

Leveling the Factors Affecting the Export Performance of Sporting Products to Achieve a World Class with an Emphasis on Human Resource Development

Forough Mohammadi^{1*}, Narges Azam Nezami², Masoumeh Klatch Seyfari³, Mohammad Hossein Razavi³, Hasan Farsijani⁴

- ¹. Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran.
- ². Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.
- ³. Department of Sports Management, Faculty of Physical Education, Mazandaran University, Babolshahr, Iran.
- ⁴. Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Received: 2022/02/21

Accepted: 2022/06/02

Original Research

Abstract

Objective: The present study is an attempt to categorize the empowerment factors of sports goods exports to achieve a world-class level with emphasis on human resources development through applying interpretive-structural modeling. The study was carried out as a mixed and developmental-applied work.

Methodology: Following Glaser's approach and in-depth interviews with 15 experts (sports marketing, economists, industrial management), the main factors of the model were identified as 92 open codes, 13 select codes, and five theoretical codes in the NVIVO10 software environment. Then using the interpretive-structural model development tool in MATLAB2014, the factors were ranked. Finally, the internal relationships between the factors were extracted and categorized based on the MICMAC analysis of conductivity and dependence.

Results: The results uncovered five levels of the factors so that motivation for human resources, trust building, organizational communication, training, and skills of human resources were at the fifth level of the model with the greatest impact on human resource development at the fourth level; quality, innovation, flexibility, cost reduction, time reduction, sales and after-sales service at the third level; world-class production and service at the second level; and world-class sports industry and empowerment of export performance of sports products at the first level. According to MICMAC analysis, human resource development factors (independent variables) were the motivators of other factors.

Conclusion: Successful and efficient sports managers and marketers can prepare the ground for human resources development at a world-class level through effective communication mechanisms with people inside and outside the organization, identifying and training capable individuals, motivating, and building trust. Through this, the ground for the empowerment of the sports goods export from Iran to other countries can be prepared.

Keywords: Export performance, World-class, Human resource development, Sports products.

* Corresponding author's e-mail address: foroughmohammadi770@yahoo.com

سطح‌بندی عوامل مؤثر در عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی برای رسیدن به کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی

فروغ محمدی^{۱*}، نرگس اعظم نظامی^۲، معصومه کلاته سیفیری^۳، سیدمحمد حسین رضوی^۴، حسن فارس‌جانی^۴
^۱ گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران.
^۲ گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
^۳ گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
^۴ دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۲

چکیده

هدف: هدف این مقاله سطح‌بندی عوامل توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی برای رسیدن به کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی با به کارگیری مدل‌سازی تفسیری- ساختاری بود. پژوهش حاضر آمیخته و توسعه‌ای - کاربردی است. روش‌شناسی: بر اساس رهیافت گلیزری و مصاحبه عمیق با ۱۵ نفر خبرگان (بازاریابی ورزشی، اقتصاددانان، مدیریت صنعتی) در محیط نرم‌افزار NVIVO10 عوامل اصلی مدل در قالب ۹۲ کد باز، ۱۳ کد انتخابی و ۵ کد نظری شناسایی شده و سپس با استفاده از فرآیند مدل‌سازی تفسیری- ساختاری در محیط نرم‌افزار MATLAB2014 سطح‌بندی و روابط درونی بین عوامل استخراج و در نهایت بر اساس تحلیل MICMAC قدرت هدایت و وابستگی دسته‌بندی شدند.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که عوامل مدل در ۵ سطح قرار دارند و ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی، اعتمادسازی، ارتباطات سازمانی، آموزش و مهارت نیروی انسانی در سطح پنجم مدل قرار گرفته و دارای بیشترین تأثیرگذاری بر توسعه منابع انسانی (سطح چهارم)، کیفیت، نوآوری، انعطاف‌پذیری، کاهش هزینه، کاهش زمان، خدمات فروش و خدمات پس فروش (سطح سوم)، تولید و خدمت در کلاس جهانی (سطح دوم)، صنعت ورزش در کلاس جهانی و توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی (سطح یک) بود. در تحلیل MICMAC عوامل توسعه منابع انسانی (متغیرهای مستقل) محرک و برانگیزنده عوامل دیگر به شمار می‌روند.

نتیجه‌گیری: بر اساس نتایج تحقیق، مدیران و بازاریابان ورزشی موفق و کارآمد، با اعمال مکانیزم ارتباطات مؤثر با افراد داخل و خارج سازمان، شناسایی و آموزش افراد توانمند، ایجاد انگیزه و اعتمادسازی می‌توانند موجب توسعه منابع انسانی در حد کلاس جهانی شوند تا زمینه توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی و رونق تولید کالای ورزشی ایرانی فراهم شود.

واژگان کلیدی: عملکرد صادراتی، کلاس جهانی، توسعه منابع انسانی، تولیدات ورزشی

مقدمه

امروزه نیروی انسانی به عنوان با ارزش‌ترین دارایی و سرمایه هر سازمان در نظر گرفته می‌شود؛ بنابراین در نظریه‌های نوین در عرصه برنامه‌ریزی منابع انسانی، علاوه بر سازمان و محیط سازمان، به منابع انسانی توجه ویژه‌ای شده است (Hashemi Siavoshani, Javadipour & Ghorbani, 2021). معتقد است نیروی انسانی یکی از ورودی‌های سیستم سازمانی است. هرچه سازمان نیروی شایسته‌تری جذب کرده و از آنها نگهداری و استفاده مؤثرتری نماید، در رسیدن به اهدافش موفق‌تر و نسبت به رقبایش پیشتر است (Dirani & et al, 2020,18). رقابت سازمان‌ها در کسب سود بیشتر و سهم بازار و سایر موارد خلاصه نمی‌شود، بلکه همه این موارد معلول یک عامل مهم‌تر یعنی نیروی انسانی شایسته است و این نکته‌ای است که سازمان‌ها بدان پی برده‌اند و در جذب این نیروها رقابت و سعی می‌کنند آنها را حفظ نمایند و مانع از ترک خدمتشان گردند (Dadkhah & Mostahfezian, 2022,18). از طرفی روند رو به افزایش رقابت از یک سو و تغییرات پی در پی از سوی دیگر، سازمان‌ها را با شرایط پیچیده‌ای روبه‌رو می‌کند که یادآور نیاز به رشد و توسعه است (Lovea et al,2016, Yang,2018). یکی از با اهمیت‌ترین سیاست‌ها، سیاست باز بودن اقتصاد به عنوان موتور توسعه است که در آن افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند باعث بهبود عملکرد صادرات و رشد کشورهای در حال توسعه شود.

(Rahmani & Motamedi, 2018) و اقتصاددان بهبود عملکرد صادرات را به عنوان محور رشد و توسعه اقتصادی معرفی می‌کنند (Ijaz, et al,2017)؛ از این رو توسعه صادرات و ورود به بازار جهانی، همچنین بقا و ماندگاری در آن فقط با راهبرد مشخص فراهم می‌شود؛ پس با توجه به مهم بودن توسعه فعالیت‌های صادراتی، شرکت‌ها برای بقا و موفقیت در این فعالیت‌ها، نیازمند شناسایی عوامل اثرگذار بر عملکرد صادراتی خویشند. عملکرد صادراتی به این مفهوم است که آیا شرکت توانسته است به هدف‌های صادراتی خود برسد (Shamsuddoha & Yunus A,2006). در حال حاضر در کشورهای پیشرفته ورزش و تفریحات سالم به عنوان یک صنعت بسیار مهم، عاملی مؤثر در رشد و توسعه اقتصاد ملی به شمار می‌رود. این صنعت ریشه‌های خود را به سرعت در تمام گستره دنیا دوانده تا میلیاردها انسان از آن به طریقی بهره‌مند گردند. در حال حاضر ورزش چه از بعد عملی و چه از بعد نظری، در تولید و مصرف کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصادی جوامع مختلف نقش اساسی داشته است و در دنیای مملو از رقابت و فشارهای محیطی امروزی، انزوا در بازارهای جهانی را منع نموده، حضور پررنگ و مؤثر در آن را الزامی می‌دارد. لزوم داشتن صادرات در هر کشوری، بر هیچ کس پوشیده نیست. یکی از راه‌های افزایش و بهبود صادرات، توجه به عملکرد صادراتی شرکت‌های تولیدکننده کالاهای ورزشی است (Kalateh, et al, 2015).

امروزه یکی از استراتژی‌های مهم برای رشد تولید ناخالص داخلی، راهبرد توسعه صادرات است. توسعه صادرات کالاهای ورزشی نیز از مباحث مهم اقتصاد ورزشی است. ابراهیمی و همکاران (۲۰۲۱) پژوهشی کاربردی با هدف بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی ایران و برخی کشورهای در حال توسعه انجام دادند. جامعه آماری پژوهش، ۹ کشور منتخب در حال توسعه بودند که شاخص توسعه انسانی نزدیک به هم دارند. در این پژوهش داده‌های مربوط به صادرات پنج گروه کالاهای ورزشی (کفش، پوشاک، انواع توپ، قایق‌های تفریحی-ورزشی و کالاهای متفرقه) و برخی شاخص‌های رشد اقتصادی در طی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۶ از بانک جهانی و مرکز تجارت بین‌الملل بر اساس طبقه‌بندی و کدگذاری کالاهای گمرگ استخراج شد. نتایج نشان داد که بیشترین حجم صادرات کالاهای ورزشی به ترتیب متعلق به کشورهای اندونزی، هند، ترکیه، تایلند، پاکستان، مالزی، روسیه، ایران و عمان است. همچنین رابطه علیت کوتاه‌مدت دو طرفه‌ای نیز بین رشد صادرات محصولات ورزشی و رشد ناخالص داخلی

وجود دارد. به طور کلی و با توجه به یافته‌های پژوهش توسعه صادرات محصولات ورزشی، منجر به رشد اقتصادی ایران، افزایش بهره‌وری در بخش‌های تولیدی و استفاده مناسب از منابع موجود در جامعه است (Ebrahimi, et al, 2021). نتایج تحقیق ایجاز و همکاران (۲۰۱۷) نیز نشان داد که درآمد صادرات سالانه کالاهای ورزشی پاکستان به ۳۳۸ میلیون دلار بوده و ۲۰۰۰۰۰ نیروی کار به طور مستقیم در ارتباط با صنعت صادرات کالاهای ورزشی مشغول به کار بوده‌اند؛ از این رو، صنعت صادرات کالاهای ورزشی نقشی حیاتی در تجارت بین‌المللی این کشور ایفا می‌نماید (Ijaz, et al, 2017).

