت فلزات اساسی ایران با رویکرد مبتنی بر منابع و با در نظر گرفتن نقش استراتژی رقابتی تمایز به‌عنوان متغیر میانجی انجام دادند. روش اجرای پژوهش توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های صادرکننده در صنعت فلزات اساسی ایران بودند. در این راستا تعداد ۱۲۳ پرسشنامه توزیع گردید که از این تعداد ۹۱ پرسشنامه قابلیت تجزیه و تحلیل داشتند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های استاندارد استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری با نرم افزار Lisrel استفاده گردید. نتایج نشان داد که بازارمحوری دارای بیشترین تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد صادراتی است. استراتژی رقابتی تمایز تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی داشت.

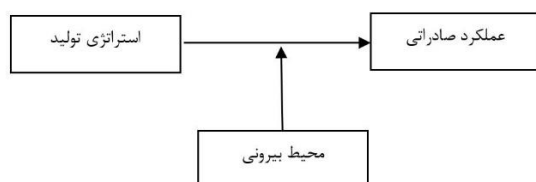
حقیقی، فیروزیان و نجفی مجد (۱۳۸۷) پژوهشی با هدف کمک به توسعه صادرات و بازاریابی صادراتی در قلمرو صنعت مواد غذایی انجام دادند. روش اجرای پژوهش توصیفی پیمایشی بود. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بود. جامعه آماری پژوهش ۵۰ شرکت تولیدکننده صادراتی مواد غذایی در استان تهران بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از همبستگی و معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که عوامل ده گانه اندازه شرکت، تجربه صادراتی، محرک‌های صادراتی، مشکلات صادراتی، مزیت‌های رقابتی، تعهد صادراتی، استراتژی انطباق محصول، استراتژی انطباق قیمت، کانال‌های صادرات مستقیم و هزینه‌های تبلیغات خارجی بر عملکرد صادراتی تأثیرگذارند.

ناوارو، آریناس و روندان (۲۰۱۳) در پژوهشی به مطالعه رابطه بین محیط صادراتی، فاصله روانشناختی، انطباق آمیخته بازاریابی، جهت‌گیری بازار صادرات و عملکرد صادرات در شرکت‌های صادرکننده در اسپانیا پرداختند. نتایج مدل معادلات ساختاری نشان داد که محیط بیرونی و فاصله روانشناختی تأثیر مثبت و معناداری بر انطباق آمیخته بازاریابی دارند. جهت‌گیری بازار صادرات و انطباق آمیخته بازاریابی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی داشتند. علاوه بر این جهت‌گیری بازار صادرات در ارتباط بین انطباق آمیخته بازاریابی و عملکرد صادراتی نقش تعدیل‌کننده دارد.

ویلار، آلگری و پلا-بایر (۲۰۱۴) در پژوهشی به مطالعه نقش روش‌های مدیریت دانش در صادرات در اسپانیا و ایتالیا پرداختند. روش اجرای پژوهش توصیفی پیمایشی بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. نمونه پژوهش ۱۵۷ شرکت صادرکننده در صنعت سرامیک بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های از معادلات ساختاری با نرم افزار LISREL استفاده شد. نتایج نشان داد که روش‌های مدیریت بر صادرات تأثیرگذار است. آدو-گیمفی و کورنیلسن (۲۰۱۳) در پژوهشی به مطالعه عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی پرداختند. روش اجرای پژوهش توصیفی پیمایشی بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. نمونه پژوهش ۱۰۰ شرکت صادرکننده ثبت شده در شورای ارتقای صادرات گانان بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های از معادلات ساختاری با نرم افزار LISREL استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که اندازه شرکت رابطه مثبتی با موانع درونی صادرات دارد. اندازه شرکت و موانع درونی صادرات رابطه مثبتی با عملکرد صادراتی دارند. درجه بین‌المللی سازی بر عملکرد صادراتی تأثیر داشت.

رودریگوز، ویس و مارتین (۲۰۱۳) پژوهشی با هدف مطالعه تأثیر قابلیت‌های استراتژیک در عملکرد صادرات شرکت‌های مکزیکی انجام دادند. روش اجرای پژوهش توصیفی پیمایشی بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. ۱۱۹ شرکت صادرکننده با صادرات بالای مکزیکی در پژوهش شرکت کردند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل معادلات ساختاری با نرم‌افزارهای SMARTPLS و Lisrel استفاده شد. نتایج نشان داد که درگیری بالای شرکت‌های مکزیکی برای انطباق از طریق طراحی محصول، مدیریت فناوری و روابط مشارکتی بر نوآوری و قابلیت‌های گسترش انطباق بازار تأثیرگذار است. جهت‌گیری کارآفرینی بر انعطاف‌پذیری، انتقال نوآوری و عملکرد صادراتی تأثیرگذار است.

تو و اسلان^۱ (۲۰۱۳)، طی پژوهش با عنوان؛ موانع بازاریابی و عملکرد صادرات: روش مقوله‌بندی استراتژی در صنعت غذاهای دریایی ویتنام، انجام دادند. این مطالعه با هدف آزمون اثر ترکیبی از پنج موانع بازاریابی (محصول، قیمت، توزیع، تدارکات، و ترویج) بر عملکرد صادرات شرکت‌های غذاهای دریایی ویتنام صورت گرفت. نتایج نشان می‌دهد که، به جز مانع ارتقاء، موانع محصول، قیمت، توزیع، و تدارکات را تأثیر قابل توجه و منفی بر عملکرد صادرات داشتند. سیباند^۲ و همکاران (۲۰۱۳)، به مطالعه تفاوت میان عملکرد صادراتی مناسب و ضعیف در کشورهای در حال توسعه و عوامل تأثیرگذار بر این تفاوت پرداختند. آن‌ها عوامل تأثیرگذار بر ایجاد تفاوت در عملکرد صادراتی را پیاده‌سازی استراتژی، تجربه در تجارت بین‌المللی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی، اندازه شرکت، گرایش استراتژیک، آموزش و عوامل قانونی/سیاسی معرفی کردند. براساس تحقیقات و مدل‌های ارائه شده می‌توان مدل مفهومی ۱ را تدوین نمود. همانطور که مشاهده می‌شود استراتژی تولید به عنوان متغیر مستقل، عملکرد صادراتی به عنوان متغیر وابسته و محیط بیرونی به عنوان متغیر تعدیل‌کننده در نظر گرفته شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

همچنین براساس مدل مفهومی ارائه شده فرضیات تحقیق بصورت زیر قابل ارائه است:

۱- استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی صنعت فلزات اساسی تأثیر دارد.

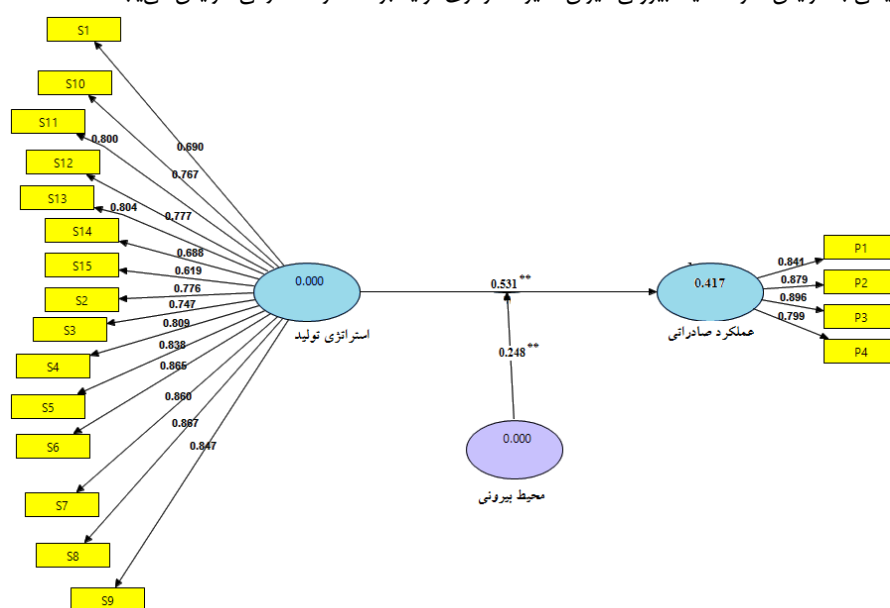
۲- محیط بیرونی بر ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادرات صنعت فلزات اساسی نقش تعدیل‌کننده دارد.

۵- روش تحقیق

روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی تحلیلی به شیوه پیمایشی و طرح پژوهشی همبستگی از نوع معادلات ساختاری است؛ زیرا در این پژوهش، روابط بین متغیرها از نوع پیمایشی همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های فلزات اساسی در شهر تهران هستند. با توجه به بررسی‌های عمل آمده در صنعت فلزات اساسی در شهر تهران تعداد کلیه مدیران، سرپرستان و کارشناسان مرتبط با صادرات این شرکت‌ها ۲۸۶ نفر هستند. با توجه به حجم جامعه آماری، برای تعیین تعداد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که ۱۶۴ نفر از مدیران، سرپرستان و کارشناسان مرتبط با صادرات در صنعت فلزات اساسی در شهر تهران به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر نیز روش نمونه‌گیری تصادفی ساده خواهد بود. هت سنجش متغیرهای تحقیق از یک پرسشنامه ۳۲ سئوالی که کلیه مولفه‌های تحقیق را نیز پوشش می‌دهد استفاده گردیده است. برای تحلیل داده‌های این پژوهش از آزمونهای توصیفی و استنباطی استفاده خواهد شد. در بخش توصیفی درصد، میانگین و انحراف معیار و در بخش استنباطی از آزمون‌های همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری به روش حداقل مجزورات جزئی (PLS) استفاده خواهد شد. جهت تحلیل داده‌های پژوهش از نرم افزارهای SPSS و SMARTPLS استفاده خواهد شد.

۶- نتایج و یافته‌های تحقیق

در شکل ۲ مدل آزمون شده رابطه بین متغیرهای پژوهش نشان داده شده است. با توجه به این شکل استراتژی تولید تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی دارد. محیط بیرونی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی دارد. عدد داخل دایره واریانس تبیین شده متغیرها است. نقش تعدیل کننده محیط بیرونی بر رابطه هماهنگی استراتژی تولید و عملکرد صادراتی مثبت و معنی دار می‌باشد. یعنی با افزایش نمره محیط بیرونی میزان تأثیر استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی افزایش می‌یابد.