با نگاهی تطبیقی به کشورهای جهان و مقایسه کشورهای پیشرفته درمی‌یابیم که علت پیشرفت و توسعه کشورهای، داشتن سرمایه انسانی کارا و توانمند است. اگر جامعه‌ای از این نعمت برخوردار نباشد به طور یقین نمی‌تواند به هدف مورد نظر خود دست یابد؛ بنابراین وجود سرمایه انسانی اثربخش یکی از پیش‌نیازهای پیشرفت و توسعه هر کشوری است (Kottaridi et al, 2019). از دهه ۱۹۶۰ توسعه منابع انسانی به عنوان یکی از زیرمغیرهای مدیریت منابع انسانی بیان شده است (Ahmed et al, 2016). در واقع توسعه انسانی فرایندی است که دامنه انتخاب مردم را گسترده‌تر می‌کند؛ انتخاب‌ها یا گزینه‌هایی که پایانی ندارد و می‌تواند در طول زمان دستخوش تغییر و تحول شود و زمینه‌ساز توسعه سیاسی و اقتصادی شود (Taghavi & mohammadi, 2007)؛ از این رو سازمان‌ها برای حیات و بقا، مجبور به استفاده از پتانسیل و شایستگی‌ها و توانمندی کارکنان خود برای به دست آوردن مزیت رقابتی‌اند (saru, 2007)، (Griffin et al, 2016). برای مدیریت درست تغییرات، رهبران، مدیران و سازمان‌ها باید فرایندهای اجتماعی را که در طرز نگرش کارکنان مؤثرند بشناسند و جوی که زمینه‌ساز توانمندی کارکنان باشد درک و ایجاد نمایند (Laschiger et al, 2005). در واقع توانمندسازی مجموعه‌ای از فنون انگیزشی است که از طریق افزایش سطوح مشارکت و خود تصمیم‌گیری برای بهبود عملکرد کارکنان طراحی شده است. در عصر رقابت، کیفیت، قیمت و سرعت، سه مزیت رقابتی به حساب می‌آیند و یکی از گزینه‌های مهم برای ورود به بازارهای جهانی و توسعه کشورهای، کارآمد نمودن کارکنان در بخش تولید و خدمات است. به همین منظور سازمان‌های زیادی از فرهنگ فرماندهی و پایش دوری کرده، به سوی فرهنگ توان‌افزایی می‌روند (Salimi Daneshgar et al, 2009). اصطلاح «کلاس جهانی» از سوی شونبرگر^۱ در سال ۱۹۸۶ مطرح شد. کلاس جهانی شامل استفاده از تکنیک‌ها و فن‌آوری‌های طراحی شده برای فعال کردن و بهبود بخشیدن به فعالیت‌های یک سازمان برای مطابقت با بهترین رقبای آن می‌شود (Farsijani, 1996). دنیای آینده از رقابت امروز، سازمان‌ها را بیش از پیش به سمت تلاش برای دستیابی به کلاس جهانی سوق می‌دهد. دستیابی به کلاس جهانی، اقتضات خاصی دارد که از مهمترین آنها توجه ویژه به نیروی انسانی در سازمان است. از آنجا که صنعت ورزش و تجارت کالای ورزشی از موضوعات مطرح اقتصادی است، تولید کالاهای ورزشی اکنون یکی از حوزه‌های مهم صنعتی با شاخه‌های گوناگون را تشکیل می‌دهد و دامنه آن هر روز گسترده‌تر می‌شود. پیامد این روند درهم‌آمیزی هرچه بیشتر ورزش و اقتصاد به شکل‌های بسیار متنوع است. این آمیزش سبب شده است تا اقتصاد ورزشی اهمیت بیشتری پیدا کند (Weiss, 2011Y)؛ بنابراین شناسایی عوامل مؤثر در توانمندسازی عملکرد صادراتی بخش تولیدی صنعت ورزش بسیار اهمیت دارد. بی شک منابع انسانی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر موفقیت یا شکست یک سیستم اجتماعی است. این منابع انسانی‌اند که ضامن بقا، عامل تأثیرگذار و رمز موفقیت یک سیستمند. شاید به جرأت بتوان گفت بزرگترین مشکل سازمان‌های امروزی ما و چالش‌آورترین بحرانی که مدیران ما با آن مواجهند، کمی انگیزه و افت

1. Shonberger

مسئولیت‌پذیری کارکنان است. کارکنان بی‌انگیزه بهترین برنامه‌ها، اثربخش‌ترین ساختارها و مؤثرترین منابع را از بین می‌برند. یکی از وظایف اساسی مدیران بعد از انتخاب کارکنان شایسته و متخصص، ایجاد انگیزه در آنان است (Zahedi et al, 2010). انگیزش در همهٔ سازمان‌ها یکی از عوامل مهم در پیشرفت سازمان تلقی می‌شود. گفتنی است انگیزش کارکنان بر بهره‌وری عملکرد سازمان، رضایت شغلی افراد، نحوهٔ سرپرستی مدیریت، نحوهٔ انجام وظایف تأثیر می‌گذارد؛ در نتیجه برای افزایش کارایی هرچه بیشتر باید انگیزاننده را در آنها شناخت و سپس برای ارضای این نیازها در افزایش کارایی همت گماشت (Taybi & Nasiripour, 2009)؛ به عبارت دیگر انگیزه حالت روانی‌ای است که رفتار را برای هدف یا هدف‌هایی فعال و هدایت می‌کند و بالاخره آن را در مسیر هدف قرار می‌دهد (Alaqqband, 2011). انگیزش، تمایل به انجام کار است و در گرو توانایی فرد، تا بدان وسیله نوعی نیاز تأمین‌گر (Robbins, 2014). در واقع سازمان‌ها از طرفی به کارکنان خود برای تولید کالا و ارائهٔ خدمات وابسته‌اند و از طرف دیگر کارکنان به عنوان با ارزش‌ترین دارایی‌های سازمان شناخته می‌شوند که قابلیت یادگیری، رشد، توسعه و بهبود عملکرد را به صورت نامحدودی دارند (Nafukho & Muyia, 2014)؛ از این رو هر فرآیندی که موجب ارتقای توانمندی نیروی انسانی متناسب با نوع کار و فعالیت گردد فرایندی سرمایه‌افزاست که نتیجهٔ آن به طور مستقیم در کمیت و کیفیت خدمات ظاهر می‌شود. بی‌شک آموزش فرایندی است که این نقش محوری را بر عهده دارد؛ بنابراین اگر گفته شود آموزش کلید توسعه است بر حقیقتی کتمان‌ناپذیر تأکید شده است (hasali, 2007). آموزش به تنهایی شامل برخی از انواع تغییرات برای کارکنان است از قبیل تغییر در اینکه آنان چگونه وظایف شغلی خود را انجام دهند، چگونه با دیگران مرتبط شوند یا اینکه در مسئولیت‌های شغلی آنان تغییراتی ایجاد شود (Abbaspour, 2009)؛ بنابراین همواره باید با توسل به سرعت و مهارت، توانمندی‌های خود را به‌روز نگه دارند و در عرصهٔ کنونی رقابت، با توسل به عامل کلیدی پیشرفت و ترقی یعنی نیروی انسانی کارآمد، یک گام جلوتر از سایر رقبا حرکت کنند. برای این منظور باید در درون سازمان اعتماد در درجهٔ بالایی وجود داشته باشد تا کارکنان با ایمان به یکدیگر بتوانند اوضاع را سامان دهند و پیشرو باشند. اعتماد در محیط‌های کاری یکی از منابع مهم مزیت رقابتی است (Pucetaite & Lamsa, 2008) که چندی است این عقیده به شدت با اقبال عمومی مواجه شده است. با توجه به اینکه سازمان‌های امروزی برای موفقیت بسیار به اعتماد سازمانی نیازمندند، انتظار می‌رود که مدیریت با استفاده از فعالیت‌های مدیریتی مناسب آن را در سازمان پرورش دهد. مطالعهٔ ادبیات سازمانی نشان می‌دهد که اعتماد عاملی حیاتی و ضروری برای موفقیت فردی و سازمانی است (Nazari et al, 2015). از طرف دیگر همهٔ انواع سازمان‌ها ممکن است به عنوان مجموعه‌ای از تشکل‌های هدف‌دار در نظر گرفته شوند که افراد در آن‌ها به دلایل متعددی با یکدیگر ارتباط دارند؛ اما انگیزهٔ اصلی مشارکت، این است که اهداف سازمانی و شخصی با عملکرد جداگانهٔ افراد به آسانی قابل حصول نیستند؛ اما می‌توان با عملکرد گروهی به آنها جامعهٔ عمل پوشاند؛ بنابراین ارتباط در سازمان‌ها می‌تواند عامل دستیابی به اهداف سازمانی به شمار رود و در واقع با این فرایند اساسی است که مبادلهٔ اطلاعات در سازمان صورت گرفته و سازمان توانمندی لازم برای بهره‌گیری از اطلاعات و تحقق اهداف خود را می‌یابد. ارتباط مؤثر در یک سازمان موجب بالا رفتن تراز بهره‌وری، رضایتمندی کارکنان، بالا رفتن انگیزهٔ کار مفید و کاهش تضادهای ناشی از فقدان نظام ارتباطی، خواهد شد (Farhangi et al, 2008)، (Hamilton, 1996). بی‌تردید ارتباط سازمانی، شکلی از ارتباط میان فردی است که در آن، ارتباط، ناظر به روابط کاری کارکنان درون یک سازمان است (Blake et al, 2011). در یک ارتباط سازمانی چهار ویژگی هدفمندی، ساختارمندی، وظیفه‌مداری و محاصره مورد توجه است. سازمان به عنوان یک موجود زنده، هم بر محیط اثر می‌گذارد و هم از آن تأثیر می‌پذیرد و این دیدگاه هر

مجموعه را دارای اجزائی می‌داند که وجه اشتراک آنها نظم سلسله‌مراتبی، وابستگی به یکدیگر و مرزهای نفوذپذیری است. به علاوه، نظام سازمانی دارای فرآیند داده، ستاده و بازخورد است (Wiener, 1969). سیرت^۱ و همکارانش تحقیقی را با عنوان «ایجاد توانمندسازی برای سطوح مختلف در سازمان» انجام دادند و در پایان مدلی چندسطحی از توانمندسازی و عملکرد و نیز رضایت شغلی را ارائه نمودند. نتایج نشان داد که مسئولان واحدها، برای بهبود درک کارکنان نسبت به توانمندی‌هایشان با ایجاد تیم‌های خودگردان و اثربخش در حوزه‌های مختلف کاری، به اعطای اختیارات کافی متناسب با مسئولیت پرداخته و با فراهم نمودن زمینه اعتمادسازی به دیگران از طریق شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی، جریان‌ها و سلیقه‌های مختلف فکری سازمان را، ساماندهی می‌نمایند (Sibert et al, 2004).

این پژوهش همانند تحقیق ذکر شده در صدد بررسی و شناسایی ابعاد و شاخص‌های مؤثر در عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی برای رسیدن به کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی و ارتباط بین آنها در یک مدل یکپارچه است؛ بنابراین روش معادلات ساختاری - تفسیری راهگشا است؛ روش مذکور با تجزیه معیارها در چند سطح مختلف به تحلیل ارتباط بین شاخص‌ها می‌پردازد. مدل ساختاری-تفسیری قادر است ارتباط بین شاخص‌ها را که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته‌اند تعیین نماید و می‌تواند برای تجزیه و تحلیل ارتباط بین ویژگی‌های چندمتغیر که برای یک مسأله تعریف شده‌اند، استفاده شود. حسین پور و قربانی پاجی (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر راهبردهای توسعه منابع انسانی بر اثربخشی سازمانی با نقش میانجی اعتماد متقابل و رضایت شغلی کارکنان در سازمان ورزش و جوانان استان مازندران» به این نتایج دست یافتند که توسعه منابع انسانی بر اثربخشی سازمانی، اعتماد متقابل و رضایت شغلی کارکنان مؤثر بوده است. از سوی دیگر، تجزیه و تحلیل‌های انجام شده با استفاده از آزمون سوبل نشان داد که تقریباً ۳۶ درصد از تغییرات توسعه منابع انسانی بر اثربخشی سازمانی، با متغیر میانجی اعتماد متقابل و تقریباً ۲۸ درصد از تغییرات توسعه منابع انسانی بر اثربخشی سازمانی با متغیر میانجی رضایت شغلی کارکنان تبیین می‌شود. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که فرآیندهای توسعه منابع انسانی شامل آموزش کارکنان، توسعه شایستگی‌ها، تسهیم اطلاعات و توانمندسازی با تأثیرگذاری بر اثربخشی سازمانی، اعتماد متقابل و رضایت شغلی کارکنان منجر به دستیابی به اهداف سازمانی برای سازمان ورزش و جوانان می‌شود.

Hosseinpour & Ghorbani, 2018 تحقیقی که توسط لاسچینگر و فاینگان (۲۰۰۵) انجام شده است نشان می‌دهد توانمندی‌های شغلی کارکنان با آموزش و یادگیری، نسبتاً تقویت شده و توسعه بیشتر این توانمندی‌ها منوط به نحوه ی ارائه صحیح آموزشها می باشد (Laschiger et al, 2005). لیونز^۲ (۲۰۱۶) تأثیر توسعه منابع انسانی استراتژیک بر عملکرد سازمانی یافته‌های آماری نشان میدهد که توسعه منابع انسانی استراتژیک بر ساخت عملکرد سازمانی تأثیر مستقیم دارد. که هر ۵ بعد عملکرد سازمانی شامل فرآیندها، مشتری مداری، نیروی کار، رهبری و حکمرانی و مالی با توسعه منابع انسانی رابطه دارند (Lyons, 2016). دافرتی فیلینگان^۳ (۲۰۱۰) عوامل نظم و ترتیب، رفتار عادلانه بین همکاران، رهبری موفق و مناسب، حمایت حرفه ای و فراساختاری از طریق کنترل، رهبری، نظارت و مشارکت در فعالیتهای را معرفی نموده و شاخص‌های: شیوه برخورد مافوق، نحوه ارتباط با مراجعه کنندگان، تجارب یادگیری در محیط شغل، فرصت های شغلی، تاثیرات محیط خانواده، آزادی عمل

1. Sibert

2. Lyons

3. Daugherty Phillingane

و علاقه کاری و اعتماد سرپرست را بر انگیزش شغلی مؤثر دانست (Daugherty Phillingane, 2010). در مقاله ای با عنوان نقش توسعه منابع انسانی در ایجاد سازمان‌های دارای کلاس جهانی به تشریح نقش منابع انسانی در راستای دستیابی به کلاس جهانی پرداخت و به این نتیجه رسید که از آنجا که مهمترین عامل در اداره سازمان‌های دارای کلاس جهانی و سازمان‌هایی که در مسیر کلاس جهانی قرار دارند، وجود منابع انسانی فرهیخته و اثربخش است، جذب و توسعه و به‌روز کردن منابع انسانی از مهمترین مأموریت‌های مدیران در سازمان‌هاست و همچنین سازمان‌ها دارای کلاس جهانی دارای مؤلفه‌هایی به شرح زیر: ارائه خدمات به‌موقع و کامل به مشتریان با توجه به رضایت آنها؛ شناسایی مشتریان عمده و در نظر گرفتن محصول و خدمات قابل ارائه از نظر رقابت؛ تدارک امکانات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در کنار هم و غیره. ویژگی‌های مطرح شده در سازمان‌ها دارای کلاس جهانی مستلزم در اختیار داشتن فضا و فرهنگ - سازمانی برای پویایی بیشتر، آمادگی برای تغییرات مستمر و غیره است که جوهر اصلی تغییر توجه به نیروی انسانی و به‌روز کردن توانایی‌های آنهاست (Dari, 2003).