شکل ۲: الگوی آزمون شده پژوهش

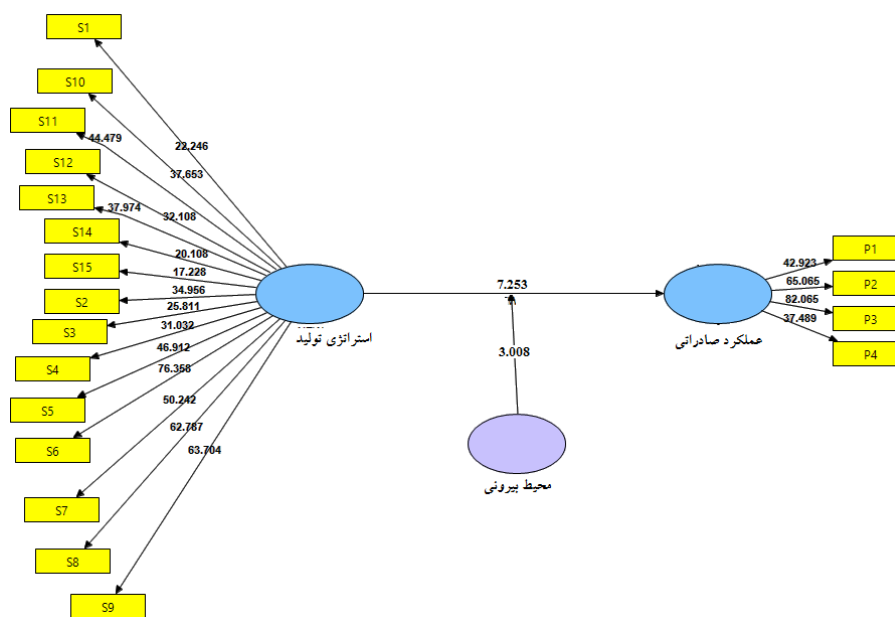
در شکل ۳ ضرایب تی برای مسیرهای پژوهش گزارش شده است. ضرایب تی بالای $\pm 1/96$ تا $\pm 2/58$ در سطح $0/05$ معنی دار می‌باشند و ضرایب تی بالاتر از $\pm 2/58$ در سطح $0/01$ معنی دار هستند. همچنین در جدول ۱ برآورد ضرایب و واریانس تبیین شده متغیرهای پژوهش گزارش شده است.

جدول ۱: ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده

متغیرها	ضرایب مسیر	واریانس تبیین شده
به روی عملکرد صادراتی از:		
استراتژی تولید	$0/531^{**}$	$23/4\%$
استراتژی تولید * محیط بیرونی	$0/248^{**}$	

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

علامت ستاره در بین متغیرهای پژوهش در جدول ۱ نشان‌دهنده نقش تعدیل کننده است. با توجه به جدول ۱، ۳۴ درصد واریانس عملکرد صادراتی توسط مدل پژوهش تبیین می‌شود.



شکل ۳: ضرایب تی الگوی آزمون شده پژوهش

۷- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش تبیین تأثیر استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی صنعت کاشی سرامیک با تأکید بر نقش تعدیل کننده محیط بیرونی بوده است. روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی و طرح پژوهش همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های فلزات اساسی در شهر تهران بودند که ۱۶۴ نفر از مدیران، سرپرستان و کارشناسان مرتبط با صادرات در صنعت فلزات اساسی در پژوهش شرکت کردند. ابزار اندازه‌گیری استفاده شده در این پژوهش شامل ۳ پرسشنامه بود: ۱) استراتژی تولید (۲) محیط بیرونی (۳) عملکرد صادراتی که از پرسشنامه‌های استاندارد شده قبلی انتخاب شده بودند. پایایی و روایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، تحلیل تأییدی، متوسط واریانس استخراج شده و بارهای عاملی متقاطع مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به دست آمده نشان از پایایی و روایی مورد قبول برای ابزارها داشت. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی صورت گرفت. در سطح توصیفی با استفاده از شاخص‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد و در سطح استنباطی از همبستگی و روش معادلات ساختاری با نرم افزار SMARTPLS استفاده گردید.

در فرضیه اول نتایج معادلات ساختاری نشان داد که ضریب تأثیر استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی مثبت و معنی دار است. این یافته با نتایج پژوهش‌های آبی و اسلاتر (۱۹۸۹)؛ سینگه (۲۰۱۴) همخوانی دارد. میلتنبرگ (۲۰۰۸) اظهار کرده است شرکت‌هایی که استراتژی تولید را به کار می‌گیرند، به احتمال زیاد سود بیشتری از فروش به دست می‌آورند. بنابر این کاهش موجودی، افزایش بهره‌برداری از ظرفیت‌ها، افزایش بهره‌برداری از تجهیزات، کاهش هزینه‌های تولید، کنترل آماری فرآیندهای شرکت، سیستم‌های کنترل فرآیند زمان واقعی، به روز رسانی تجهیزات فرآیند، ایجاد فرآیندهای جدید برای محصولات جدید، ایجاد فرآیندهای جدید برای محصولات قدیمی، کاهش زمان تحویل، توانایی تغییر اولویت‌های مشاغل در کارگاه، توانایی تغییر وظایف دستگاه‌ها در طبقه شغلی، فراهم کردن تحویل‌های سریع و تحقق تعهدات تحویل منجر به بهبود عملکرد صادراتی شرکت می‌شود. بنابر این مدیران شرکت‌های صادرکننده باید آگاه باشند که جهت کسب مزیت رقابتی در برابر رقبای خود باید استراتژی تولید در شرکت‌های آنان پیاده شود. شرکت‌هایی که قادر کنترل موجود کالای خود هستند، می‌توانند هزینه و فضای ذخیره سازی را کاهش دهند. همچنین شرکت‌هایی که تجهیزات خود را به طور مؤثر و کارآمد مدیریت می‌کنند می‌توانند بهره‌وری را افزایش داده و بر ظرفیت تولید خود بیفزایند. شرکت‌هایی که می‌توانند محصولات خود را با پایین‌ترین هزینه تولید کنند، قادر خواهند بود که محصولات خود را با قیمت پایین‌تری به فروش برسانند و ضمن دستیابی به سهم بیشتری از بازار، حجم فروش خود را افزایش دهند. در نتیجه با دستیابی به سهم بیشتری از بازار و رشد فروش خود می‌توانند به عملکرد صادراتی بالاتری دست پیدا کنند. بنابر

این توانایی شرکت در کاهش هزینه‌ها، دستیابی به انعطاف‌پذیری بالا، اعتماد و کیفیت شکلی از فرآیند تولید است که شرکت را قادر می‌سازد تا مزیت رقابتی خود را بر اساس استراتژی تولید افزایش دهد و در نتیجه عملکرد صادراتی خود را بهبود بخشد.

همچنین در فرضیه دوم نتایج معادلات ساختاری نشان داد که نقش تعدیل کننده محیط بیرونی بر ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادرات معنی دار می‌باشد. بنابر این محیط بیرونی بر ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادرات صنعت فلزات اساسی نقش تعدیل کننده دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های کیورشی و میان (۲۰۱۲)؛ پاورز و لویکا (۲۰۱۰)؛ ناوارو، آرناس و روندان (۲۰۱۳) وارد و همکاران (۱۹۹۶) و سینگه (۲۰۱۴) همخوانی دارد. بنابر این تمایل مشتریان به جستجوی محصولات جدید، حساس بودن مشتریان نسبت به قیمت، تقاضای محصولات و خدمات از جانب مشتریان جدید و تفاوت نیازهای مشتریان جدید با مشتریان کنونی بر ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادراتی تأثیرگذار است. این یافته نشان می‌دهد که اتخاذ موفقیت‌آمیز استراتژی تولید تا حد زیادی به قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها، آمادگی برای ایجاد تغییر و فرهنگ سازمانی بنگاه بستگی دارد. تطابق بین قابلیت‌های و ظرفیت‌های بنگاه و محیط بیرونی نقش تعیین کننده در موفقیت شرکت دارند. از این رو، بنگاه‌های کوچک و متوسط باید آن دسته از استراتژی‌های تولید را انتخاب کنند که متناسب با محیط بیرونی آن‌ها باشد تا از عملکرد بهتری برخوردار باشند. محیط بیرونی از طریق سه مؤلفه آشفتگی بازار، آشفتگی تکنولوژی و شدت رقابت برای فعالیت های صادراتی دارای اهمیت ویژه‌ای هستند (کالکا و برتون، ۲۰۰۶). آشفتگی بازار بر اساس ناامنی در محیط بیرونی شرکت‌ها را ملزم به تغییر راهبردهایشان در راستای تغییر نیازهای مشتریان می‌کند (گاور، وادوان و گاور، ۲۰۱۱). آشفتگی فناوری که صنایع با سطوح بالای آشفتگی فناوری گرایش بیشتری به سوی راهبردهای عملیاتی و بازاریابی انطباقی نسبت به صنایع با وضعیت ثابت دارد (پاورز و لویکا، ۲۰۱۰). شدت رقابت نیز از طریق افزایش رقابت در بین شرکت‌کنندگان در یک بازار منجر به تغییرات استراتژیک در شرکت می‌شود. براساس این نتایج پیشنهاد کاربردی بصورت زیر قابل ارائه است:

۱. نتایج نشان داد که استراتژی تولید بر عملکرد صادراتی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. بنابر این به مدیران شرکت‌های صادرکننده فلزات اساسی پیشنهاد می‌شود موجودی کالای خود در شرکت را کنترل کنند، در راستای افزایش بهره‌برداری از ظرفیت‌ها و تجهیزات شرکت تلاش کنند، راهکارهایی جهت کاهش هزینه‌های تولید و افزایش سهم بازار را اتخاذ کنند، بر فرآیندهای شرکت جهت تولید نظارت داشته باشند، در راستای به روز رسانی تجهیزات، ایجاد فرآیندهای جدید برای محصولات جدید، ایجاد فرآیندهای جدید برای محصولات قدیمی تلاش کنند و راهکارهایی جهت بهبود کاهش زمان تحویل، توانایی تغییر اولویت‌های مشاغل در کارگاه و فراهم کردن تحویل‌های سریع و تحقق تعهدات اتخاذ کنند.
۲. نتایج نشان داد که محیط بیرونی بر ارتباط بین استراتژی تولید و عملکرد صادرات صنعت فلزات اساسی نقش تعدیل کننده دارد. از این رو، بنگاه‌های کوچک و متوسط باید آن دسته از استراتژی‌های تولید را انتخاب کنند که متناسب با محیط بیرونی آن‌ها باشد تا از عملکرد بهتری برخوردار باشند. این استراتژی‌ها باید سه مؤلفه آشفتگی بازار، آشفتگی تکنولوژی و شدت رقابت برای فعالیت های صادراتی را مدنظر قرار دهند. آن‌ها باید راهبردهایشان را در راستای تغییر نیازهای مشتریان تغییر دهند. مطابق با پیشرفت‌های فناوری راهبردهای عملیاتی خود را تغییر دهند و خود را با تغییرات روز هماهنگ کنند و با توجه به شدت رقابت در بازار استراتژی‌های خود را جهت افزایش سهم بازار تغییر دهند. بنابر این شرکت‌ها باید نسبت به شرایط بازار، ماهیت و شدت رقابت در آن آگاه باشند و از این طریق بتواند عملکرد مناسب را با توجه به شرایط بازار و سازمانی داشته باشند.

۸- پیشنهادهایی جهت تحقیقات آتی

۱. همانطور که عنوان شد پژوهش حاضر در میان شرکت‌های صادرکننده فلزات اساسی انجام گرفته است. پیشنهاد می‌شود مدل ارائه شده در این تحقیق در شرکت‌های دیگر نیز به اجرا در آمده و نتایج مربوط به آن با نتایج این پژوهش مقایسه شود.
۲. رویکرد پژوهش حاضر رویکرد کمی بوده است پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده رویکرد پژوهش کیفی و یا تلفیقی از رویکرد کیفی و کمی (روش آمیخته) در ارائه الگویی برای شناسایی عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی در شرکت‌های صادرکننده فلزات اساسی استفاده شود.
۳. محققان آینده می‌توانند دیگر عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرکننده فلزات اساسی را به مدل این پژوهش اضافه کرده و مجدداً به آزمون مدل بپردازند.