نظری قنبری و صابونچی (۲۰۱۴) به بررسی نقش آموزش و سرمایه انسانی در رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش استان‌های غرب کشور پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان داد که ورزش استان‌های غرب کشور، به لحاظ رقابت‌پذیری اقتصادی و شاخص سرمایه انسانی قدرت کافی ندارند. آنها بیان کردند که ضعف آموزش و نیروی انسانی در این استانها از عوامل رکود رقابت‌پذیری اقتصادی ورزش است (Ghanbary et al, 2015). جلالی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان نقش منابع انسانی در رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران به بررسی اثر کوتاه‌مدت و بلندمدت منابع انسانی بر رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران، با استفاده از الگوی خودتوضیح با وقفه گسترده برای دوره (۱۳۹۱-۱۳۵۳) می‌پردازد؛ بدین منظور، روش اقتصادسنجی با استفاده از داده‌های مربوط به ارزش افزوده بخش ورزش، اندازه دولت، موجودی سرمایه بخش ورزش و نیروی فعال بخش ورزش به کار برده شد. نتایج برآورد مدل پژوهش نشان داد که منابع انسانی بخش ورزش، در کوتاه‌مدت و بلندمدت اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی صنعت ورزش ایران دارد. همچنین، نقش منابع انسانی در رشد صنعت ورزش بیشتر از موجودی سرمایه است. برای رشد اقتصادی صنعت ورزش بهتر است در بخش منابع انسانی سرمایه‌گذاری انجام شود (Jalaei et al, 2019)؛ بنابراین در شرکت‌های تولیدکننده کالاهای ورزشی که فلسفه وجودی آنان برگرفته از واردات و صادرات کالا و خدمات تولید شده کالاهای ورزشی است، موفقیت در صادرات تولیدات ورزشی همواره از جایگاه قابل توجهی برخوردار است. طبق آمار سایت جهانی، کشور ایران تا سال ۲۰۱۶، ۳۲ میلیون و ۸۹۰ هزار دلار صادرات داشته که در مقابل صادرات جهان رقم قابل توجهی نیست و سهم ایران بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن است. از طرفی تولیدات کشور، یارای رقابت با کالاهای مشابه خارجی را ندارد؛ از این رو، وجود سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های مناسب در زمینه ارتقای شاخص‌ها و عوامل تأثیرگذار بر عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی، امری ضروری به نظر می‌رسد. با وجود این، برای ورود به عرصه تجارت جهانی کالاهای ورزشی، بررسی عملکرد صنعت صادرات کالاهای ورزشی و شناخت عوامل مؤثر یکی از الزامات است. (Ebrahimi, et al, 2021). در برخی از کشورها، سهم ورزش از تولید ناخالص داخلی بین ۵٪ تا ۲ درصد است (Moharramzadeh, 2009). در کشورهایی که از نظر اقتصادی تا اندازه‌ای در وضعیت مطلوبی قرار دارند، شرکت در فعالیت‌های ورزشی بیشتر است و در کشورهای در حال توسعه، مشکلات اقتصادی و حل آنها از اولویت بیشتری برخوردارند (Shabani, 2009). ورزش به عنوان درصدی از بازار جهانی و در مقایسه با تجارت صنایع دیگر در سطح جهان، به عنصری مهمی در بازار اقتصادی دنیا تبدیل شده است؛ به طوری که سهم صنعت ورزش در تجارت جهانی حدود ۲/۵ درصد برآورد شده است (Abdoli, 2014). همچنین ورزش در عملی کردن اقتصاد

مقاومتی مؤثر است. اقتصاد مقاومتی؛ یعنی شکوفایی اقتصاد و رفع مشکلات در زیربخش‌های اقتصادی برای جلوگیری از امتیازدهی به دشمنان و بهبود سطح رفاه عموم. این نوع اقتصاد برای هر ملت، حتی در وضعیت فشار و تحریم، زمینه رشد و شکوفایی را فراهم می‌کند. (Khazaei, Honary & Shahlai Bagheri, 2018) از آنجا که صادرات، محور بسیار مهمی در توسعه اقتصادی است و می‌توان برای تحقق منویات رهبر معظم انقلاب در اقتصاد مقاومتی، صادرات را توسعه داد و بازارهای جهانی را تصرف کرد و در سطح بین‌الملل با تأکید بر کیفیت برتر حضور یافت؛ توسعه ظرفیت‌های تولیدات ورزشی، کارآفرینی ورزشی و صادرات تولیدات ورزشی، اقتصاد مقاومتی را محقق می‌سازد. بدون شک افزایش درآمد خانوارهای ایرانی و فائق آمدن بر مشکل بزرگ بیکاری، در گرو آن است که تولیدکنندگان ایرانی از جمله تولیدکنندگان تولیدات ورزشی، محصولاتی با کیفیت مطلوب و قابل رقابت در حد کلاس جهانی بسازند. دستیابی به این هدف تعیین‌کننده، هرچند به دست تولیدکننده ورزشی ایرانی محقق می‌شود؛ اما نیازمند بررسی عوامل مؤثر بر عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی از سوی نظام تصمیم‌گیری اس؛ بنابراین به نظر می‌رسد بهترین راهکار توانمندسازی راهبردی بهبود عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی، رسیدن به تولید در کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی است و فقدان توجه لازم به عوامل مؤثر در توسعه عملکرد صادرات تولیدات ورزشی در شرکتهای یادشده، چالش‌های فراوانی را برای آنان به دنبال خواهد داشت که در نهایت سبب کاهش سطح صادرات، سودآوری و به خطر افتادن جایگاه شرکت شده و در اقتصاد کشور نیز اثرات مخربی را در پی خواهد داشت. در پژوهش حاضر تلاش شده به بررسی سطح‌بندی عوامل مؤثر در عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی برای رسیدن به کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی با رویکرد معادلات تفسیری - ساختاری پرداخته شود. پرداختن به پژوهش حاضر خلأ تحقیقاتی موجود در امر صادرات، در شرکت‌های تولیدکننده کالاهای ورزشی وجود دارد را پوشش خواهد داد؛ بنابراین به نظر می‌رسد توسعه نیروی انسانی و توجه به آنان به عنوان منابع ارزشمند و کمیاب که غیرقابل تقلید است، می‌تواند در توسعه عملکرد صادرات کالا و خدمات ورزشی تأثیرگذار باشد؛ بنابراین با توجه به اهداف نظام جمهوری اسلامی بر اساس سند چشم‌انداز بیست ساله و سیاست‌های اصل ۴۴ توجه به نیروی انسانی ضروری است. تحقق اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله زمانی دست‌یافتنی خواهد بود که در توسعه منابع انسانی از جمله در بخش تولیدی صنعت ورزش در راستای حمایت از تولید و کار و سرمایه‌ی نیروی انسانی مدیریت داشته باشیم؛ از این رو محققان پژوهش حاضر تلاش می‌نمایند تا حد امکان به این دو سؤال پاسخ دهند که عوامل مؤثر بر توانمندسازی راهبردی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی در بخش صادرات تولیدات ورزشی با رهیافت گلیزری چگونه است؟ تعیین سطح‌بندی عوامل مدل، تأثیرپذیرترین و تأثیرگذارترین عامل با استفاده از رهیافت معادلات تفسیری - ساختاری چگونه است؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای کاربردی و از نظر روش‌شناسی در گروه پژوهش‌های آمیخته و توصیفی - تحلیلی جای می‌گیرد. در بخش کیفی با استفاده از رویکرد ظاهرشونده، عوامل اصلی مدل شناسایی شدند و در بخش تفسیری با استفاده از رهیافت معادلات تفسیری - ساختاری به تعیین روابط درونی عوامل و سطح‌بندی مدل پرداخته و با استفاده از تحلیل میک مک^۱ میزان نفوذ و وابستگی عوامل مدل بررسی شدند. در ادامه هر بخش به تفکیک بررسی شده است.

1. MICMAC

۱. بخش کیفی با رویکرد ظاهرشونده (گلیزری)

در مطالعه حاضر در بخش کیفی برای بررسی جامع‌نگر موضوع، جامعه آماری پژوهش شامل تعدادی از مصاحبه‌های این تحقیق با متخصصان، اقتصاددانان، اعضای هیأت علمی حوزه بازاریابی ورزشی، مدیریت صنعتی با گرایش تولید در کلاس جهانی، مدیران حوزه ورزشی و مدیران شرکت‌های تولیدکننده ورزشی به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه اقتصادی صنعت ورزش با رویکرد کلاس جهانی در توسعه اقتصادی صنعت پرداخته شد. انتخاب آزمودنی‌ها به صورت نظری و گلوله‌برفی بوده و زمانی که سیستم مقوله‌ها یا به اصطلاح «نظریه» اشباع شد، فرآیند جمع‌آوری اطلاعات متوقف شد. هر مصاحبه عمیق به طور میانگین ۳۰ تا ۷۰ دقیقه به طول انجامید. مصاحبه با دو سؤال باز که به نظر شما آیا صنعت ورزش ایران قابلیت رقابت داخلی، منطقه‌ای، بین‌المللی، کلاس جهانی را دارد؟ به نظر شما مشکلات خاص در قابلیت رقابتی صنعت ورزش ایران چیست؟ شروع شد.

پژوهش در بخش کیفی به شیوه نظریه زمینه‌ای^۱ (داده‌بنیاد) و بر رهیافت طرح‌های پژوهشی شیوه نوحاسته انجام شد که به وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. نظریه حاصل از اجرای چنین روش پژوهشی، نظریه‌ای فرآیندی است. روش داده‌بنیاد روشی ایده‌آل برای پژوهش در حوزه‌هایی است که دانش اندکی درباره آن‌ها در دسترس است (Danaeifard et al, 2008). بر اساس رویکرد ظاهرشونده با مرور گسترده ادبیات قبل از ظهور یک مقوله محوری، فرضیه اساسی نظریه داده‌بنیاد را نقض می‌کند. در عوض زمانی از ادبیات استفاده شود که مقوله محوری حضور یافته و توسعه مفهومی پایه‌ای محوری به خوبی در جریان است. بدین ترتیب، مرور ادبیات و مطالعه آن از قبل نوعی هدر دادن زمان است (Glaser & Holton, 2007). به طور کلی، رویکرد ظاهرشونده در روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد، با گذر از سه گام اصلی کدگذاری، حاصل می‌شود. کدگذاری از طریق شکستن داده‌ها، پژوهشگر را از سطح تجربی حرکت می‌دهد، به طوری که وی داده‌ها را در کدهایی گروه‌بندی می‌کند که به نظریه تبدیل خواهد شد (Glaser, 1978). بر اساس این رویکرد، سه گام اصلی کدگذاری، عبارتند از: ۱) کدگذاری باز^۲، ۲) کدگذاری انتخابی^۳ (گام اول و دوم را کدگذاری حقیقی^۴ می‌نامند)، ۳) کدگذاری نظریه^۵ (Danaeifard & Emami, 2014).

در نهایت مفاهیم در قالب اشکال و جداول و ... قرار گرفتند و هم پیشینه تخصصی وارد شد تا به نظریه غنای بیشتری بدهد. گلیزر در کتابی که در سال ۱۹۶۷ منتشر می‌کند؛ برای تلفیق کدهای حقیقی، ۱۸ خانواده از کدهای نظری را به عنوان الگوهایی برای تلفیق کدهای حقیقی، معرفی می‌کند. وی تصریح می‌کند که این ۱۸ خانواده، نسبت به یکدیگر منحصر به فرد نیستند، بلکه به صورت قابل توجهی با یکدیگر هم‌پوشانی دارند. همچنین یک خانواده می‌تواند خانواده دیگر را تقویت سازد و خانواده دیگری را ایجاد نماید. گلیزر در هر یک از خانواده‌های کدگذاری، بدون ارائه یک الگوی شماتیک مشخص، به مجموعه‌ای از واژه‌ها اشاره می‌کند که هر یک از آنها می‌توانند در تلفیق کدهای حقیقی، راهنما باشند؛ به عبارت دیگر، گلیزر در اشاره به هر یک از خانواده‌های کدگذاری، بدون معین کردن نحوه پیوند میان واژه‌ها، محقق را آزاد می‌گذارد تا خود اقدام به تلفیق کدها و مدل‌سازی نماید. به طور

1. Grounded theory
2. Open coding
3. Selective coding
4. Substantive coding
5. Theoretical coding

مثال خانواده‌نوع^۱: مجموعه‌ای از واژه‌هایی که به انواع اشاره دارد مانند اشکال، سبک‌ها و طبقات. خانواده‌فرآیند: مجموعه‌ای از واژه‌هایی که به فرآیندها اشاره دارد مانند مراحل^۲، فازها^۳، زنجیره‌ها^۴، توالی‌ها^۵... (Glaser, 1967). با بررسی‌های به عمل آمده توسط پژوهشگران تحقیق، درباره‌ی ارتباط مفاهیم با یکدیگر که در پژوهش حاضر «خانواده‌نوع و فرآیند» در رویکرد گلیزری، به بهترین شکل، امکان تلفیق مقولات را به عمل آورد؛ زیرا در این پژوهش، انواع متفاوتی از متغیرها و فرآیندها به دست آمد؛ بنابراین مدل حاصل از پژوهش در «خانواده‌کدگذاری نوع و فرآیند» جای داده شد؛ در نتیجه پس از انجام پانزده مصاحبه به طول بیش از ۱۵ ساعت، اشباع تئوریک به دست آمد و فرایند جمع‌آوری داده‌ها خاتمه یافت، بدین معنا که از مصاحبه‌های بعدی اطلاعات جدیدی حاصل نشد. به دلیل حجم بالای داده‌ها در پژوهش‌های کیفی و تحلیل زمان‌بر آنها، بهتر است از نرم‌افزارهای کیفی استفاده شود (Morse & Richard, 2012). نرم‌افزارهای رایانه‌ای، پایایی و دقت فرایند کدگذاری را در تحلیل محتوا افزایش می‌دهند. NVivo10 ابزاری قدرتمند است که تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و تحلیل محتوای مصاحبه‌های میدانی را - که در پژوهش حاضر از آنها استفاده شده، تسهیل می‌کند؛ بدین ترتیب، پس از اجرای مصاحبه‌ها، هر یک در قالب فایل جداگانه‌ای در نرم‌افزار Word تایپ شد. با فراخوانی فایل‌ها در محیط نرم‌افزار، کدگذاری مصاحبه‌ها انجام؛ سپس کدهای تولیدشده در گام قبلی، به روشی جدید و با هدف ایجاد ارتباط میان کدها بازنویسی و گروه‌ها و کدگذاری گزینشی ایجاد شد. پس از تکمیل فرایند کدگذاری، تمام استدلال‌های مطرح شده در مطالعات مرتبط استخراج شدند (Azeem & Salfi, 2012). در نهایت با ایجاد رابطه میان کدها، مدل اولیه‌ی توانمندسازی عملکرد صادراتی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی در نرم‌افزار ترسیم شد. برای ممیزی تحقیق کیفی حاضر (معادل روایی و پایایی تحقیق کمی) فعالیت‌های زیر صورت گرفت: رویکرد ظاهرشونده برای اعتباربخشی به نظریه، چهار معیار تناسب، مرتبط بودن، عملی بودن و قابلیت اصلاح را مورد نظر قرار می‌دهد (Devadas et al, 2011).

همچنین بر اساس معیارهای ارائه شده توسط کرسول و میلر برای حصول از اطمینان از اعتماد پذیری و انتقال‌پذیری (روایی) پژوهش اقدامات زیر انجام شد:

تطبیق توسط اعضا: چهار نفر از مدیران مرتبط با صنعت ورزش و تولید در کلاس جهانی، مرحله‌ی نخست فرآیند تحلیل و مقوله‌های به دست آمده را بازبینی کردند.

مشارکتی بودن پژوهش: به طور همزمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد (Miller & Creswell, 2000).

برای تأیید اتکاپذیری (پایایی) پژوهش از روش‌های زیر بهره گرفته شد:

کدگذاری مجدد توسط خود محقق: پس از سی روز از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً برای کدگذاری داده‌ها اقدام نمود. چند مصاحبه به عنوان نمونه در یک بازه زمانی ۳۰ روزه کدگذاری مجدد شد؛ به همین منظور پس از سی روز از کدگذاری هر مصاحبه، محقق مجدداً برای کدگذاری داده‌ها اقدام نمود. پایایی بازآزمون این تحقیق برابر

1. Type family
2. Stages
3. Phases
4. Chains
5. Progressions

۸۵٪ درصد است. با توجه به اینکه میزان پایایی بیشتر از ۶۰٪ است؛ قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید است (Kvale, 1996).

استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل کیفی: کرسول یکی از راه‌های رسیدن به پایایی در پژوهش کیفی را استفاده از نرم‌افزارهای تحلیل داده‌های کیفی می‌داند که بدین منظور پژوهشگر از نرم‌افزار NVivo10 استفاده کرد. کدگذاری مجدد توسط محقق دیگر: برای کسب اطمینان بیشتر برای تعیین پایایی از فرمول ویلیام اسکات استفاده شد؛ بدین منظور ۱۰ درصد از صفحات به همراه تعاریف عملیاتی، برای کدگذاری به پژوهشگر دیگر داده شد. کدگذاری مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها و نیز شاخص‌ها، برابر دستورالعمل صورت گرفت (Iller & Creswell, 2000). درصد توافق میان دو کدگذاری از طریق ضریب پایایی اسکات محاسبه گردید. در صورتی که ضریب توافق بین آنها بیش از ۷۰ درصد باشد، می‌توان گفت بین کدگذاران توافق وجود دارد (Scott, 1955). از آنجا که میزان ضریب پایایی اسکات بیش از ۰.۹۰ درصد است؛ این اعداد نشان‌دهندهٔ اتکاپذیری بسیار زیاد پژوهش است.

۲. بخش تفسیری-ساختاری

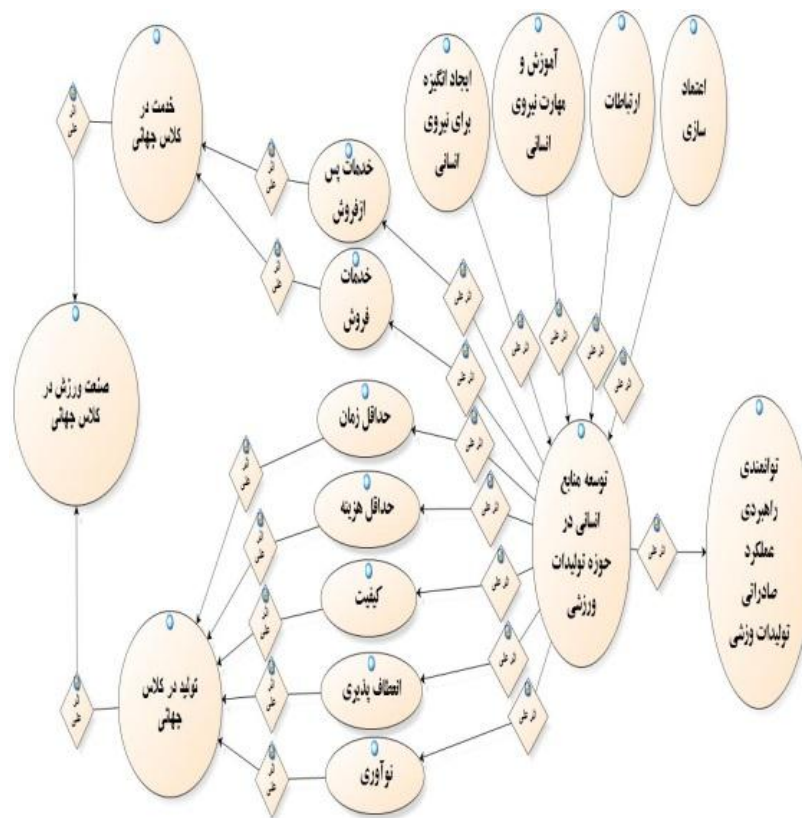
برای انتخاب تیم، ISM از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. معیارهای انتخاب خبرگان تسلط نظری، تجربهٔ عملی، تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و دسترسی است. نکتهٔ قابل توجه در تعیین تعداد خبرگان، کسب اطمینان از جامعیت دیدگاه‌های مختلف در پژوهش است. تعداد خبرگان شرکت‌کننده در ISM مقالات بررسی شده معمولاً بین ۲-۴ نفر انتخاب شده است (Ramesh et al, 2008).

یافته‌ها

بخش اول: گزارش نتایج مربوط به بخش کیفی پژوهش

خبرگان این بخش شامل ۱۵ نفر بودند، سه نفر (۲۰ درصد) از مصاحبه‌شوندگان با رتبهٔ علمی استاد تمام و یک نفر (۶.۶۷ درصد) از مصاحبه‌شوندگان با رتبهٔ علمی استادیار و یک نفر (۶.۶۷ درصد) از مصاحبه‌شوندگان دانشجوی دکتری و ده نفر (۶۶.۶۶ درصد) از مصاحبه‌شوندگان بخش کیفی با رتبهٔ علمی دانشیار بودند.

برای شناسایی عوامل اصلی پژوهش و روابط اصلی از دیدگاه خبرگان پژوهش با توجه به قابلیت نرم‌افزار NVivo10 در مدل‌سازی، میان‌کدها و طبقه‌های استخراج شده از سوی پژوهشگران، روابط منطقی برقرار و مدل مفهومی مطابق شکل (۱) با رویکرد ظاهرشونده ترسیم شد. طبق مدل شکل (۱) مقوله‌های فرعی توسعهٔ منابع انسانی در بخش تولیدی صنعت ورزش (ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی، اعتمادسازی، ارتباطات، آموزش و مهارت نیروی انسانی) اثری علی بر توسعهٔ منابع انسانی با فراوانی ۱۵ و ارجاعات ۱۰۴ دارند. از طرفی توسعهٔ منابع انسانی اثری علی بر عوامل تولید در کلاس جهانی (نوآوری، انعطاف‌پذیری، حداقل زمان، حداقل هزینه، کیفیت) با فراوانی ۱۵ و ارجاعات ۱۲۲ دارند. از طرفی توسعهٔ منابع انسانی بر عوامل خدمت در کلاس جهانی (خدمات پس از فروش، خدمات فروش) با فراوانی ۱۲ و ارجاعات ۳۱ اثر علی دارد و عوامل تولید و خدمت اثری علی بر صنعت ورزش در کلاس جهانی با فراوانی ۱۵ و ارجاعات ۹۳ دارند. در کل عوامل یادشده در قالب یک مدل گلگیری در شکل (۱) از نوع «خانوادهٔ نوع و فرایند» با فراوانی ۱۵ و ارجاعات ۵۷۳ باعث توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی (فراوانی ۱۵ و ارجاعات ۹۰) با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعهٔ منابع انسانی در بخش تولیدی صنعت ورزش می‌شوند. در نهایت مدل کیفی ذکرشده با رویکرد ظاهرشونده و روابط یک سطحی مطلوب است.