۱. آقاجانی، حسنعلی؛ فرزادفر، رامین (۱۳۹۲). مدل عملکرد صادراتی با رویکرد قابلیت های رقابتی بنگاه های کوچک و متوسط صادرکننده مرکبات استان های شمالی ایران، انجمن علوم مدیریت ایران، ۸ (۲۹): ۲۴-۴۴.
۲. ایمانی‌راد، مرتضی (۱۳۷۸). محاسبه و ارزیابی اثر صادرات کشوری بر پایه متغیر های کلان اقتصاد. مجموعه مقالات هفتمین کنفرانس سیاست های پولی و ارزی..
۳. سرمد، زهره و بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۶)، روش های تحقیق در علوم رفتاری، تهران، آگاه، چاپ پنجم.
۴. شم‌آبادی، محمد-علی (۱۳۸۳). طراحی الگوی بازاریابی صادراتی فرش دستباف ایران. رساله دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس .
۵. فتحی، یحیی (۱۳۸۱). شناسایی مزیت های نسبی و اولویت بندی بازارهای هدف صادرات سنگ های تزئینی ایران. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۲: ۵۷-۹۰.
۶. کریمپور، عبدالحسن؛ شریفی، کیومرث؛ صفابخش، شهلا (۱۳۹۱). ارائه مدلی برای ارزیابی تأثیر اجزای رویکرد مبتنی بر منابع بر عملکرد صادراتی بر اساس استراتژی رهبری هزینه در صنعت کانی غیرفلزی. مدیریت بازرگانی، ۴ (۱۲): ۱۱۳-۱۲۸.
7. Adu-Gyamfi, N., & Korneliusson, T. (2013). Antecedents of export performance: the case of an emerging market. *International Journal of Emerging Markets*, 8(4), 354-372.
8. Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. B., Tse, K., & Allpress, C. (2014). Export marketing research: a comparative analysis of Finnish and British firms. In *Proceedings of the 1991 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 112-118). Springer International Publishing.
9. Eusebio, R., Andreu, J. L., & Belbeze, M. P. L. (2013). Management perception and marketing strategy in export performance. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
10. Julian, C. C., Mohamad, O., Ahmed, Z. U., & Sefnedi, S. (2014). The Market Orientation-Performance Relationship: The Empirical Link in Export Ventures. *Thunderbird International Business Review*, 56(1), 97-110.
11. Kalafsky, R. V., & Gress, D. R. (2014). Go big or stay home? Korean machinery firms, trade fair dynamics and export performance. *Asia Pacific Business Review*, 20(1), 136-152.
12. Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2014). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business research*, 55(1), 51-67.
13. Mengüç, B., & Erem, T. (2015). An Empirical Study of Export Product Adaptation and its Antecedents for Turkish Export Ventures. In *Proceedings of the 1998 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 287-287). Springer International Publishing.
14. Navarro-Garcia, A. (2015). Drivers of export entrepreneurship.
15. Navarro-García, A., Arenas-Gaitán, J., & Rondán-Cataluña, F. J. (2014). External environment and the moderating role of export market orientation. *Journal of Business Research*, 67(5), 740-745.
16. Orlove, B. S. (2014). *Alpacas, sheep, and men: the wool export economy and regional society in southern Peru*. Academic Press.
17. Rodriguez, C. M., Wise, J. A., & Martinez, C. R. (2013). Strategic capabilities in exporting: an examination of the performance of Mexican firms. *Management Decision*, 51(8), 1643-1663.
18. Sousa, C. M., & Novello, S. (2014). The influence of distributor support and price adaptation on the export performance of small and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal*, 32(4), 359-385.
19. Tashakori, A. H., Darvish, Z. A., Saeidnia, H., Gharavi, A., Tahmaseb, S., & Amirdadjoo, N. (2015). Effect of marketing knowledge on acceptance of Relationship-Based Pricing and Export intensity and commercial mediation. *EPISTEMOLOGIA*, 12(01), 110-121.
20. Villar, C., Alegre, J., & Pla-Barber, J. (2014). Exploring the role of knowledge management practices on exports: A dynamic capabilities view. *International Business Review*, 23(1), 38-44

تأثیر فناوری اطلاعات در ورزش

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۲۴

کد مقاله: ۶۲۳۵۳

فاطمه متاجی نیموری^{۱*}، شیما نوروزیان^۲

چکیده

هدف از انجام این تحقیق، بررسی و معرفی سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و کاربرهای آن در ورزش می‌باشد. پیش از این همان‌گونه که پول و ثروت منبع قدرت محسوب می‌شد به همان ترتیب امروزه این اطلاعات است که منبع قدرت محسوب می‌شود. این شعار قدیمی دانش قدرت است، سمبل بارز قرن جدید است. راز بقای دانش و اطلاعات نیز در توسعه و بقای پایگاه داده رایانه‌ها نهفته است. پژوهش‌ها حاکی از آن است که یکی از راه‌های توسعه ورزش، به‌کارگیری تکنولوژی‌های نوین است. با توجه به سرعت گرفتن استفاده از اینترنت و بزرگ شدن شهرها و رشد فزاینده‌ی جمعیت و همین‌طور افزایش تعداد و تنوع اماکن ورزشی و همچنین علاقه‌ی زیاد عموم مردم به ورزش، نبود یا کمبود سیستم‌های اطلاع‌رسانی سریع و راحت و در دسترس، طراحی سیستم اطلاع‌رسانی و مدیریتی بر مبنای اینترنت و وب در این زمینه بیش از پیش احساس می‌شود که باعث صرفه‌جویی در زمان و هزینه و افزایش دقت و صحت اطلاعات و روش‌های دسترسی و بهره‌گیری از آن‌ها با راه‌اندازی این سیستم‌ها می‌گردد.

واژگان کلیدی: تکنولوژی، ورزش، مدیریت، فناوری اطلاعات

۱- دانشجوی دکتری مدیریت، مدرس دانشگاه علامه محدث نوری (نویسنده مسئول) fmatajinemvar@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت

۱- مقدمه

انسان در بسیاری از موارد تلاش می‌کند تا از مشغله‌های روزانه جدا شده و به آرامش یا تمرکز روی مسائلی غیر از کار روزانه بپردازد که یکی از این موارد مشغول شدن به ورزش است. ورزش به دلیل ویژگی نشاط بخشی دارای طرفداران زیادی است. از سویی ورزش‌های گروهی دارای شرایط خاصی هستند که عده زیادی را در یک مکان جمع کرده و بر یک موضوع متمرکز می‌کند که همین تمرکز انسان‌ها و افکار آنها باعث می‌شود خود به خود فناوری اطلاعات در آنجا ظاهر شده و شرایط را به سمت تسهیل بیشتر شرایط تغییر دهد. عوامل متعددی در افزایش محبوبیت ورزش در سراسر جهان تأثیر گذاشته‌اند. از جمله اطلاع رسانی به وسیله رسانه‌های گروهی، شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای که رویدادها و مسابقات ورزشی را گزارش می‌کنند. کشورهایی که در ورزش پیشرفت کرده‌اند سعی کرده‌اند با ارائه ی برنامه‌های توسعه و ایجاد ساختار مناسب در راستای گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات گام بردارند. (جعفرزاده زرنندی، شریفیان و قهرمان تبریزی، ۱۳۹۶: ۱۳۹۹)

با رشد و توسعه ورزش در کشورهای مختلف اهمیت دسترسی به اطلاعات صحیح، دقیق و بهنگام در عرصه ورزش بیش از پیش احساس می‌شود. این اطلاعات برای تهیه برنامه‌های بلند مدت در زمینه توسعه ی ورزش و نیز مدیریت اطلاعات دستخوش تحول شده است، از این رو فعالیت‌هایی که از مدت‌ها پیش برای ساماندهی اطلاعات ورزشی شکل گرفته بود سرعت بیشتری یافته است. فعالیت موسسات بین‌المللی و منطقه‌ای در زمینه اطلاعات ورزشی گسترش چشم‌گیری پیدا کرده است و در سطح ملی نیز کشورها در حال راه‌اندازی یا توسعه مراکز ویژه اطلاعات ورزشی هستند. ورزش به عنوان یکی از عرصه‌ها با حضور پر رنگ رایانه پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای داشته است، به طوری که فاصله بین کشورهای صاحب ورزش با کشورهای در حال توسعه به دلیل استفاده بهینه و تخصصی از رایانه بسیار کمتر شده است.

فناوری‌های زیادی وارد دنیای ورزش و باعث پیشرفت ورزش و ورزشکاران شدند که تکامل اختراعات و رشد فناوری‌های دیگر را نیز به همراه داشتند اما موضوع ما فناوری اطلاعات است که توانست با ورود خود به زندگی بشر نوع نگرش‌ها را تغییر دهد؛ فناوری که در هر محیطی به کار می‌رود تأثیرگذار باشد. رویدادهای ورزشی میلیون‌ها انسان را در سراسر جهان مجذوب می‌کنند، خواه یکی از مسابقات گرنده اسلم باشد یا لیگ قهرمانان اروپا و المپیک اما در پشت صحنه عواملی هستند که این رویدادهای ورزشی را جذاب تر و هوشمند تر می‌کنند که فناوری در صدر این عوامل قرار دارد.

امروزه در باشگاه‌ها و ورزشگاه‌های پیشرفته و به‌روز دنیا، تکنولوژی و پیشرفت علم به‌عنوان یک همیار و کمک یار مربی دیده می‌شود و همین امر باعث تقویت و بهبود عملکرد تمرینات ورزشی و افزایش سطح تمرینات در دنیا می‌شود. همچنین باشگاه‌های ورزشی قادر شده‌اند که محصولات و کالاهای تبلیغاتی خود را به طرفداران بیشتری در سراسر دنیا برسانند و از این طریق سود بیشتری نیز کسب کنند. در زمینه دسترسی به آخرین آموزش‌ها و دستاوردهای ورزشی نیز دیگر نیاز به سفر و خارج شدن از منازل وجود ندارد، در اینترنت همه چیز در دسترس است، به همین منظور بسیاری از اطلاعات دانشگاه‌های معتبر ورزشی دنیا در اختیار همه قرار دارد. در این میان نمی‌توان از تأثیرات تجاری و بازاریابی اینترنت نیز غافل شد. در حال حاضر هیچ تیم مطرح ورزشی در آمریکا وجود ندارد که دارای وبسایت نباشد. در این سایت‌ها آخرین جابجایی‌ها، قیمت سهام باشگاه‌ها و میزان درآمدهای باشگاه درج می‌شود. از سوی دیگر اینترنت به علاقه‌مندان ورزش نیز این امکان را داده که در هر زمانی به سرعت به آخرین اطلاعات تیم مورد نظر خود دست پیدا کند. اگر در دنیای پیشرفته‌ی امروزی شما فردی باشید که نخواهید از این امکانات و رفاه استفاده کنید مطمئناً کسی شما را درک نخواهد کرد و از شما خرده می‌گیرند زیرا تکنولوژی باعث می‌شود دانش و علم درست برای استفاده از ابزار و یا خلاقیت‌ها را به دست آورید و از آن‌ها در مسیر درست استفاده کنید.

۲- مبانی نظری

فناوری اطلاعات و ارتباطات مسیری است که داده را به اطلاعات، اطلاعات را به درک، درک را به راه حل، راه حل را به دانایی و دانایی را به ثروت تبدیل می‌کند. در جهان امروز نقش اینترنت به عنوان یک ابزار اطلاع رسانی قوی و سریع برای ارائه ی خدمات و اطلاعات با سهولت بیشتری مطرح است. با توجه به اهمیت روزافزون استفاده از اینترنت به عنوان مهم ترین ابزار گردش سریع اطلاعات در مسیر توسعه ی ملی و نزدیک شدن به واقعیت یکپارچگی جهانی در اغلب کشورها شناخت و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر گسترش استفاده از اینترنت می‌تواند کشورها را برای ایجاد بسترهای مناسب آن یاری نماید. از آن جایی که اطلاعات همانند سایر منابع سازمان (منابع مالی، فیزیکی، نیروی انسانی) نیاز به برنامه ریزی دارد، سازمان‌هایی که برنامه ریزی اطلاعات را با دقت بسیاری انجام می‌دهند از منافع حاصل از آن بهره مند می‌شوند. (جلیوند و شریفیان، ۱۳۹۵)

تازه ترین تحول در عصر حاضر به فناوری اطلاعات و ارتباطات و تأثیر آن بر ابعاد مختلف زندگی، شکستن مرزهای دانش و توجه ویژه به آن می‌باشد. برای بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ورزشی، تربیت نیروی انسانی کارآمد، محور اصلی توسعه پایدار و تحول در نظام ورزش هر کشور می‌باشد. برای رسیدن به چشم انداز مورد نظر نیاز به بهسازی و تحول در ساختار و ماهیت نظام ورزش وجود دارد و فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت بالقوه توانایی کیفیت بخشی و اثربخشی فرآیند یاددهی، یادگیری و تهسلی آن را دارد. (نامور ۱۳۹۴)

پژوهش های زیادی به بررسی نقش و اهمیت رایانه و فناوری اطلاعات در انجام وظایف و پروژه های ورزشی پرداخته اند و همگی بر این مسئله که رایانه تأثیر چشمگیری بر بهبود عملکرد سازمان ها دارد، تأکید داشته و اذعان کرده اند استفاده از رایانه و سیستم های اطلاعاتی و عملیاتی موجب نظام مند شدن داده های سازمان می شود. اهمیت و نقش فناوری اطلاعات به عنوان عاملی پر قدرت در تغییرات اقتصادی و اجتماعی موجب شده است سرمایه گذاری های زیادی برای توسعه آن صورت گیرد. اگر تلاش مناسبی برای به کارگیری صحیح فناوری اطلاعات و محور قرار دادن آن در برنامه های توسعه های سازمان های ورزشی انجام گیرد، می تواند فرصت بزرگی را برای رشد و توسعه ورزش کشور فراهم کند. (محمدی و اسماعیلی، ۱۳۹۵) امروزه با پیشرفت های علمی و فناوری به دست آمده در زمینه ی ارتباطات و سیستم های اطلاع رسانی به ویژه شبکه ی اینترنت به عنوان ابزاری سریع و در دسترس و با توجه به تعیین و تثبیت استانداردها و شاخص های فنی و بین المللی اماکن ورزشی، لزوم استفاده ی مدیران و برنامه ریزان امور عمرانی و ورزشی از این قبیل اطلاعات بسیار اهمیت دارد. فناوری های ارتباطی زیرساخت هایی را در زندگی امروز به وجود آورده اند که دیگر از حاشیه پردازی های گذشته و طولانی شدن زمان تصمیم گیری ها و اطلاع رسانی ها جلوگیری می کند. این زیرساخت های ارتباطی باعث افزایش بهره وری منابع و جریان سازی برای گردش اطلاعات بر مبنای سیستم های اطلاعاتی می شوند و محصول نهایی نیز مبتنی بر فناوری اطلاعات خواهد بود. فناوری اطلاعات در ورزش بخش های متفاوتی را تحت تأثیر قرار داده است که می توان در طبقات مختلفی آن را دسته بندی کرد. در یک دسته بندی ساده می توان در سه لایه این تأثیرات را مورد بررسی قرار داد: لایه اول در تجهیزات، لایه دوم در بهبود حرکات و سالم سازی محیط و لایه سوم در مدیریت امور ورزشی.

۲-۱- تجهیزات

فناوری اطلاعات در بعد تجهیزات تأثیر زیادی بر وسایل ورزشی داشته است. در این میان تأثیر تبادل اطلاعات به صورت بیسیم و آبی از اهمیت ویژه ای برخوردار است؛ وسایلی مانند: دستگاه های حاوی شتاب سنج و انواع سیستم های متصل به بدن ورزشکاران در تمرینات یا توپ های مجهز به چیپست ها یا وسایل بسیار دیگری که به فناوری های الکترونیکی مجهز شده اند. محصولات ورزشی نقش اساسی در عملکرد ورزشکاران دارند. با پیشرفت فناوری شرکت های تولیدی محصولاتی را در زمینه ورزش تولید کرده اند که باعث پیشرفت ورزشکاران و آسودگی بیشتر آن ها در انجام تمرینات و بهبود سریع تر عضلات خود شده اند. از جمله این پیشرفت ها می توان به نوآوری در لباس های ورزشی اشاره کرد. با پیشرفت علوم ورزشی و مطالعه علمی نیاز به استفاده از لباس های هوشمند در تولید و توسعه لباس های ورزشی برای انجام بهتر فعالیت ها و همچنین برای سنجش سیگنال های فیزیولوژیکی و حرکات جسمانی در طول تمرین احساس می شود. به این منظور تولید لباس های هوشمند به وسیله فناوری یکی از پدیده های به روز در دنیای ورزش است. پیش بینی های زیادی که نشانه از پیشرفت فناوری در زمینه های ورزشی است باعث شده بسیاری از شرکت ها و برندهایی که در زمینه های دیگر فعالیت می کنند علاقمند شوند تا در حوزه های ورزشی سرمایه گذاری کنند. استفاده از دوربین های حرفه ای با کیفیت و سرعت بالا در راستای پیشرفت نرم افزار بیومکانیک به گروه ها این فرصت را می دهد که تصویر کامل و با جزئیاتی از حرکات ورزشکاران خود مشاهده کنند که در گذشته قادر به مشاهده ی آن نبودند. این مشاهده دقیق این امتیاز را به مربیان می دهد که ارتباط حرکتی (زنجیره ای از عضلات، مفاصل و حرکات بدنی) ورزش کاران خود را زیر نظر بگیرند. این اطلاعات برای پیشرفت سرعت، دقت و همچنین برای تحلیل نشانه های ممکن، مثلاً عدم تعادل هنگام حرکت که باعث آسیب دیدگی می شود به کار گرفته می شود.

قسمت مهم دیگری از علم ورزش و فناوری که به طور عمده باهم ادغام شده اند فیزیولوژی اعصاب و بیوفیدبک اعصاب است. با پیشرفت های فناوری فاکتورهایی که قبلاً تنها در آزمایشگاه ها قابل اندازه گیری و در دسترس بودند، مانند فعالیت عضلات، ریتم تنفسی و فعالیت های عصبی، امروزه در حین تمرین و بازی به اندازه گیری و ارزشیابی این اطلاعات پرداخته و در دسترس قرار می دهند. اندازه گیری و برآورد میزان تمرکز و قدرت فکری، آمادگی و وجود عکس العمل سریع و واکنش مناسب، میزان و نحوه گرم کردن یک فوتبالیست حرفه ای در زمین بازی، یا یک دروازه بان فوتبال در هنگام دریافت ضربه ی شدید پناستی و یا یک بازیکن تیم ملی هاکی روی یخ در یک نبرد و مسابقه ی سخت و نفس گیر رودررو در یک بازی مهم امکان پذیر و موجود شده است. (عیسوند، ۱۳۹۸) برخی از تجهیزات ورزشی که به کمک فناوری اطلاعات تجهیز شده اند عبارتند از:

الف- تکنولوژی چشم شاهین: با استفاده از هوش مصنوعی و دستورات کد نویسی شده تصمیمات مهمی توسط چشم عقاب گرفته می شود که نتیجه بازی را تغییر می دهد. تشخیص صحنه های مشکوک و به اصطلاح میلی متری از مهم ترین وظایف چشم عقاب به شمار می رود. در این فناوری با استفاده از چندین دوربین در بین قدرتمند در بالای زمین مسابقه یا مشرف به نقاط مورد نظر عبور اشیاء مانند توپ، تجزیه و تحلیل می شود. این تکنولوژی از ۶ تا ۷ دوربین با کیفیت بالا که در بالای میدان بازی قرار دارند (از جمله یک نمایش پرنده ها) استفاده می کند تا به تجزیه و تحلیل پرواز و مسیر جسم مورد استفاده در مسابقات ورزشی بپردازد. تکنولوژی چشم شاهین یا (Hawk eye) در مسابقاتی مانند تنیس، والیبال و فوتبال مورد استفاده قرار می گیرد. تشخیص چشم عقاب که بر تشخیص داور ارجحیت دارد، دارای مزایای زیر است:

۱. تشخیص دقیق امتیاز یا خطا در صحنه های مشکوک، عدم احتمال اشتباه و تأثیر گذاری مثبت در داوری

۲. کاهش اعتراضات به نحوه داوری، کاهش تنش بین بازیکنان و افزایش تمرکز داور بر روی قضاوت

۳. امکان برگرداندن تصمیم اشتباه از سوی داور و اجرای مسابقه همراه با عدالت

ب- دستگاه ایمنی (HANS): Head and Neck Support که به معنای محافظت از سر و گردن است، در ورزش‌های پرخطری مانند راگبی، اتومبیل‌رانی و موتورسواری که گاهی با حادثه‌های مرگباری همراه هستند و نیاز به ایمنی بیشتر برای حفظ جان رانندگان دارد، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این دستگاه با فناوری شبیه‌سازی ستون فقرات و برای محافظت از تکان‌های شدید گردن به جهات مختلف مخصوصاً به عقب طراحی شده است که با بدنه U شکل بر روی شانه‌ها قرار می‌گیرد و گردن را محافظت می‌کند. این دستگاه دارای مزایای زیر است:

- طراحی بر اساس آناتومی بدن
- محافظت از گردن و ستون فقرات
- عدم ایجاد مزاحمت برای راننده در هنگام مسابقه

ج- سنسورهای ثبت امتیاز: در رشته تکواندو اجرای صحیح حرکات کلید اصلی ثبت امتیاز است، به طور مثال در حرکت آپ‌دولبوچاگی، باید روی پای ورزشکار مهاجم به طور کامل با هوگو ورزشکار مدافع برخورد داشته باشد در غیر این صورت امتیازی ثبت نخواهد شد. بنابراین استفاده از هوگوهای الکترونیکی تأثیر زیادی در روند نتیجه‌گیری و امتیاز دهی این رشته ورزشی داشت. در ورزش شمشیربازی نیز از نوع دیگری از سنسورها استفاده می‌شود. در این ورزش با استفاده از محافظی از جنس Lamé که نوعی رسانا الکتریکی محسوب می‌شود، برخورد شمشیر با بدن بلافاصله ثبت شده و با ارسال به دستگاه‌های شمارنده، امتیاز بر روی برد نمایان می‌شود. دقت این فناوری بسیار بالا است و خطای ثبت امتیاز در آن بسیار ناچیز است. این سنسورها در دو نوع باسیم و بی‌سیم در لباس محافظ ورزشکار قرار می‌گیرند و با حساسیت بسیار بالا امتیازات را ثبت می‌کنند. برجسته‌ترین مزایای استفاده از سنسور ثبت امتیاز بیسیم عبارت است از:

- کاهش چشمگیر اشتباهات داوری
- برقراری عدالت در بازی
- کاهش وقفه‌های حین بازی برای بازیکنی صحنه‌ها

د- تکنولوژی بازپخش فوری: تکنولوژی بازپخش فوری در بسکتبال با نام (instant replay)، در والیبال ویدئو چک و در فوتبال VAR و در تکواندو ویدئو ریپلی شناخته می‌شود، زمانی که داور در اتخاذ تصمیم درست (مثلاً زمان پرتاب) دچار شک می‌شود به ویدئوی آن صحنه از زوایای مختلف نگاه می‌کند تا تصمیم درست را بگیرد.