شکل (۱): مدل عملکرد صادراتی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی با رهیافت گلگیری

بخش دوم: گزارش نتایج مربوط به بخش معادلات تفسیری - ساختاری پژوهش

در بخش دوم پژوهش برای طراحی مدل ساختاری - تحلیلی از ۱۰ نفر از متخصصان و خبرگان مدیریت بازاریابی ورزشی و مدیریت صنعتی آشنا به اقتصاد ورزش و مدیریت کلاس جهانی در پاسخ به پرسشنامه‌ای که به صورت ماتریسی تهیه شده بود؛ استفاده گردید. مشخصات مشارکت‌کنندگان در بخش تفسیری به این صورت بود که ۸ نفر از مشارکت‌کنندگان مرد و ۲ نفر از مشارکت‌کنندگان زن بودند؛ ۳ نفر با رتبه علمی دانشیار و ۳ نفر با رتبه علمی استادیار و ۳ نفر دانشجوی دکتری و ۱ نفر کارشناسی ارشد بودند. در ادامه طی هشت گام مراحل انجام روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری بر اساس (soti et al,2010)، (Talib,2011)، (Thakkar et al2008) ارائه می‌گردد.

گام اول: بررسی شاخص‌های عوامل توانمندسازی راهبردی عملکرد صادرات تولیدات ورزشی برای رسیدن به صنعت ورزش در کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی در بخش تولیدی صنعت ورزش برای دستیابی به سطح‌بندی عوامل، مدل تأیید شده بر اساس رویکرد گلگیری با نظر خبرگان بخش اول و متخصصان مشارکت‌کننده در بخش دوم به صورت زیر طراحی شد. بعد از مشخص شدن مؤلفه‌های پژوهش برای طراحی مدل تحلیل تفسیری - ساختاری عوامل توانمندسازی راهبردی عملکرد صادرات تولیدات ورزشی برای رسیدن به صنعت ورزش در کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی در بخش تولیدی صنعت ورزش با رویکرد معادلات ساختاری تفسیری ابتدا بر اساس جدول (۲) علائم اختصاری شاخص‌ها به صورت زیر تعیین شد:

جدول ۱- علائم اختصاری شاخص‌های عوامل توانمندسازی راهبردی عملکرد صادرات تولیدات ورزشی برای رسیدن به صنعت ورزش به کلاس جهانی با تأکید بر راهبردهای صادرات با رویکرد معادلات ساختاری تفسیری

متغیرها	نماد	متغیرها	نماد
تولید در کلاس جهانی	C۱	خدمت در کلاس جهانی	C۱۱
تولید در کلاس جهانی - کیفیت	C۲	خدمت در کلاس جهانی - فروش	C۱۲
تولید در کلاس جهانی - نوآوری	C۳	خدمت در کلاس جهانی - پس از فروش	C۱۳
تولید در کلاس جهانی - نوآوری باز	C۴	توسعه منابع انسانی در بخش صنعت تولیدات ورزشی	C۱۴
تولید در کلاس جهانی - نوآوری بسته	C۵	ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی	C۱۵
تولید در کلاس جهانی - نوآوری خطی	C۶	اعتمادسازی	C۱۶
تولید در کلاس جهانی - نوآوری غیر خطی	C۷	ارتباطات	C۱۷
تولید در کلاس جهانی - انعطاف‌پذیری	C۸	آموزش و مهارت نیروی انسانی	C۱۸
تولید در کلاس جهانی - قیمت	C۹	صنعت ورزش در کلاس جهانی	C۱۹
تولید در کلاس جهانی - زمان	C۱۰	توانمندسازی راهبردی بهبود عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی	C۲۰

گام دوم: تحلیل کمی تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

همانطور که در جدول (۳) مشاهده می‌کنید؛ شاخص‌های تأیید شده توسط خبرگان، به شکل علائم اختصاری برای تشکیل ماتریس خودتعاملی مشخص شده است. در این مرحله ابتدا نظر خبرگان پژوهش درباره رابطه بین شاخص‌ها مورد مقایسه قرار گرفت. برای این منظور از شاخص «مد» استفاده شد؛ به گونه‌ای که از بین چهار نوع رابطه ممکن بین شاخص‌ها، رابطه‌ای که بیشترین فراوانی را از نظر خبرگان مصاحبه‌شونده پژوهش داشته، در جدول نهایی منظور شد. ماتریس خودتعاملی ساختاری بر اساس نظرات متخصصان مصاحبه‌شونده پژوهش تشکیل شد. نظر به اینکه این مسأله ماتریس خودتعاملی ساختاری نهایی به شکل زیر محاسبه شد. ماتریس، یک ماتریس به ابعاد متغیرهاست که در سطر و ستون اول آن متغیرها به ترتیب بیان شده‌اند؛ آنگاه روابط دو به دو متغیرها توسط نمادهایی مشخص شد. ماتریس خودتعاملی ساختاری بر اساس نظرات متخصصان مصاحبه‌شوندگان پژوهش تشکیل داده شد (Thakkar et al,2008). برای مشخص کردن نوع رابطه می‌توان از نمادهای درج شده در جدول (۲) استفاده کرد (Tizro,2011).

جدول ۲- روابط مفهومی در تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

نماد	مفهوم نماد
V	I منجر به J می‌شود (سطر منجر به ستون)
A	J منجر به I می‌شود (ستون منجر به سطر)
X	رابطه دو طرفه I و J وجود دارد.
O	رابطه معتبری وجود ندارد.

جدول ۳- ماتریس خودتعاملی ساختاری نیروی انسانی

	C ۱	C ۲	C ۳	C ۴	C ۵	C ۶	C ۷	C ۸	C ۹	C ۱۰	C ۱۱	C ۱۲	C ۱۳	C ۱۴	C ۱۵	C ۱۶	C ۱۷	C ۱۸	C ۱۹	C ۲۰	
۱ C	x	A	A	A	A	A	A	A	A	A	x	A	A	A	A	A	A	A	A	V	V
۲ C		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	A	V	V
۳ C			x	A	A	A	A	x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	A	V	V
۴ C				x	O	x	x	x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	A	V	V
۵ C					x	x	x	x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	A	V	V
۶ C						x	O	x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	A	V	V
۷ C								x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	A	V	V
۸ C									x	x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	V	V
۹ C										x	x	x	X	x	A	A	A	A	A	V	V
۱۰ C											x	x	X	x	A	A	A	A	A	V	V
۱۱ C												x	A	A	A	A	A	A	A	V	V
۱۲ C													X	x	A	A	A	A	A	V	V
۱۳ C														x	A	A	A	A	A	V	V
۱۴ C															x	A	A	A	A	V	V
۱۵ C																x	X	X	X	V	V
۱۶ C																	x	X	X	V	V
۱۷ C																		x	X	V	V
۱۸ C																			x	V	V
۱۹ C																				x	V
۲۰ C																					x

گام سوم: تشکیل ماتریس دستیابی

در این مرحله با تبدیل نمادهای روابط ماتریس ساختاری به اعداد صفر و یک، می‌توان ماتریس دستیابی را تشکیل داد. (Thakkar et al, 2007)؛ بنابراین این مرحله با عنوان به دست آوردن ماتریس ساختاری روابط درونی متغیرها

معروف است. ماتریس دستیابی در محیط نرم‌افزار MATLAB ۲۰۱۴ به دست آمده است. در این مرحله باید حالت ترایابی بین عوامل نیز بررسی شود؛ اگر i منجر به z و j منجر به k شد، آنگاه i باید منجر به K شود. از قوانین ریاضی برای ایجاد سازگاری استفاده شد بدین صورت که ماتریس دستیابی را به توان $(K+1)$ رسید و $K \geq 1$ است. البته عملیات به توان رساندن ماتریس باید طبق قاعده بولین $(1 * 1 = 1 \text{ و } 1 + 1 = 1)$ باشد. بر اساس قاعده بولن ماتریس دستیابی اولیه، بعد از دو بار به توان رسیده $(k=1)$ تا اینکه به حالت پایدار در محیط نرم‌افزار MATLAB ۰۱۴ رسیده است (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۰۵).

جدول ۴- ماتریس دستیابی اولیه نیروی انسانی

	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C _{۱۹}	C _{۲۰}
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸		
C _۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۲	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۳	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۴	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۵	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۶	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۷	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C _۹	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۰ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۱ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۲ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۳ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۴ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۱۵ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۶ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۷ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۸ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
۱۹ C	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
۲۰ C	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱

جدول ۵- ماتریس دستیابی نهایی راهبردهای صادرات بولی در توان دوم

	C ۱	C ۲	C ۳	C ۴	C ۵	C ۶	C ۷	C ۸	C ۹	C ۱۰	C ۱۱	C ۱۲	C ۱۳	C ۱۴	C ۱۵	C ۱۶	C ۱۷	C ۱۸	C ۱۹	C ۲۰	
۱ C	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۲ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۳ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۴ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۵ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۶ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۷ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۸ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۹ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۱۰ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۱۱ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۱۲ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
۱۳ C	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	
C۱۴	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C۱۵	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C۱۶	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C۱۷	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C۱۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C۱۹	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱
C۲۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱

گام چهارم: تفکیک نیروهای وابستگی نفوذ و وابستگی

برای تفکیک نتایج به دست آمده از نظر خبرگان پژوهش می‌باید قدرت نفوذ^۱ (امتیاز ۱ به دست آمده از سطر) و قدرت وابستگی^۲ (امتیاز ۱ به دست آمده از ستون) را تعیین کنیم. جدول (۳) میزان نفوذ و وابستگی متغیرها را نشان می‌دهد.

۱. قدرت نفوذ یک متغیر از جمع تعداد متغیرهای متأثر از آن و خود متغیر به دست می‌آید.

۲. میزان وابستگی یک متغیر نیز از جمع متغیرهایی که از آنها تأثیر می‌پذیرد و خود متغیر به دست می‌آید.

گام پنجم: تعیین روابط بین متغیرها و تشکیل ماتریس مخروطی، عوامل توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی

در این قسمت برای تعیین روابط بین متغیرها ابتدا مجموعه خروجی، مجموعه ورودی و عناصر مشترک شناسایی شد. نمره تعیین سطح و اولویت متغیرها مجموعه دستیابی و مجموعه پیش‌نیاز برای هر متغیر تعیین شد. در صورت یکسان بودن مجموعه دستیابی با مجموعه اشتراک آن عامل (عوامل) به عنوان سطح در نظر گرفته شد. سطح اشاره به لایه‌های طراحی شده مدل نهایی دارد. برای به دست آوردن سایر سطوح از سطوح قبلی از ماتریس جدا شدند و فرایند تکرار شد. پس از تعیین سطوح ماتریس دریافتی به ترتیب سطوح مرتب شد، ماتریس جدید، ماتریس مخروطی نامیده می‌شود.

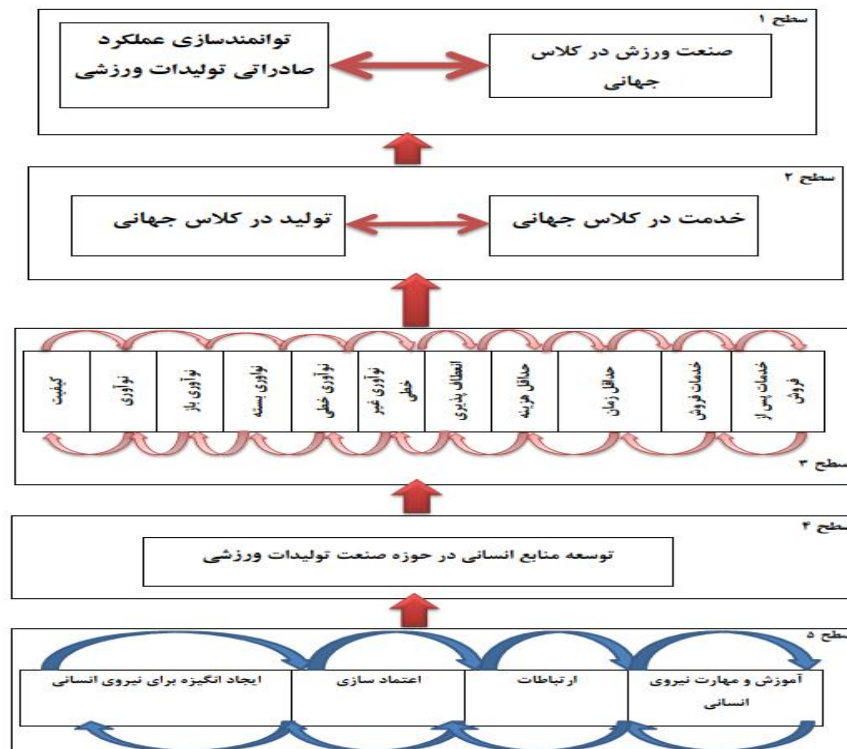
گام ششم: بخش‌بندی سطح عوامل توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی

در این مرحله با استفاده از ماتریس دسترسی نهایی، مجموعه خروجی و ورودی برای هر متغیر به دست آمد. مجموعه خروجی و ورودی برای یک متغیر به صورت زیر تعیین شد. پس از تعیین عناصر خروجی، عناصر ورودی و عناصر مشترک، شاخصی که عناصر خروجی و عناصر مشترک یکسانی دارند، به عنوان اولین سطح و عامل تأثیرگذار بر توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی، برای توسعه اقتصادی صنعت ورزش، انتخاب شد. آن شاخص حذف شد و شاخص‌های یکسان عناصر ورودی و مشترک بررسی و به عنوان سطح بعدی انتخاب شد. این عملیات تا آنجا تکرار شد که اجزای تشکیل‌دهنده تمام سطوح سیستم مشخص شدند. اولین سطح همان شاخص توانمندی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی و صنعت ورزش در کلاس جهانی است که به دلیل یکسان بودن عناصر خروجی و عناصر مشترک، به عنوان اولین سطح شناسایی شده است. برای تعیین سطح دوم، به دلیل یکسان بودن عناصر خروجی و عناصر مشترک تولید در کلاس جهانی و خدمت در کلاس جهانی به عنوان سطح دوم شناسایی شد. سطح سوم نیز بر همین اساس مشخص شد که شامل نوآوری، نوآوری باز، نوآوری بسته، نوآوری خطی، نوآوری غیر خطی، کیفیت، انعطاف‌پذیری، کاهش هزینه، کاهش زمان، خدمات فروش و خدمات پس از فروش بود. سطح چهارم شامل توسعه منابع انسانی بخش تولیدی صنعت ورزش بود. در سطح پنجم عوامل توسعه منابع انسانی در بخش تولیدی صنعت ورزش که شامل ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی، اعتمادسازی، ارتباطات، آموزش و مهارت نیروی انسانی بودند به عنوان تأثیرگذارترین سطح قرار گرفتند.

گام هفتم: مدل نهایی تفسیری-ساختاری و ترسیم شبکه تعاملات

در این مرحله نظر به سطح‌های متغیرها و ماتریس دسترس نهایی، مدل عوامل اصلی مدل تحقیق ارائه شد. در این تحقیق عامل‌ها در ۵ سطح قرار دارند که در بالاترین سطح، توانمندسازی راهبردی صنعت ورزش و صنعت ورزش در کلاس جهانی و در سطح دوم تولید در کلاس جهانی و خدمت در کلاس جهانی و در سطح سوم عوامل تولید در کلاس جهانی (کیفیت، نوآوری (باز، بسته، خطی، غیرخطی)، انعطاف‌پذیری، کاهش هزینه، کاهش زمان)، عوامل خدمت در کلاس جهانی (خدمات فروش و خدمات پس فروش)، در سطح چهارم توسعه منابع انسانی در بخش صنعت تولیدات ورزشی و در پایین‌ترین سطح، ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی، اعتمادسازی، ارتباطات، آموزش و مهارت نیروی انسانی قرار گرفتند. باید توجه داشت عواملی که در سطوح بالاترند، از تأثیرگذاری کمتری برخوردارند و

بیشتر تحت تأثیر عوامل پایین‌ترند؛ بنابراین عوامل سطح پایین‌تر به عنوان زیرساخت و پایه‌ی اساسی توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی محسوب می‌شوند.

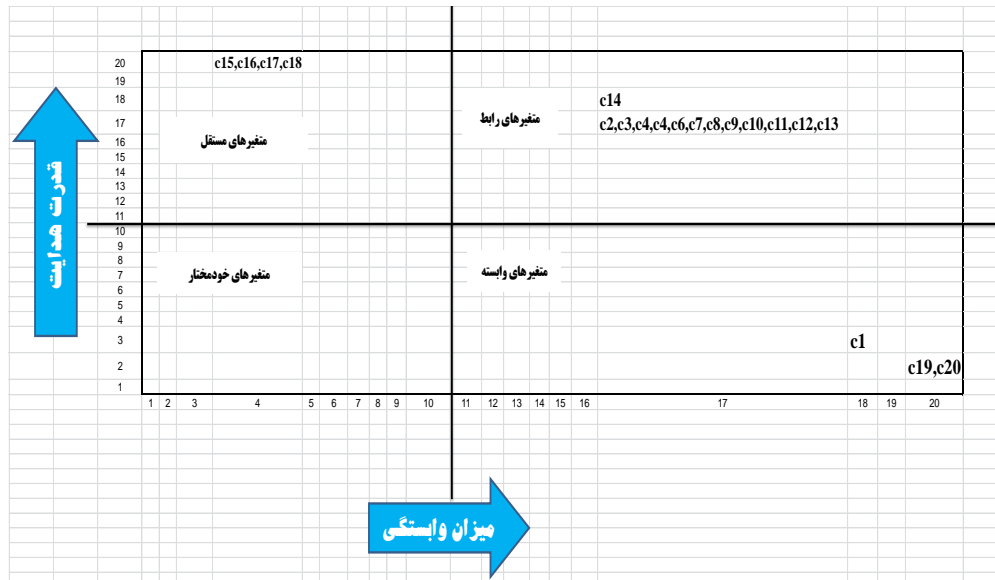


شکل ۲- مدل تفسیری - ساختاری توانمندسازی عملکرد صادراتی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی در حوزه صادرات تولیدات ورزشی

گام هشتم: نمودار تحلیلی MICMAC

در این مرحله با استفاده از روش MICMAC نوع متغیرها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر متغیرها مشخص و پس از تعیین قدرت نفوذ یا اثرگذاری و قدرت وابستگی عوامل که در جدول (۸) تعیین شد؛ می‌توان تمامی عوامل اصلی مؤثر بر توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی را در یکی از خوشه‌های چهارگانه روش ماتریس اثر متغیرها طبقه‌بندی کرد. اهمیت متغیرها بیشتر بر اساس روابط غیر مستقیم میان آنها سنجیده می‌شود و متغیرها به چهار گروه خودمختار، وابسته، پیوندی (رابط) و مستقل تقسیم شدند (۴۹). در پژوهش حاضر همانطور که در نمودار (۳) توانمندسازی عملکرد صادراتی، صنعت ورزش در کلاس جهانی، تولید در کلاس جهانی بر اساس نظرات خبرگان جزء متغیرهای وابسته‌اند که نشان‌دهنده آن است که این متغیرها وابستگی بالا و نفوذ پایینی دارند. ایجاد انگیزه برای نیروی انسانی، اعتمادسازی، ارتباطات، آموزش و مهارت نیروی انسانی جزء متغیرهای مستقلند که قدرت نفوذ بالا و میزان وابستگی اندکی را دارند. نوآوری (باز، بسته، خطی، غیرخطی)، انعطاف‌پذیری، کیفیت، حداقل هزینه، حداقل زمان، خدمت در کلاس جهانی، خدمات فروش و خدمات پس از فروش

جزء متغیرهای رابطند که نشان‌دهنده آن است که این متغیرها وابستگی و نفوذ بالایی دارند؛ در واقع هرگونه عملی بر این شاخص متغیرها سبب تغییر سایر شاخص‌ها می‌شود.



شکل ۳- نمودار تحلیلی MICMAC عوامل توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی با تأکید بر توسعه منابع انسانی

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه از لحاظ اقتصادی در شرایطی قرار گرفته‌ایم که با ساز و کار و روش‌های گذشته نمی‌توان شرایط کنونی کشور را اداره کرد. اقتصاد مقاومتی را می‌توان اینگونه معنا کرد که با تربیت منابع انسانی کارآمد و حمایت همه‌جانبه از تولید ملی و کار و سرمایه ایرانی از تأثیر تحریم بر حوزه تولید در بخش‌های مختلف اقتصاد، کاسته و در زمینه تولید محصولات به خودکفایی برسیم؛ بنابراین با توجه به لزوم بهره‌وری حداکثری از حداقل منابع در حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی و جایگاه ویژه منابع انسانی در حوزه تولید که می‌توان آن را به نوعی مرکز ثقل اقتصاد مقاومتی دانست، توجه به راهکارهای استفاده بهینه از ظرفیت‌های نیروی کار در تحقق اهداف یک اقتصاد مقاوم، ضروری است.

با توجه به اینکه توانمندسازی می‌تواند مزیت رقابتی را به یک سازمان اعطا نماید و با اینکه بسیاری از مدیران این واقعیت را قبول دارند که توانمندسازی مطلوب است، بیشتر سازمان‌ها در اجرای آن دچار مشکل شده‌اند و عده‌ای دیگر اذعان می‌دارند که از طریق توانمندسازی کارکنان، مدیران، واقعاً اثربخشی خود را چند برابر می‌کنند. با وجود اینکه اکثر مدیران توانمندسازی را مهارتی می‌دانند که باید اجرا و تجربه شود؛ اجرای واقعی آن در مدیریت امروز به ندرت صورت می‌گیرد، برای دستیابی به این منظور بر اساس نتایج تحقیق حاضر نیاز است اعتمادسازی در فضای شرکت‌های تولیدکننده کالاهای ورزشی صورت بگیرد. بی‌شک اعتماد در محیط‌های کاری از جمله شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی به عنوان عامل اصلی بالقوه‌ای است که منجر به افزایش رضایت شغلی، مشارکت بیشتر کارکنان در این حوزه و در نتیجه بهبود عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی می‌شود و نیز می‌تواند یکی از مزیت‌های رقابتی در بلندمدت به شمار آید. ایجاد محیطی که دارای اعتماد سازمانی است، تأثیرات مثبت زیادی برای سازمان‌ها دارد. برعکس، هزینه‌های بی‌اعتمادی به علت عدم تمایل کارکنان به همکاری و

مشارکت، خطرپذیری به دلیل رفتارهای نامناسب، کیفیت پایین کار و نیاز به کنترل، می‌تواند سنگین‌تر باشد. بر اساس مقررات تجربی و یا قوانین طبیعی، موضوع اعتماد می‌تواند افراد، مقامات ذی صلاح، سازمان‌ها، نهادها و یا قدرت‌های برتر باشد. اعتماد ما به یک سازمان ممکن است در این رابطه باشد که آن سازمان درباره‌ی ذی‌نفعان و محیطش به گونه‌ای مسئولانه رفتار کند؛ بنابراین با افزایش اعتماد، پیچیدگی‌های اجتماعی در سازمان‌ها و شرکت‌های تولیدکننده‌ی ورزشی از بین می‌رود. از این گذشته، اعتماد، انعطاف‌پذیری استراتژیک را افزایش می‌دهد و در بهبود قابلیت‌سازی شرکت مؤثر است.

درواقع ایجاد حس امنیت برای کارکنان، سوء استفاده نکردن از اعتماد، ایجاد جو اعتماد طرفین، روابط مبتنی بر اعتماد باعث باورهای عمیق و ایجاد نگرش و معنویت در کار خواهد شد.

(Rafie Dehkordi, Nazari & Niazi, 2022, 14). نتایج این یافته‌ی تحقیق با پژوهش حسین پور و قربانی پاچی (۲۰۱۷) و جلالی و همکاران (۲۰۱۹) همخوانی دارد. دلیل همخوانی پژوهش با تحقیق حسین پور و قربانی پاچی از این لحاظ است که همانند نتایج تحقیق مذکور فرآیندهای توسعه‌ی منابع انسانی، اعتماد متقابل و رضایت شغلی کارکنان منجر به دستیابی به اهداف سازمانی برای سازمان ورزش و جوانان می‌شود و از طرفی می‌توان گفت دلیل همخوانی این پژوهش با تحقیق جلالی و همکاران این است که نقش منابع انسانی بخش ورزش، در کوتاه‌مدت و بلندمدت اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی و صنعت ورزش ایران دارد. همچنین، نقش منابع انسانی در رشد صنعت ورزش بیشتر از موجودی سرمایه است؛ بنابراین برای رشد اقتصادی صنعت ورزش بهتر است در بخش منابع انسانی سرمایه‌گذاری انجام شود.