ه- ردیاب‌ها: GPS نیز در دنیای مدرن ورزش نقش مهمی را ایفا می‌کند؛ مثلاً مربیان در ورزش‌های راگبی و فوتبال می‌توانند موقعیت بازیکنان خود را در طول بازی در زمین به صورت لحظه‌ای به وسیله این دستگاه کنترل کنند، سپس حرکات آن‌ها را زیر نظر بگیرند و برای عملکرد بهتر بازیکنان از آن‌ها بخواهند حرکات خود را تغییر دهند.

و- جلیقه‌های خنک‌کننده: با در نظر گرفتن این حقیقت که اگر ورزشکاران بتوانند برای مدت طولانی تری خود را خنک نگه دارند، عملکرد بهتری خواهند داشت، شرکت‌های تولید کننده لباس نوعی جلیقه‌های ترموستاتیک اختراع کردند. این جلیقه‌های خنک‌کننده قبل از استفاده در فریزر قرار می‌گرفت و توسط دوندگان مسیرهای متوسط تا طولانی یک ساعت قبل از مسابقه پوشیده می‌شد، بنابراین دمای بدن کاهش می‌یافت.

ز- کفش‌های ورزشی: کفش‌های یکی از مهم‌ترین فاکتورها در عملکرد ورزشکاران در مسابقات ورزشی است. به دلیل اهمیت کفش‌های ورزشی در بسکتبال به دلیل ماهیت این ورزش شرکت‌های بزرگی چون نایکی سرمایه‌گذاری عظیمی روی کفش‌های بسکتبال انجام دادند و آخرین تکنولوژی‌های ورزشی و پزشکی را روی آن‌ها اعمال کردند. از کفش‌های فوق سبک آدیداس با وزنی کمتر از ۲۳۰ گرم تا کفش‌های تطبیق‌پذیر نایکی با تکنولوژی Hyper Adapt که در طول بازی و به کمک اپلیکیشن قابل تنظیم هستند، همگی آخرین تکنولوژی‌های ورزشی را بکار گرفته‌اند تا گوی سبقت را در ارائه بهترین کفش بسکتبال از رقیبان برابیند. این دستاورد به کمک تکنولوژی بکار رفته در حلقه‌های بسکتبال به نام Breakaway rim به‌دست آمده است.

برای دویدن اگر عضلات را قبل از دویدن خوب گرم نکنید، زانو‌ها آسیب می‌بینند و بافت‌های عضلانی دچار پارگی می‌شوند. برای جلوگیری از این نوع آسیب دیدگی‌ها و فشار نیاوردن به بدن، محققان موسسه فرانکفورت کفش دوندگی طراحی کرده‌اند که حسگرها و میکروالکترودهای در کف آنها وجود دارد. این حسگرها اطلاعات بیومکانیک را اندازه‌گیری می‌کنند و حالت دویدن دوندگان را ارزیابی می‌کنند. این کفش‌ها قابلیت این را دارند که به ورزشکاران حالت نادرست قرار دادن پا و خستگی را گوشزد کنند. دستگاه‌های اندازه‌گیری را می‌توان به راحتی از کف این کفش‌ها برداشت. برای شارژ کردن این دستگاه‌ها باید آنها را روی یک شارژر گذاشت. شتاب‌سنج‌ها و حسگرهای GPS که در کف این کفش‌ها قرار دارد، اطلاعات بیومکانیک را از طریق بلوتوث به گوشی‌های هوشمند ورزشکاران انتقال می‌دهد. نرم‌افزارهای گوشی‌های هوشمند این اطلاعات را ارزیابی می‌کنند و به ورزشکار اعلام می‌کنند که در چه شرایطی قرار دارد. اگر این امکان وجود داشته باشد نرم‌افزار پیشنهادی مفید به ورزشکار می‌دهد.

همچنین این نرم‌افزارها می‌توانند اطلاعات را از طریق اینترنت انتقال دهند و آنها را ارزیابی کنند و می‌توان بر اساس اطلاعات به دست آمده با کمک این کفش‌ها برنامه‌های درست و دقیقی برای ورزشکاران طرح ریزی کرد.

ح- پیراهن ورزشی: آدیداس در طراحی پیراهن‌های خود استفاده از فناوری را فراموش نکرده است. امروزه بسیاری از بازیکنان در زیر لباس خود زیرپیراهنی می‌پوشند. لباس‌های زیرین به صورت شیاردار باقی خواهند ماند تا به تهویه و گردش هوا کمک کند. در روش جدید سیستم ساده‌ای شامل گروهی از منافذ در قسمت‌های کلیدی لباس جایگزین لباس‌های میکروفیبری منفذدار شده است. با این روش جریان هوایی در زیر لباس بازیکن به وجود می‌آید که هوای گرم را به بیرون از لباس فرستاده و هوای خنک‌تر را به داخل می‌کشد. همچنین در یقه این لباس‌ها وزنه‌هایی به کار رفته تا وقتی بازیکنان ضربه سر می‌زنند، لباس آن‌ها روی صورتشان قرار نگیرد. حذف شانه‌ها هم میزان اصطکاک لباس با پوست بازیکنان را کاهش می‌دهد.

ط- لباس شنا: اخیراً متوجه شده‌اند که جنس لباسی که شناگران برای مسابقات می‌پوشند می‌تواند رکورد آنها را حتی یک ثانیه یا بیشتر بهبود بخشد. کارشناسان ناسا سهمی عمده‌ای در طراحی لباس شنای Speedo LZR Racer داشتند که در المپیک هم استفاده شده است. در تولید این لباس از نایلون الاستین و مواد پلی‌اورتان استفاده شده است که اصطکاک بدن ورزشکار را با آب کاهش داده، جریان اکسیژن به عضلات بهتر می‌شود و به نوعی بدن را فشرده می‌کند که سرعت ورزشکار بیشتر گردد.

ی- راکت هوشمند: در تنیس سنسورها در ارائه داده‌هایی از قبیل سرعت و جهت سرویس، محل قرار گرفتن توپ، نقاط امتیازی زمین، سرعت توپ و سرعت چرخش آن، ارتفاع توپ و موارد دیگر کمک می‌کند. نسل جدید راکت‌های هوشمند است که اطلاعات مربوط به تنیس باز را جمع‌آوری می‌کند و با کمک برنامه روی گوشی هوشمند آن‌ها را پردازش می‌کند.

ک- دستکش هوشمند: دستکش جدیدی برای گلف‌بازان طراحی شده است که اطلاعات مفیدی از فشار دست آنها در اختیارشان قرار می‌دهد. چهار سنسور بر روی این دستکش قرار داده شده است که فشار را اندازه‌گیری می‌کنند. اطلاعات به دست آمده از دستکش نشان می‌دهد که هر انگشت نیاز دارد چه میزان قدرت و فشار به چوب گلف وارد کند. این دستکش در صورت خطا به صورت صوتی اخطار می‌دهد. در قسمت داخلی دستکش ماینیتور بسیار کوچکی قرار دارد که اطلاعات به راحتی بر روی آن قابل خواندن است.

ل- اپلیکیشن‌ها: در بدنسازی طبق مطالعات مشخص شده است استفاده از اپلیکیشن‌های مربوطه در نیمه اول سال ۲۰۲۰ حدود ۵۰٪ رشد داشته‌اند. در دوران کرونا مانند هر کسب و کاری، باشگاه‌های بدنسازی هم تنها با شرایط دیجیتالی امکان ادامه مسیر داشتند. بسیاری کلاس‌های مجازی را در دستور کار قرار دادند تا اعضا از داخل خانه‌هایشان کارها را پیش ببرند. شرکت‌های نرم‌افزاری به باشگاه‌ها کمک کردند تا مجازی شوند. اینکالاین یکی از شرکت‌هایی بود که در زمینه بدنسازی در فضای مجازی تلاش زیادی داشت و پلتفرم اینکالاین فیت را ارائه کرد. این برنامه خدمات را به صورت آنلاین و جلسات پخش زنده ارائه می‌داد. همچنین اعضا می‌توانستند پرداخت‌هایشان را به صورت آنلاین و از طریق کارت اعتباری انجام دهند و این یعنی در هر جای دنیا می‌شود از این باشگاه استفاده کرد. با استفاده از هوش مصنوعی که از چندین الگوریتم متنوع کمک می‌گیرد امکان ارائه برنامه غذایی به کاربران مهیا می‌شود. هوش مصنوعی اطلاعات لازم برای سبک زندگی مناسب را جمع‌آوری می‌کند و آن‌ها را با دستورالعمل‌های کلی ادغام کرده و به کاربر ارائه می‌دهد. با استفاده از یادگیری ماشین به کاربران غذاهای سالم و مناسب را ارائه می‌کند و در صورت نیاز می‌تواند راه‌حل‌های مناسب برای شرایط خاص هم ارائه دهد. ارائه برنامه غذایی با استفاده از هوش مصنوعی نیاز به استفاده از روش‌های مبتنی بر الگوریتم است تا بتواند تنوع خوبی در برنامه‌ها و نوع غذاهای پیشنهادی داشته باشد و رضایت کاربران را جلب کند.

م- سیستم فناوری تشخیص خط گل: سیستم فناوری تشخیص خط گل بخشی از فناوری آنالیز بازی در لحظه است. این فناوری می‌تواند از دو روش مبتنی بر دوربین یا مبتنی بر میدان مغناطیسی و امواج رادیویی استفاده کند. در حال حاضر دو شرکت روی فناوری تشخیص گل یا رهگیری توپ و بازیکنان متمرکز هستند. شرکت‌های هاوک-آی و کایروس بهترین نرم‌افزارهای تحلیل لحظه‌ای زمین فوتبال را تهیه می‌کنند. شرکت بریتانیایی هاوک-آی از دوربین‌های جستجوگر استفاده می‌کند. شرکت آلمانی کایروس که با قرار دادن یک تراشه در داخل توپ حرکت و موقعیت آن را تشخیص می‌دهد. در روش مبتنی بر دوربین بین ۲ تا ۶ دوربین از خطوط دروازه با سرعت ۵۰۰ فریم در ثانیه تصویربرداری کرده و همزمان آنها را توسط یک شبکه بدون وقفه به یک سرور مرکزی ارسال می‌کنند که با نرم‌افزارهایی که با الگوریتم خاص تصاویر را آنالیز می‌کند می‌تواند تشخیص دهد که آیا توپ از خط رد شده است یا خیر. در صورت گذشتن توپ از خط رد کمتر از یک‌سوم ثانیه سیگنالی به گیرنده روی دستبند داور ارسال می‌شود تا به وی اطلاع دهد که توپ از خط رد شده و داور بدون وقفه می‌تواند تصمیم خود را بگیرد. در روش دیگر، سیم‌های نازکی روی خطوط دروازه و نواحی اطراف آن یک شبکه بی‌سیم ایجاد می‌کنند. در مرکز توپ یک تراشه قرار می‌گیرد که می‌تواند سیگنال‌های متقابل را درک کند و سیستم پشت دروازه نتیجه را به سرور مرکزی منتقل می‌کند و سایر مراحل شبیه روش قبل است.

۲-۲- بهبود حرکات و سالم سازی محیط

امروزه افزایش سن ورزشی ورزشکاران و بهبود حرکات و سالم سازی محیط به کمک فناوری اطلاعات آسان تر شده است. روش های درمان بیماری ها و آسیب دیدگی ها و اطلاعات به روز و در لحظه درباره بیماری ها و حرکات و نیز نظم بخشی برنامه های ورزشی توسط وسایل ارتباطی و نرم افزارهای تخصصی ورزشی باعث شده تا ورزش دیگر یک کار صرفا عملی نباشد. به کارگیری فناوری در ورزش برای ارتقای عملکرد، جلوگیری از آسیب دیدگی، درمان و بهبود آسیب دیدگی و محافظت از سلامت ورزشکاران رشد قابل توجهی داشته است. در ادامه به آشنایی با برخی از ابزارهایی که به کمک فناوری اطلاعات در بخش سلامت ورزش مفید واقع شده اند، می پردازیم.

الف- گجت های پوشیدنی: گجت های پوشیدنی از جمله مصداق های بارز استفاده از فناوری در مسابقات ورزشی هستند. این دستگاه ها در حوزه سلامت ورزشکاران مورد استفاده قرار می گیرد. بررسی لحظه به لحظه وضعیت ورزشکار و بررسی داده ها از عملکرد و بازدهی ورزشکاران از جمله مواردی است که با پدید آمدن گجت های پوشیدنی وارد ورزش شده اند. بسیاری از ورزشکاران به دلیل عدم بررسی شرایط بدنی دچار مصدومیت های شدید و حتی مرگ شده اند. کارکرد اصلی این نوع گجت ها در ورزش بیشتر مربوط به زمان تمرین و برای افزایش استقامت یا بازدهی ورزشکاران است. فناوری های پوشیدنی در زندگی بسیاری از ورزشکاران تاثیر گذار است، زیرا می توانند با نظارت بر میزان ضربان قلب، هیدراتاسیون، و درجه حرارت از طریق سیستم کنترل بی سیم و میکروسکوپی سلامت خود را تحت نظر بگیرند. برجسته ترین مزایای استفاده از گجت های پوشیدنی که در ورزش های فوتبال، بسکتبال، راگبی، دوچرخه سواری، بدنسازی، دو و میدانی و بیسبال مورد استفاده قرار می گیرد، عبارتند از:

- کاهش آمار مصدومیت ها و مرگ و میر در ورزش
- شناخت دقیق از قدرت فیزیکی، نقاط قوت و ضعف ورزشکار
- کمک به ارتقاء مهارت ها و قدرت بدنی ورزشکاران

ب- دستگاه های پروتز برای ورزشکاران معلول: در گذشته افراد دارای اندام های از دست رفته یا معلول هیچ فرصتی برای رقابت نداشتند، اما با پیشرفت تکنولوژی پروتز این امکان فراهم شده است. دستگاه های پروتز برای ورزشکاران معلول یکی دیگر از موارد کاربرد فناوری اطلاعات در ورزش است.

۲-۳- مدیریت امور ورزشی

مدیریت ورزشی یکی از مهمترین فعالیتهای مدیران است و برای موفق شدن در این مسیر علاوه بر دانش و تجربه بالا استفاده از ابزارهای مدرن نیز مهم هستند. فناوری اطلاعات تنها وسیله ای است که به سازمان های ورزشی کمک می کند تا برنامه ریزی تفریحی ورزشی خود را طوری گسترش دهند که جذب بیشترین تعداد شرکت کننده را امکانپذیر سازد. سازمان های ورزشی نوین در محیط رقابتی پیچیده ای قرار گرفته اند که ناشی از تغییرات محیطی، سازمانی و فناوری است. در واقع در این محیط رقابتی و مجازی شدن سازمان ها، مدیران ورزشی نیازمند انجام تدویلات متنوع در سازمان ها هستند و شاید بیشتر آنها نیازمند بازبینی کلی و طراحی مجدد ساختار سازمان های خود باشند. استفاده از فناوری اطلاعات افراد را قادر می سازد تا دور از محیط فیزیکی سازمان به انجام وظایف شغلی خود بپردازند. پس می توان گفت که ضرورت فناوری برای رسیدن به اهداف هر سازمانی در عصر ارتباطات انکارناپذیر است و سازمان های مختلف بر مبنای ماهیت و اهداف خود باید به گونه ای از این ابزار کمک بگیرند که هرچه سریعتر به اهداف خود دست یابند. از سوی دیگر سرعت تغییر و تحولات به کارگیری این ابزار را برای ادامه بقای سازمان ضروری ساخته است. به عبارت دیگر سازمان های امروزی مجبورند فناوری اطلاعات را به کار گیرند، در غیر این صورت از عرصه فعالیت ها در محیطی که شتاب تغییر و تحول ها در آن فزاینده است، حذف خواهند شد. (زرندی، شریفیان و تبریزی، ۱۳۹۷: ۱۳۹۹)

یکی از مهمترین بخش ها در اداره یک کسب و کار ورزشی، مدیریت آن است. تامین هزینه های باشگاه، مدیریت بازیکنان و کادر فنی، مدیریت جلسات تمرینی، ثبت و نگهداری از مدارک همه از وظایف یک مدیر ورزشی است. قبل از ورود تکنولوژی به عرصه مدیریت ورزشی انجام دادن و مدیریت تمامی این فعالیت ها کار دشوار و زمان گیری بوده است. برای مثال اگر شما به عنوان مدیر یک باشگاه قصد داشتید تا زمان برگزاری یک بازی دوستانه را به بازیکنان خود اطلاع دهید، نیاز بود تا به صورت جداگانه با همه آنها تماس بگیرید و به آنها اطلاع دهید. این روش نه تنها به زمان زیادی نیاز دارد بلکه درصد خطای بالایی در هنگام جابه جا کردن اطلاعات نیز دارد. با استفاده از پایگاه های داده همچنین می توان کلیه ی اطلاعات مربوط به سوابق رویدادهای ورزشی آخرین پیشرفت ها و تغییرات تاریخی را ثبت و بررسی کرد. کاری که پیش از این امکانپذیر نبوده و اطلاعات مربوط به آخرین تغییرات و دستاوردهای ورزشی به دست فراموشی سپرده می شد.

روش ها و ابزارهای سنتی مانند بایگانی کردن کاغذی امروزه جای خود را به روش های مدرنی مانند استفاده از نرم افزارهای مدیریتی داده اند. امروزه پایگاه های بسیار مفیدی برای مدیران ورزش وجود دارد که پایگاه های وابستگی نام دارند. این پایگاه در حقیقت سیستمی است که اطلاعات را در ردیف ها و طبقات مشخصی ذخیره می کند. به این ترتیب زمانی که یک کاربر به

اطلاعاتی نیاز دارد می‌تواند اطلاعات خود را روی کامپیوتر فرد دیگری که اطلاعات در آن ذخیره شده است را پیدا کند. بزرگترین پایگاه داده برای مدیریت مؤثر ورزش زمانی ایجاد می‌شود که کامپیوترهای سراسر جهان به هم متصل شوند اما شبکه‌های کامپیوتری علاوه بر اشتراک اطلاعات و منابع دارای فواید دیگری نیز هستند. با استفاده از یک شبکه به هر تعداد کامپیوتر موجود می‌توانند به جای داشتن چندین و چند چاپگر تنها از یک چاپگر استفاده کنند. امروزه و با پیشرفت فناوری ظرفیت موجود در ذخیره‌سازی اطلاعات به نحو چشمگیری افزایش یافته و هم اکنون می‌توان فایل‌های مربوط به فیلم‌ها و تصاویر مختلف همچون ورزش را از طریق شبکه‌ها استفاده کرد. نکته‌ای که باید به آن توجه داشت این است که اطلاعات موجود روی یک شبکه الزاماً محدود به یک بخش و یا سایت نمی‌شود بلکه شبکه‌های گسترده می‌توانند کلیه مدیران ورزشی را در سراسر یک کشور به هم متصل کنند. به این ترتیب کلیه مدیران، ورزشکاران و تصمیم‌گیران در نقاط دور و نزدیک یک کشور می‌توانند به تبادل اطلاعات و ارتباط رایگان بپردازند و به اطلاعات مفیدی جهت اتخاذ بهترین تصمیم دست یابند.

در دسترس بودن شبانه روزی اطلاعات اینترنتی دقیق و فنی، فرصت فوق العاده و گران قیمتی را برای مدیران مربوط فراهم می‌سازد. در دسترس بودن این اطلاعات از خدمات و سرویس‌های اماکن ورزشی مختلف، زمینه‌های ارزشمندی را برای استفاده ی مردم و کمک به آن‌ها به منظور انتخاب مکان، زمان و کیفیت اماکن ورزشی دلخواه خود ایجاد می‌نماید و بستر مناسبی را به منظور نظارت و بررسی عملکرد اماکن ورزشی به وجود می‌آورد. امروزه از فناوری اطلاعات برای سازماندهی به هر روز یک رقابت و رویداد ورزشی به خوبی می‌توان استفاده کرد. برای مثال اطلاعات مربوط به هر ورزشکار شامل نام، جنسیت، سن، اطلاعاتی برای دسترسی به وی، اطلاعاتی از روز گذشته وی و حتی سبیل لباس وی را پیدا کرد. همچنین اطلاعات مربوط به یک رویداد ورزشی همچون زمان برگزاری، مکان برگزاری، داوران، تعداد شرکت‌کنندگان و یا امکانات موجود را به راحتی در ردیف‌های مشخصی از طریق سایت‌های اینترنتی پیدا کرد. حال آن که دسترسی به همه این اطلاعات در گذشته بسیار زمان گیر و دشوار بود.

مدیریت امور ورزشی و مربیگری‌های تخصصی و در کنار آن افزایش توانایی در مان‌گراها به کمک ابزار سنجشی رایانه‌ای باعث افزایش میزان دقت، تولید و گسترش اطلاعات در زمینه‌هایی شده که پیش از این حتی تخیل آن قدری سخت و ناممکن بود. کاربردهای مبتنی بر فناوری اطلاعات به طرز غیر قابل باوری مدیریت ورزش را متحول کرده است. این کاربردها کمک می‌کند تا بهترین کارایی و خروجی را داشته باشیم، لذا استفاده از فناوری اطلاعات برای مدیران و برنامه‌ریزان ورزشی در هر رده‌ای به امری الزامی تبدیل شده است.