یکی دیگر از عوامل مؤثر و اثرگذار بر توسعه‌ی منابع انسانی برای توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی ایجاد انگیزه نیروی انسانی است. پیروزی هر فرد در شرکت بستگی به روحیات، تلاش، انگیزه و رضایتمندی او دارد. هیچ شرکتی نمی‌تواند بدون تعهد و تلاش کارکنان موفق گردد. انگیزه، نیروی پویایی است که تحرک یا عمل انسان را سبب می‌شود و انگیزاننده‌ها موجب تشویق فرد به انجام یافتن کار می‌گردند ولی توجه به عوامل انگیزاننده کارکنان نقش مثبتی در ارتقای سازمان‌ها و بهره‌وری آنها دارد. نتایج این یافته‌ی تحقیق با پژوهش سیبیرت و همکاران (۲۰۰۵) همخوانی دارد؛ از این رو دلیل همسو بودن این یافته‌ی پژوهش را با تحقیق مذکور این طور می‌توان تبیین کرد که با توجه به اینکه سیبیرت و همکارانش مدلی چندسطحی از توانمندسازی و عملکرد و نیز رضایت شغلی و ایجاد انگیزه شغلی ارائه نمودند؛ بنابراین مسئولان واحدها برای بهبود درک کارکنان نسبت به توانمندی‌هایشان با ایجاد گروه‌های خودگردان و اثربخش در حوزه‌های مختلف کاری به اعطای اختیارات کافی متناسب با مسئولیت پرداخته و با فراهم نمودن زمینه اعتمادسازی به دیگران از طریق شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی، جریان‌ها و سلیقه‌های مختلف فکری سازمان را، ساماندهی می‌نماید که با نتایج پژوهش همسوست.

یکی دیگر از عوامل مؤثر و اثرگذار بر توسعه‌ی منابع انسانی برای توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی آموزش و مهارت نیروی انسانی است. در حالت کلی می‌توان گفت سازمان‌هایی که تأکید بیشتری به آموزش و توسعه‌ی نیروی کار خویش، تشکیل گروه‌های کاری به صورت گروهی می‌نمایند و در جبران خدمات، حقوق و مزایای بالاتری را نسبت به متوسط می‌پردازند و به پاداش و دستمزد، امنیت شغلی توجه بیشتری می‌نمایند، می‌توانند کارکنان بیشتری را با قابلیت‌های برجسته‌تر جذب نمایند و نگه دارند. علاوه بر این مدیران سازمان‌ها می‌توانند در برنامه‌ریزی منابع انسانی با تحلیل نیازهای سازمانی و شناسایی افراد توانمند و مستعد از کار

راه‌های شغلی چندگانه و سیاست گردش شغلی، برای افزایش مهارت کارکنان خویش استفاده نمایند و موجبات افزایش انعطاف را در سازمان خویش فراهم آورند. این مزایا در نهایت منجر به بهبود عملکرد سازمان از جمله شرکت‌های تولیدکننده ورزشی خواهد شد. کلیه این منافع محقق نمی‌شود مگر با برنامه‌ریزی اصولی و اثربخش منابع انسانی؛ بنابراین در راستای برگزاری دوره‌های آموزشی و انتقال دانش و مهارت به محیط کار شرکت‌های تولیدکننده ورزشی امکانات لازم فراهم می‌شود تا تأثیر لازم بر توسعه منابع انسانی داشته باشند و همچنین سازمان جوی فراهم کند تا کارکنان تمایل بیشتری برای پیوستن به تیم‌ها و همکاری‌ها با همدیگر را داشته باشند تا تسهیم و انتقال دانش و در نهایت توسعه منابع انسانی تسهیل شود، برای این منظور می‌توان پاداش‌هایی را برای تشویق افراد به همکاری تیمی و تعاملات اجتماعی در نظر بگیرند. به علاوه از ساز و کارهای حمایتی همچون پایه‌های اضافی، فراهم آوردن فرصت برای ادامه تحصیل، شرکت در کنفرانس‌های محلی، ملی و بین‌المللی ابزار حفظ و رشد عملکرد آنها را مهیا سازد. بدین وسیله موجبات ارتقای کیفیت منابع انسانی را فراهم ساخته و به عنوان مدل تکاملی برای سایر کارکنان، محرک و مشوق پیشرفت سازمانی خواهد بود. این عامل اثرگذار با یافته‌های پژوهش دری (۲۰۰۳) که به بررسی نقش توسعه منابع انسانی در ایجاد سازمان‌های دارای کلاس جهانی به تشریح نقش منابع انسانی در راستای دستیابی به کلاس جهانی پرداخت و به این نتیجه رسید که مهمترین عامل در اداره سازمان‌های دارای کلاس جهانی و سازمان‌هایی که در مسیر کلاس جهانی قرار دارند، وجود منابع انسانی فرهیخته و اثربخش است، جذب و توسعه و به‌روز کردن آموزش منابع انسانی از مهمترین مأموریت‌های مدیران در سازمان‌هاست، همسوست. همچنین با نتایج پژوهش لاسچینگر و فاینگان (۲۰۰۵) که نشان دادند توانمندی‌های شغلی کارکنان از طریق آموزش و یادگیری، نسبتاً تقویت شده و توسعه بیشتر این توانمندی‌ها منوط به نحوه ارائه صحیح آموزش‌هاست همسوست. یکی دیگر از عوامل مؤثر و اثرگذار بر توسعه منابع انسانی برای توانمندسازی عملکرد صادراتی تولیدات ورزشی با رویکرد کلاس جهانی ارتباطات سازمانی است. در واقع ارتباط سازمانی وظیفه‌مدار است؛ سازمان‌ها، مجموعه‌های هدف‌مدارند که فعالیت‌های آنها برای تحقق اهداف فردی و سازمانی، هماهنگ شده‌اند. روابط سازمانی متأثر از ساختار سازمانی است؛ الگوهای هماهنگی رفتار در سازمان‌ها، موجب ایجاد ساختارها می‌شود؛ به‌گونه‌ای که بعضی سلسله‌مراتبی بوده و برخی هم این‌گونه نیستند. این ساختار سازمانی که موجب شده، سازمان‌ها به عنوان سیستم‌های ساختارمند شناخته شوند، بر ارتباط سازمانی اثر گذاشته و می‌تواند مانع یا موجب تسهیل ارتباط گردد. ارتباط سازمانی هم در مرزهای سازمانی و هم فراتر از آن اتفاق می‌افتد و در واقع نوعی کارکرد فرامرزی هم دارد. از طرف دیگر با توجه به اینکه شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی در واقع مجموعه‌ای از شرکتهایند که هم خودشان با هم رابطه دارند و هم ارباب رجوع آنها ممکن است برای انجام کاری واحد، هم‌زمان به هماهنگی چندین شرکت نیاز داشته باشد، فراهم بودن شرایط محیطی برای آنها در راستای توسعه مدیریت الکترونیک منابع انسانی، بسیار مهم و حیاتی است. شایسته است دولت از این سیستم‌ها حمایت نماید یا مجلس قوانین مناسب با ضمانت اجرایی لازم را تدارک ببیند و یا اینکه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در جامعه فراهم شود. این عامل اثرگذار با یافته‌های پژوهش دافرتی فیلینگان (۲۰۱۰)، که رفتار عادلانه بین همکاران، رهبری موفق و مناسب، حمایت حرفه‌ای و فراساختاری از طریق کنترل، رهبری، نظارت و مشارکت در فعالیت‌ها و شیوه برخورد مافوق، نحوه ارتباط مؤثر با مراجعه‌کنندگان بر انگیزش شغلی و مدیریت منابع انسانی مؤثر می‌داند همخوانی دارد. همچنین شجاع و پور نصیر رودینه (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدیریت منابع انسانی و ارتقای عملکرد شبکه‌های دامپزشکی استان گیلان پرداختند. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که استفاده از ارتباطات مؤثر بر عملکرد سازمانی، تأثیر

مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین این پژوهش بیان می‌دارد که فناوری اطلاعات و ارتباطات در محیط تجاری، نمی‌تواند به طور مستقیم و بدون در نظر گرفتن مدیریت منابع انسانی مولد باشد؛ از این رو با این یافته تحقیق همسوست (Shoja, Pornsir Rudbaneh, 2020). بی تردید عزت و سربلندی یک ملت در پناه استقلال، خودباوری و استفاده از تولید و دسترنج خود شکل می‌گیرد. از طرفی کشوری که وابستگی به دنیای خارج داشته باشد، نمی‌تواند در شرایط اضطراری و محدودکننده توانایی‌های لازم را داشته باشد. شعار سال جاری فرصتی بسیار مغتنم برای تقویت سرمای اجتماعی و رونق تولیدات ملی است. در تولید ملی علاوه بر توجه به منابع مادی باید توجه خاص و ویژه‌ای به منابع انسانی داشت. بدون تردید عامل انسانی با ارزش‌ترین عامل بین عوامل و منابع مختلف تولید است. این عامل به همراه عوامل و امکانات مادی (همچون پول، مواد خام و اولیه، ابزار و وسایل، ماشین‌آلات و تجهیزات، ساختمان و مکان و غیره) به اهداف و خواسته‌های سازمان‌ها که ارائه بازده و محصولات با حداکثر کارایی، به مردم جوامع به صورت کالاها و خدمات است، جنبه تحقق می‌بخشد. آنچه می‌تواند زندگی رو به رشد سازمان‌ها را ضمانت می‌کند، بهره‌گیری از توان و تولید ملی و لازمه آن استفاده از نیروی انسانی با انگیزه است که باعث می‌شود جوامع بتوانند به سطح قابل قبولی از بهره‌وری برسند؛ بنابراین ایجاد شرایط بهبود مستمر، ترویج فرهنگ و روش‌های مدیریت منابع انسانی با رویکرد کلاس جهانی، ایجاد و توسعه سازمان‌های یادگیرنده در حوزه صنعت ورزش، توسعه مدیریت دانش، زمینه‌سازی برای پرورش نیروی‌های خلاق، واگذاری نقش‌های عملیاتی به سازمان‌ها ورزشی و کاهش تصدی‌گری دولت در این زمینه و در نتیجه فراهم‌سازی بستر مناسب برای ایجاد سازمان‌های دارای کلاس جهانی برای کسب آمادگی بیشتر و برای ایفای نقش مؤثرتر در اقتصاد ورزش جهانی پیشنهاد می‌شود. امید است در سال تولید ملی با بهره‌گیری از نیروی انسانی متخصص و خلاق در کنار سایر منابع تولید، شاهد اقتدار، پیروزی و سرافرازی کشور عزیزمان ایران اسلامی در بخش تولید کالاهای ورزشی ایرانی در حد کلاس جهانی از لحاظ کیفیت، قیمت، انعطاف‌پذیری، نوآوری، زمان و خدمات فروش و پس از فروش باشیم. به همین منظور توصیه می‌شود مدیران و بازاربازان ورزشی موفق و کارآمد، با اعمال مکانیزم‌هایی چون تربیت نیروی انسانی، احترام و ارزش نهادن به انسان، مهربانی و معاشرت و ارتباطات مؤثر با افراد داخل و خارج سازمان، جلب رضایت کارکنان، فراهم کردن محیط سالم اخلاقی و رفتاری، تقویت روحیه و تشویق آنها، از بین بردن محیط ترس و جایگزین کردن محیط اعتماد، موجب شکوفایی بهره‌وری در حد مدیریت کلاس جهانی شوند.

در پایان باید گفت منابع انسانی پایه و اساس ثروت ملل است، نه پول، درآمد یا منابع فیزیکی و حتی طبیعی. به‌علاوه، نیروی انسانی نهادهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و توسعه را بنا می‌کند. واضح است که اگر کشوری نتواند به توسعه و استفاده بهینه از نیروی انسانی خود بپردازد، قادر به توسعه هیچ چیز دیگری نیز نخواهد بود.

قدردانی و تشکر

در پایان از همکاری صمیمانه مدیران و استادان گروه مدیریت ورزشی دانشگاه و تمام کسانی که در گردآوری داده‌ها نهایت همکاری را با گروه پژوهشی کردند، صمیمانه سپاسگزاریم.

منابع

- Abbaspour, A., (2009). *Advanced human resource management*, Tehran, Samat Publications, First Edition, 310. (Persian)
- Ahmed, A., Arshad, M.A., Mahmood, A., & Akhtar, S. (2016). Holistic human resource development: Balancing the equation through the inclusion of spiritual quotient. *Journal of Human Values*, 22(3), 165-179.