۳- پیشینه تحقیق

کمیته ملی کانادا (۲۰۰۷) توسعه ی فناوری های اطلاعات و ارتباطات در ورزش را از مهمترین عملکردهای مثبت خود بیان کرد که اجرای آن کمک بسزایی به توسعه ورزش کرد. این کمیته اعلام کرد برای توسعه ورزش و موفقیت آن باید این فناوری ها را گسترش داد.

سوتیرادو و همکاران (۲۰۰۸) اعتقاد دارند که در توسعه ورزش توجه به ابعاد زیادی لازم است، در سطح کلان و خرد، عوامل زیادی بر گسترش و ترویج ورزش تأثیر دارند. همچنین آنها توسعه ی ورزش را فرایندی که در آن فرصت ها، فرایندها، سیستم ها و ساختارهای مؤثر ایجاد می شوند تا افراد در همه ی گروه ها و گروه های خاص بتوانند در ورزش و تفریح شرکت کنند و عملکرد خود را بهبود بخشند، تعریف کرده اند.

محمدی و اسماعیلی (۱۳۹۵) در تحقیقی به نام اولویت بندی موانع کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان های ورزشی با استفاده از روش AHP به این نتیجه رسیدند که عصر کنونی، عصر اطلاعات یا دانایی نام گرفته است. در این عصر فناوری اطلاعات به عنوان یک راهبردی یا طرز تفکر جدید تمام ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر قرار داده است و سازمان ها نیز نهادهایی هستند که به شدت تحت تأثیر فناوری اطلاعات قرار گرفته اند به گونه ای که تصویر سازمان امروزی بدون فناوری اطلاعات و کاربرد آن غیرممکن است. پژوهش های مرتبط بیانگر آن است که فناوری اطلاعات هزینه ی به دست آوردن و تجزیه و تحلیل اطلاعات را کاهش داده و اجازه می دهد تا سازمان از هزینه های مربوط به جمع آوری و توزیع اطلاعات و همچنین هزینه های بی رویه مدیریت بکاهد و کارایی ساختار خشک سازمان را دگرگون کند. توسعه و کاربرد فناوری اطلاعات در سازمان های ورزشی همانند دیگر سازمان ها اهمیت ویژه ای دارد. بهبود و توجه به فناوری اطلاعات از نیازهای ضروری عصر حاضر برای سازمان ها به ویژه برای سازمان های ورزشی است.

فرهید (۱۳۹۵) در پنج فناوری تأثیرگذار در دنیای ورزش نوشت امروزه برای بهتر اجرا شدن مسابقات ورزشی و یا تمرینات از فناوری هایی استفاده می شود که روز به روز در حال پیچیده تر شدن هستند. استفاده از این فناوری های به روز، تأثیر چشمگیری بر روند اجرای مسابقات و تمرینات ورزشی و بهبود عملکرد ورزشکاران داشته باشند.

جلیوند و شریفیان (۱۳۹۵) در تحقیقی با نام فناوری اطلاعات و ارتباطات و سیستم های اطلاعات مدیریت و کاربردهای آن در ورزش به این نتیجه رسیدند که امروزه استفاده از فناوری اطلاعات عملکرد سازمان ها را تحت تأثیر قرار داده است؛ از این رو برخی از سازمان ها، برنامه های مشخصی را برای توسعه و به کارگیری فناوری اطلاعات دنبال می کنند. شناسایی موانع مؤثر در

عدم استفاده از این فناوری اولین گام در تدوین برنامه توسعه اطلاعاتی محسوب می شود. فناوری اطلاعات می تواند نقش مهمی در ارتقای بهره وری و کارایی سازمان ها داشته باشد. اما در این زمینه موانعی نیز به چشم می خورد. استفاده از فناوری های اطلاعاتی در نهادهای ورزشی نیز مانند سایر نهادها یک ضرورت انکار ناپذیر است. بکارگیری آنها باعث می شود فرآیندهای سازمان با سرعت و دقت بیشتر و هزینه کم تر انجام شود، بنابراین می توان گفت آینده از آن سازمان هایی خواهد بود که خود را با واقعیت و الزامات فناوری اطلاعات هماهنگ کنند. این فناوری ها و سیستم ها باعث توسعه کمی و کیفی ورزش در همه ابعاد آن (مدیریت، تجهیزات و ...) می شود و ضروری است که تمامی دست اندرکاران ورزش از فناوری های اطلاعات متناسب با حیطه و حوزه کاری خود جهت استفاده از مزایای آنها در ارتقای فعالیت خود استفاده نمایند. علوم ورزشی در سال های اخیر پیشرفت زیادی داشته است و می توان دلیل اصلی آن را این دانست که مردم به اهمیت علوم ورزشی در تندرستی خود و جامعه شان پی برده اند.

کشاورز، فراهانی، علیزاده (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر تجاری سازی تحقیقات مدیریت ورزشی دریافتند در جوامع امروز علاوه بر جنبه سلامتی ورزش به جنبه اقتصادی آن نیز توجه فراوان می شود. جنبه اقتصادی آن نیز مربوط به سازمان هایی می شود که در ورزش حرفه ای در حال فعالیت هستند، ازاین رو توسعه ی اقتصادی برای آنها بسیار حائز اهمیت است. این سازمان های ورزشی برای این هدف خود نیازمند دستیابی به علوم و فنون جدید هستند.

عیسوند (۱۳۹۸) در فناوری های نوین در ورزش نوشته است با بررسی های مختلف به این نکته پی برد که فناوری های ورزش در زمانی بهتر آشکار می گردد که به فهرستی از تجهیزات ورزشی استاندارد، دستگاه های پیچیده برای تمرین، ارزیابی عملکرد ورزشی، استادیوم های عظیم ورزشی، نرم افزارهای تحلیل عمل کرد، صنعت مکمل های ورزشی و مبارزه با دوپینگ، مدل سازی ریاضی و شبیه سازی های کامپیوتری حرکات ورزشی و ... بپردازد.

زرنندی، شریفیان، تبریزی در تحقیقی تحت عنوان آینده پژوهی زیرساخت فناوری اطلاعات با تأکید بر سازمان های ورزشی و ارائه مدل (۱۳۹۹) دریافتند که فناوری های جدید اطلاعاتی تأثیر عظیمی بر ورزش و فعالیت های تفریحی دارند. این فناوری ها در اینکه چگونه برنامه های ورزشی و تفریحی را مدیریت و تجزیه و تحلیل کنیم و چگونه با مشتریان و همکاران خود ارتباط برقرار کنیم تأثیر بسیاری دارند. بهره وری و اثربخشی برنامه های حرفه ای در آینده به آگاهی و به کارگیری فناوری های اطلاعاتی وابسته است؛ بنابراین سازمان ها و کسب و کارهای ورزشی و تفریحی برای موفقیت در فعالیت های خود باید تمامی ارتباطات، برنامه ها، خدمات و نیروی انسانی خود را با این فناوری هماهنگ سازند.

۴- روش تحقیق

روش انجام این پژوهش از نوع مطالعاتی و کتابخانه ای و کاربردی است که با مطالعه منابع کتابخانه ای و مقالات و پایان نامه ها و دیگر منابع موجود مرتبط در این زمینه در اینترنت به جمع آوری اطلاعات و جمع بندی پرداخته شده است.

۵- یافته ها

سالمه است با پیشرفت علوم مختلف عملکرد ورزشی بازیکنان در رشته های مختلف بهبود پیدا کرده است که این نتیجه تلاش بیشتر و علمی تر ورزشکاران است. مثلاً در ورزش دوچرخه سواری هم جنس لباس ورزشکاران و هم کلاه ورزشکاران و حتی دوچرخه آنها با گذشت زمان دستخوش تغییراتی شده است که باعث افزایش سرعت ورزشکار می شود و ورزشکاران زیادی وجود دارند که حاضر هستند برای دست آوردن یکی از این برتری های علمی پول زیادی بپردازند تا نسبت به دیگر ورزشکاران برتری داشته باشند

تکنولوژی در ورزش های بسیاری مثل ورزش های پربرخورد که برخورد بدنی بالایی در آنها وجود دارد به وضوح دیده می شود و از طریق استفاده ی درست از این تکنولوژی می توان جلوی آسیب دیدگی های شدید ورزشی را گرفت و یا از طریق آنها به درمان سریع آسیب دیدگی ورزشکاران پرداخت و همچنین نگاه دارنده ی سلامت و تندرستی ورزشکاران باشد.

نتایج تحقیقات نشان می دهد که فناوری در یک فرآیند می تواند با فراهم کردن اطلاعات کیفی برای مربیان و مسئولان ورزشی و آماده کردن ابزارهای ارزشمند در بهبود عملکرد ورزشکاران نقش کلیدی ایفا کند. به عنوان مثال یکی از امکانات پرکاربرد تکنولوژی، استفاده از دوربین ها و کنترل کننده های بسیار حرفه ای، با دقت، ریزبین، باکیفیت و پرسرعت است که در مسیر و راستای پیشرفت نرم افزار بیومکانیک به تیم های حرفه ای و بزرگ این اجازه و امکان را می دهد که تصویر دقیق و درستی از حرکات بازیکنان خود مشاهده کنند و به راحتی به آنالیز تیم بپردازند. این مشاهده و بازدید فیلم ها، می تواند به مربیان و مسئولان تیم در زمینه ی ارتباط حرکتی بازیکن که زنجیره ای از حرکات عضلات، ماهیچه ها، مفاصل و حرکات مختلف بدنی است، کمک و راهنمایی بزرگی کند. اطلاعات به دست آمده در این زمینه برای پیشرفت سرعت و عکس العمل سریع بازیکن ها، دقت و ریزبینی و همچنین در کنار آن برای تحلیل و نکته یابی نشانه ها و علائم ممکن مثلاً عدم حفظ تعادل در هنگام حرکت و یا ضربه زدن که در نهایت آن، باعث آسیب دیدگی های شدید و نا بهنجاری خواهد شد، می شود. متخصصان ورزش و مربیان می توانند از این

اطلاعات استفاده کنند و ورزشکاران را در بالاترین سطح عملی برای هر نوع شرایط محیطی تمرین دهند. به علاوه تحلیل‌های در حین بازی و یا در حین تمرین ممکن است اطلاعاتی را در مورد میزان حرکت ایده آل بازیکن و تعادل میان فعالیت تعاملی عضلات جمع شونده و بازشونده جمع‌آوری کند. این اطلاعات برای عملکرد ورزشکاران بسیار مهم هستند؛ اما مهم‌تر از آن ارزش‌گذاری و تمرین در شرایط ایده آل برای جلوگیری از آسیب‌دیدگی است.

در کنار فناوری‌هایی که می‌توان از آن‌ها در زمین‌بازی استفاده کرد گزینه‌های دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند خارج از زمین برای بهبود عملکرد به کار گرفته شوند؛ مانند میزان فعالیت و خواب ورزشکار، مانیتورهای که الگوهای فعالیت و خواب ورزشکار را زیر نظر می‌گیرند؛ به گروه‌های حرفه‌ای اطلاعاتی ارائه می‌کنند که به آن‌ها اجازه می‌دهد هر ورزشکار را بهتر بشناسند. با استفاده از این اطلاعات مربیان می‌توانند برای ورزشکاران با توجه به سفرهای گروه برنامه تمرین، مسابقه و راهنمایی‌های شخصی ارائه کنند و کیفیت استراحت، بازسازی و آمادگی عملی آن‌ها را ارتقاء دهند.