- Alaqband, A. (2011). *The oretical foundations and principles of educational management*, Tehran, Ravan Publications, 22nd edition, 130-132. (Persian)
- Azeem, M.D., & Salfi, N.A. (2012). Usage of NVivo software for qualitative data analysis. *Academic Research International*, 1(2), 262-266.
- Abdoli, B. (2014). *Psychosocial basics of physical education and exercise*. 4th edition. Tehran: bamdadketab Publications. (Persian)
- Blake, R., & Haroldsen, E. (1999). *Classification of concepts in communication*. translation: Vahedi, M. (1999), Tehran, Soroush Publications, First Edition. 42-43. (Persian)
- Dari, B. (2003). The role of human resources development in the creation of world-class organizations: A strategic necessity in the country's development perspective. *Management and Development Process*, 16(58), 13-22. (Persian)
- Danaeifard, H., & Emami, S.M. (2008). Qualitative research strategies: A reflection on foundation data theorizing. *Management Thought*, 2, 69-97. (Persian)
- Danaeifard, H. (2014). *Combined research strategy in organizational and management studies*. Saffar Publications, second edition, 276. (Persian)
- Daugherty Phillingane, E. (2010). *The pathways of successful entrepreneurial women in public relations, Ethics, theoretical models of practice, and motivating*. Ph.D thesis, The Claremont Graduate University: proquest,umi.com.
- Devadas, U.M., Silong, A.D., & Ismail, I.A. (2011). The relevance of glaserian and straussian grounded theory approaches in researching human resourcedevelopment. Paper presented at the International Conference on Financial Management and Economics.
- Dirani, K.M., Abadi, M., Alizadeh, A., Barhate, B., Garza, R C., Gunasekara, N., & Majzun, Z. (2020). Leadership competencies and the essential role of human resource development in times of crisis: a response to Covid-19 pandemic. *Human Resource Development International*, 23(4), 380-394.
- Ebrahimi, A.H., Khatibi, A., Mehdipour, A.R, & Marashian, H. (2021). Investigating the performance of the export industry of sports goods in Iran and some developing countries. *Strategic Studies in Sport and Youth*, 18 (46), 159-180. (Persian)
- Farhangi, A.A., & Safarzadeh, H. (2008). *Theories of organizational communication*. Tehran, Rasa Publications, Second Edition, 31-48. (Persian)
- Farsijani, H., & Carruthers, A. (1996). *World class manufacturing and the small and medium sized enterprise, proceedings of the international symposium advanced*. University of Manufacturing Processes, Systems and Technologies AMPST Bradford: Bradford, UK, www.emodiran.com .
- Hashemi Siavoshani, M., Javadipour, M., & Ghorbani, M.H. (2021). Codification of strategic human resource management plan in Ministry of Sports and Youth. *Human Resource Management in Sport*, 8(2), 237-253. (Persian)
- Ijaz, N., Muhammad, A., Nabeel, S., Muhammad, Y., & Fareeha, Z. (2017). Contribution of sports goods industry towards economic growth of Pakistan. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(13), 70-75.
- Griffin, R.W., Phillips, J.M., & Gully, S.M. (2016). *Organizational behavior: Managing people and organizations*: Nelson Education.
- Glaser, B.G. (1978). *The oretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. Vol.2. , Sociology Press Mill Valley, CA.
- Glaser, B.G. (2008). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 1(2), 23 - 38.
- Glaser, B.G., & Holton, J. (2007). Remodeling grounded theory. *Historical Social Research Supplement*, 19(32), 68-47.
- Hosseinpour, D. & Ghorbani Paji, A. (2018). The effect of human resource development strategies on organizational effectiveness with the mediating role of mutual trust and job satisfaction of employees in the Sports and Youth Organization of Mazandaran Province. *Strategic Management Research*, 65, 45-75. (Persian)
- Hamilton, S. (1996). *Organizational communication analysis*. Translated by: Mohebbali, D. (1997). Tehran, Allameh Tabatabaei University Press, First Edition, 3-11. (Persian)
- Huang J.J., Tzeng G.H., & Ong C.S. (2005). Multidimensional data in multidimensional scaling using the analytic network process. *Pattern Recognition Letters*, 26, 755-767.

- Jalaei, S.A., Bakhshandeh, H., Ismaili, M., & Rasouli, S.M. (2019). The role of human resources in the economic growth of Iran's sports industry. *Sports Management Studies*, 10(47), 67-88. (Persian)
- Khasali, T. (2017). How to plan staff training in the organization. *Tomorrow's Management Quarterly*, No. 15 and 16, 103-109. (Persian)
- Kvale, S. (1996). *Interviews—An introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage. 208.
- Kumar, R. (2004). The state of CSR in India acknowledging progress, prioritizing action. In national seminar on corporate social responsibility, at New Delhi, India, 10.
- Kannan, G., Haq, A.N., Sasikumar, P., & Arunachalam, S. (2009). Analysis and selection of green suppliers using interpretative structural modeling and analytic hierarchy process. *International Journal of Management and Decision Making*, 9 (2), 163–82.
- Kottaridi, C., Giakoulas, D., & Manolopoulos, D. (2019). Escapism FDI from developed economies: The role of regulatory context and corporate taxation. *International Business Review*, 28(10), 36-47.
- Kalateh Seifari, M., Razavi, M.H., Farsijani, H., & Mohammadi, F. (2015). Export performance and strategies for its promotion in the sports industry. Fifth International Conference on Management, Economics and Humanities. (Persian)
- Khazaei, A., Honary, H., & Shahlaei Bagheri, J. (2018). Identify the challenges of implementing a resistance economy in the country's sports industry. *Journal of Sports Management Studies*, 10(49), 59-78. (Persian)
- Lovea, J.H., Ropera, S., & Zhou, Y. (2016). Experience, age and exporting performance in UK SMEs. *International Business Review*, 25(4), 806-819.
- Laschiger, K.S., & Finegan, J. (2005). Using empowerment to build trust and respect in the workplace, *nosecone*. 23, 6-13.
- Lyons, R. (2016). Strategic human resource development impact on organizational performance: Does SHRD matter? . Doctoral dissertation, North Dakota State University.
- Moharramzadeh, M. (2009). *Sports marketing management*. Urmia, Jahad Daneshgahi Publishers. (Persian)
- Nasari, M., Aghighi, A., & Jaber Ansari, R. (2017). Investigating the relationship between ethical leadership and organizational trust in Payame Noor Hamedan. the First International Conference and the Third National Conference on New Ideas in Management and Economics, Tehran, Kian Pajouhan Scientific Institute. (Persian)
- Nafukho, F.M., & Muya, M.A. (2014). Emotional intelligence and its critical role in developing human resources. in N.E. Chalofsky, T.S. Rocco & M.L. Morris. *Handbook of Human Resource Development*, John Wiley & Sons, Hoboken, NJ, 623- 639.
- Nazari, M., & Sabounchi, R. (2015). Analysis of the role of education and human capital in the economic competitiveness of sports in the western provinces of the country. *Studies in the Principles of Management in Sports*, 2, 93-97.
- Pucetaite, R., & Lamsa, A.M. (2008). Developing organizational trust through advancement of employees' work ethic in a post-socialist context. *Journal of Business Ethics*, No. 82, 325-337.
- Robbins, S.P. (1943). *Fundamentals of organizational behavior*. translated by Parsaian, A., Aarabi, M.. Tehran, Office of Cultural Studies, (2013), 17th edition., 70-75. (Persian)
- Ravi V., Shankar R., & Tiwari M.K. (2005). Productivity improvement of a computer hardware supply chain. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 54(3/4), 239–55.
- Rahmani, T., & Motamedi, S. (2018). The effect of foreign direct investment on capital formation, The productivity of the labor force and the economic growth of developing countries. *Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research*, 30(8), 117-132. (Persian)
- Richards, L. & Morse, J.M. (2012). *Readme first for a user's guide to qualitative methods*. (3rd edition), Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ramesh, A., Banwet, D.K., Shankar, R. (2010). Modeling the barriers of supply chain collaboration. *Journal of Modelling in Management*, 5(2), 176–193.
- Thakkar, J., Deshmukh, S.G., Gupta, A.D., & Shankar, R. (2007). Development of a balanced scorecard an integrated approach of Interpretive Structural Modeling (ISM) and Analytic Network Process (ANP). *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(1), 25-59.
- Salimi Daneshgar, M., Nodeh Farahani, M.R. (2009). Characteristics and indicators of empowerment in the organization. Proceedings of the First Conference on Human Resources Development, Tehran. (Persian)
- Seibert, S.E., Silver, S.R., & Randolph W.A. (2005). Taking empowerment to the next level: A multiple-level model of empowerment, performance, and satisfaction. *The Academy of Management Journal*, 47,332-349.

- Sage, A.P. (1977). *Interpretive structural modelling: Methodology for large-scale systems*. McGraw-Hill: New York, NY. p. 91-164.
- Soti, A., Goel, R., Shankar, R., & Kaushal, O. (2010). Modeling the enablers of six sigma using interpreting structural modeling. *Journal of Modeling in Management*, 5(2), 124-141.
- Shoja, H., & Pornsir Rudbaneh, M. (2020). The role of information and communication technology in human resource management and improving the performance of veterinary networks in Guilan province. *Health Management*, 11 (1), 47-55. (Persian)
- Shabani, A. (2009). Study of the policies and strategies of the general sport of the comprehensive system of sports development in the country. (Unpublished master's thesis). Allameh Tabataba'i University, Tehran. [Persian]
- Saru, E. (2007). Organisational learning and HRD: how appropriate are they for small firms?. *Journal of European Industrial Training*, 31(1), 36-51.
- Seibert, S. (2004). Taking empowerment to the next level: A multplelevel model of empowerment, Performance and satisfaction. *Academy of Management Journal*, 47, 332-349.
- Shamsuddoha, A., & Yunus Ali, M. (2006). Mediated effects of export promotion programs on firm export performance. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 69-110.
- Scott, W.A. (1955). Reliability of content analysis. *Public Opin Quart.* 19, 321-325.
- Taghavi, M., & Mohammadi, H. (2007). The effect of human capital on economic growth in Iran. *Journal of Economic Research*, 6(3), 15-15. (Persian)
- Talib, F. (2009). The barriers to total quality management implementation using interpretive structural modeling approach. *Benchmarking: An Internatonal Journal*, 18(4), 563-587.
- Taybi, S.J., Nasiripour, A.A., & Zahiri Abyaneh, Z. (2009). Relationship between managers' communication skills and staff motivation in Modares Hospital. *Tehran Hospital Quarterly*, 2, 73-80. (Persian)
- Thakkar, J., Patel, A., Kanda, A., & Deshmukh, S. (2008). Interpretive structural modeling of IT-Enablers for Indian manufacturing SMEs. *Information Management & Computer Securit*, 16(2), 113-136.
- Thakkar, J., Kanda, A., & Deshmukh, S.G., (2008). Evaluation of buyer supplier relationships using an integrated mathematical approach of interpretive structural modeling (ISM) and graph theoretic matrix: The case study of Indian automotive SMEs. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 19(1): 92-124.
- Thakkar, J., Deshmukh, S.G., Gupta, A.D., & Ravi, S.h. (2007). Development of a balanced scorecard An integrated approach of Interpretive Structural Modeling (ISM) and Analytic Network Process (ANP)", *International Journal of Productivity and Performance Management* , 56 (1), 25-59.
- Tizro, A. (2011). *Agile supply chain model design interpretive structural modeling approach*. Zobahan Co., PhD Thesis, Tarbiat Modares University, Tehran. (Persian)
- Warfield, J.W. (1974). Developing interconnected matrixes in structural modeling. *IEEE Transcript on Systems, Men and Cybernetics*, 4 (1), 51-81.
- Weiss, A. (2011). Principles of sociology of sport, Kramtallh translation firm. *Reed Publishing Press*, Tehran, 336 .
- Wiener, N. (1969). *Human use of humans: Cybernetics and society*. Translated by Arjomand, M. (2011), Tehran, Islamic Revolution Education Publications. (Persian)
- Yang, M. (2018). International entrepreneurial marketing strategies of MNCs: Bricolage as practiced by marketing managers. *International Business Review*, 27(5), 1045-1056.
- Zahedi, S.S., Akbari, S.A., Alizadeh, M., & Maleki, E. (2010). Investigating the factors affecting the motivation of the employees of the South Pars Gas Complex and presenting scientific-practical solutions. *Quarterly Journal of Management and Human Resources in the Oil Industry*, 7,121-139. (Persian)
- Rafie Dehkordi, F., Nazari, R., & Niazy, P. (2022). Presenting the pattern of mentoring behavior of Iranian sports managers: as a strategic behavior. *Strategic Sociological Studies in Sport*, 2 (1),1-16. (Persian)
- Dadkhah, G., & Mostahfizian, M. (2022). The role of human resource management on the maintenance of coaches of sports clubs in Isfahan during the Covid period 19. *Sociological Strategic Studies in Sport*, 2 (1),17-24. (Persian)