یک مربی سنتی مشاهدات فردی را بر روی فرم‌های خاص کاغذی ثبت می‌کند و با تجزیه و تحلیل آن به یکسری نتایج و اطلاعات آماری می‌رسد، در واقع در روش سنتی هم آنالیز وجود دارد اما نه بصورت کامپیوتری. در روش‌های مکانیزه و پیشرفته عملیات به گونه دیگری است. در واقع اطلاعات مربوط به تیم را به کامپیوتر می‌دهند و اطلاعات طبقه‌بندی شده را تحویل می‌گیرند. مثلاً تعدادی کارشناس از روی سکو با دنبال کردن بازی داده‌ها را جمع‌آوری نموده و برای انجام تحلیل روی آن‌ها، داده‌ها را وارد کامپیوتر می‌کنند. در این روش علاوه بر کم شدن نقش نیروی انسانی، سرعت آماده‌سازی اطلاعات نیز بسیار بالاتر می‌رود. همچنین اطلاعات بسیار مفیدی را می‌توان از نرم‌افزار بازیابی نمود. مثلاً مقدار مسافت طی شده توسط یک بازیکن، تعداد دفع توپ هر یک از بازیکنان، تعداد شوت‌های زده شده، تعداد پاس‌های موفق یک بازی و... در کشورهای پیشرفته عمل جمع‌آوری اطلاعات حین بازی از طریق دوربین‌ها و سنسورها و تجهیزات سخت‌افزاری انجام می‌شود نه افراد. در واقع نرم‌افزارها در کنار سخت‌افزارها کار جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل آن‌ها و دسته‌بندی اطلاعات خروجی را انجام می‌دهند.

مربیان و استادان ورزشی که از این تکنولوژی‌ها و فناوری‌های جدید در کنار تجربه و دانش خود در هر زمان و مکانی استفاده می‌کنند باعث می‌شوند که سطح و عملکرد آن‌ها از بقیه مربیان و استادان بیشتر و بالاتر به نظر برسد.

اینترنت همچنین نحوه توزیع و فروش کالاهای ورزشی را که تاثیر زیادی در برنامه‌ریزی‌ها دارد، متحول کرده است. خرید تجهیزات ورزشی همواره از مسائلی است که مدیران و برنامه‌ریزان ورزشی را درگیر خود کرده است. مدیران به دنبال خرید محصولاتی با قیمت و کیفیت منطبق با نیازهای خود هستند. لذا با استفاده از تجارت الکترونیکی و از طریق اینترنت امروزه به راحتی می‌توان به انواع و اقسام تجهیزات ورزشی با قیمت‌های بسیار متنوع دست پیدا کرد. برای مثال قیمت کارخانه‌ای یک راکت تنیس در آمریکا حدود ۴۰ دلار است اما زمانی که این راکت به دست توزیع‌کنندگان، فروشندگان عمده، فروشگاه‌های ورزشی و در نهایت به ورزشکار می‌رسد، قیمتی معادل ۱۶۰ دلار دارد. با استفاده از تجارت الکترونیکی مدیران باشگاه‌های ورزشی و ورزشکاران می‌توانند به طور مستقیم به کارخانه متصل شده و جنس مورد نظر خود را خریداری کنند. بر اساس تحقیقات انجام شده به این ترتیب قیمت محصولات بین ۵۰ تا ۸۰ درصد کاهش خواهد داشت. بنابراین سود بیشتری نصیب ورزشکاران خواهد شد. تجارت الکترونیکی دو مشکل بزرگ زمان و مسافت را حل کرده است.

۶- نتیجه‌گیری

درک و نگرش مربیان نسبت به استفاده از فناوری اطلاعات در ورزش مثبت است. بنابراین سازمان‌های ورزشی باید به منظور موفق شدن، دانش و مهارت‌های خود را نسبت به گذشته به طور مداوم به روز کنند. در حقیقت دنیای ورزش امروز با کنار هم قرار دادن استعداد طبیعی ورزشکاران، تجزیه و تحلیل‌های دقیق و به کار گرفتن هوش مصنوعی به این درجه از هوشمندی از لحاظ تکنولوژیکی دست یافته است.

استفاده از فناوری اطلاعات می‌تواند در تمامی ابعاد ورزش (خدمات، صنایع، تولیدی‌ها، سازمان‌های ورزشی در تمامی سطوح، رویدادها، اماکن ورزشی، باشگاه‌های ورزشی، سلامت و...) نقش موثری را ایفا نماید؛ لذا به تمامی سازمان‌ها و مدیران و دست‌اندرکاران ورزشی توصیه می‌شود که تا حد ممکن از این سیستم‌ها و فناوری‌ها را به کار گیرند تا بدین طریق در برنامه‌ریزی‌ها، برنامه‌سازی‌ها، خدمات و تولیدات و... موفق شده و با توسعه کمیت و کیفیت امورات به اهداف مورد نظر خود دست یابند. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی از این نوع در ابعاد‌های مختلف رفتار سازمانی و دیگر متغیرهای سازمانی و با تاکید بر سیستم‌ها و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سازمان‌های مختلف ورزشی انجام شود تا با نتایج حاصل از آنها دست‌اندرکاران ورزش با اهمیت این سیستم‌ها و فناوری‌ها در ورزش آشنا شوند و بتوانند با درک این اهمیت نسبت به بکارگیری آنها گام‌های موثری بردارند.

امروزه فناوری اطلاعات عملکرد سازمان‌های ورزشی را تحت تأثیر قرار داده است؛ از این رو سازمان‌ها به منظور استفاده از این فناوری بهتر است برنامه‌های مشخصی را برای توسعه و به کارگیری فناوری اطلاعات دنبال کنند. شناسایی موانع مؤثر در عدم استفاده از فناوری اطلاعات، اولین گام در تدوین برنامه توسعه فناوری اطلاعاتی سازمان‌ها برای ورود به عصر اطلاعات

محسوب میشود. موانع گوناگونی بر سر راه اشاعه فناوری اطلاعات وجود دارند که موجب کندی روند رشد و توسعه آن می شوند که در تحقیقات مختلف به آنها اشاره شده است؛ از جمله این موانع می توان به موانع مدیریتی، انسانی، موانع فرهنگی اجتماعی، موانع ساختاری سازمانی، موانع فنی تکنولوژیکی، موانع فردی و محیطی اشاره کرد. در بیشتر این تحقیقات، اصلی ترین موانع کاربرد فناوری اطلاعات را موانع فنی، سازمانی، فردی و فرهنگی ذکر کرده اند. (محمدی و اسماعیلی، ۵۶۱: ۱۳۹۴)

در این میان یک مشکل مهم وجود دارد. ابزار تکنولوژی کمی گران هستند و به همین دلیل میان آن دسته از کسانی که از این تجهیزات استفاده می کنند و آن دسته که استفاده نمی کنند شکافی ایجاد شده که آن را شکاف دیجیتال می نامند. در آمریکا برای مثال حدود ۶۰ درصد از بزرگسالان به اینترنت متصل و آنلاین هستند. این کاربران بیشتر از طبقات بالا و میانه جامعه هستند که قادر به خرید کامپیوتر و پرداخت هزینه های ارتباطی هستند ولی به هر حال مردمی نیز وجود دارند که قادر به خرید ابزار مرتبط به فناوری اطلاعات نبوده و در نتیجه از فواید انقلاب فناوری اطلاعات به دور مانده اند.

منابع

۱. نامور مجید، (۱۳۹۴)، «موانع کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در وزارت ورزش و جوانان»، اولین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی و ورزش.
۲. جلیوند جمشید، شریفیان اسماعیل، (۱۳۹۵)، «فناوری اطلاعات و ارتباطات و سیستم های اطلاعات مدیریت و کاربردهای آن در ورزش»، دومین همایش ملی دستاوردهای نوین تربیت بدنی و ورزش، دانشگاه بین المللی چاپهار.
۳. فرهید احمد رضا، (۱۳۹۵)، «پنج فناوری تاثیر گذار در دنیای ورزش»، اخبار تکنولوژی، روزنامه سرمایه.
۴. قهرمانی حسن، (۱۳۹۵)، «تاثیر فناوری اطلاعات در ورزش»، دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش عالی علمی کاربردی مشهد.
۵. محمدی سردار، اسماعیلی نرگس، (۱۳۹۵)، «اولویت بندی موانع کاربرد فناوری اطلاعات در سازمانهای ورزشی با استفاده از روش AHP»، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۸، شماره ۴، صص ۵۵۵-۵۶۶.
۶. کشاورز لقمان، فراهانی ابوالفضل، عزیزاده گلریزی ابوالفضل، (۱۳۹۷)، «تحلیل عاملی عوامل مؤثر بر تجاری سازی تحقیقات مدیریت ورزشی»، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۶۱۱-۵۹۵.
۷. عیسوند محمد، (۱۳۹۸)، «فناوری های نوین در ورزش».
۸. جعفرزاده زرنندی محبوبه، شریفیان اسماعیل، قهرمان تبریزی کوروش، (۱۳۹۹)، «آینده پژوهی زیرساخت فناوری اطلاعات با تأکید بر سازمان های ورزشی و ارائه مدل»، نشریه مدیریت ورزشی، دوره ۱۲، شماره ۴، صص ۱۱۱۸-۱۰۹۳.
9. Gogoi, H, (2019), The use of ICT in sports and physical education. Akinik publications, 117- 130
10. Lin, B, (2011), Information technology capability and value creation. Journal of technology in society, vol.29. Issue.1. PP:93-106.
11. Alvani, S, M, (2010), Public Management, Publication Nay, Third Edited, Printing 37th.
12. Arnaldo, O, (2011), A discussion of rational and psychological decision-making theories and models: the search for a cultural- ethical decision-making model, Electronic Journal of Business Ethics and organization Studies, vol. 12, Issue 6. PP: 12-13.
13. Gonzalez, C, (2012), Decision support real-time, dynamic decision-making tasks, Organizational Behavior and Human Decision Process Journal. Vol.96, PP: 142-154.
14. 6.. Mahony F, D, Howard, D, R, (2012), sport business in the next decade: A general overview of expected trends, Journal of sport management. Vol.15, Issue.10 PP: 275-296.
15. Molloy, S, Schwenk, R, (2011), The effects of information technology on strategic decision making, journal of management studies, vol.32, PP: 283-311
16. Chen, Y, Chai, (2013), important computer competencies for sport management professionals, International Journal of applied sports sciences, vol.19, Issue.1, PP: 66-85.
17. Kevin, T, whyte, G, (2012), Collective efficacy and vigilant problem solving in group decision making: A non-liner model, Organizational behavior and human decision process Journal, vol.96, PP: 112-129.
18. committee Co. "Annual report 2004". www.olympic.ca. 2007.
19. Sotiriadou, K., Shilbury, D., & Quick, S. (2008) " The attraction, retention/transition, and nurturing process of sport development: some Australian evidence". Journal of sport management. pp: 22(3), 247-272.

دوماهنامه اقتصادی

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه

ISSN: 2538-6409

