



موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

**دبیرخانه اولین کنگره بین المللی
چشم انداز مدیریت کلاس جهانی
۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶**



مرکز آموزش مدیریت دولتی

**تحلیل عوامل موثر برای رسیدن به سطح تولید در کلاس جهانی در جهت
توسعه اقتصادی صنعت ورزش**

۱- حسن فارسجانی، ۲- معصومه کلاته سیفری، ۳- سید محمدحسین رضوی، ۴- فروغ محمدی*، ۵- نریمان رحمانی تبار

- ۱- دکتری مدیریت صنعتی، دانشیار دانشگاه شهید بهشتی، تهران
- ۲- دکتری مدیریت ورزشی، استادیار دانشگاه مازندران، بابل
- ۳- دکتری مدیریت ورزشی، دانشیار دانشگاه مازندران، بابل
- ۴- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی و رسانه های ورزشی دانشگاه مازندران، بابل^۱
- ۵- دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل تاثیر گذار بر رسیدن تولید در کلاس جهانی در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش از دیدگاه کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی و تحلیلی است که به صورت میدانی و در ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه است. جامعه آماری شامل کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه که تعداد کل آنها ۱۲۸ نفر می باشد، که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۹۶ نفر و با روش نمونه گیری خوشه ای برای نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای دست-یابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۵۹ سوالی توسعه اقتصادی صنعت ورزش (افشاری، ۱۳۹۴) و پرسشنامه محقق ساخته ۲۹ سوالی فارسجانی بررسی عوامل تاثیر گذار برای رسیدن به سطح تولید در کلاس جهانی مورد استفاده قرار گرفت. در جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای Spss-24 و AMOS24 استفاده شد. نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد بین عوامل اثر گذار بر رسیدن تولید در کلاس جهانی و ابعاد آن با توسعه اقتصادی صنعت ورزش و ابعاد آن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در نهایت برآزش مدل ذکر شده مطلوب می باشد. لذا ورزش نه تنها در سطح ملی یک صنعت درآمدزا می باشد بلکه شدیداً می تواند به توسعه اقتصادهای محلی و کوچک کمک کند. تقویت ساختار بازار و قوانین ورزش با توجه به مقوله تولید در کلاس جهانی در سطوح استانی و منطقه ای نیز می تواند به رشد صنعت ورزش و منافع اقتصادی ناشی از آن در این مناطق کمک کند.

واژه های کلیدی: تولید، کلاس جهانی، توسعه اقتصادی، صنعت ورزش

*foroughmohammadi770@yahoo.com



دیرخانه اولین کنگره بین المللی چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

مقدمه

دهه اخیر تغییرات محتوایی و کیفی در بازارهای جهانی رخ داده است. حرکت به سوی منطقه ای شدن و جهانی شدن بازارها سرعت گرفته است [۱].

در واقع چالش‌های اقتصادی از جمله مسایلی است که از دیرباز انسان با آن دست و پنجه نرم می‌کند. افزایش تولید و درآمد همواره در سرلوحه برنامه‌های اقتصادی کشورهای مختلف قرار دارد [۲].

از طرفی، اقتصاد به عنوان یک عامل محرک یکپارچه‌ی تغییر در جهان، صنعت ورزش را به سمت رویکردی تجارت گونه برای تولید و ارائه خدمات ورزشی می‌کشد [۳]. امروزه تجارتی شدن و حرفه‌ای شدن صنعت ورزش که دارای تأثیرات اقتصادی و اجتماعی در سطح بین المللی هست منجر به توسعه بخش ورزشی به عنوان یک صنعت سودآور کاملاً رقابتی شده است. صنعت ورزش یکی از مهم‌ترین پایگاه‌های اساسی توسعه‌ی اقتصادی و پیشرفت اجتماعی می‌باشد و نقش مهیج و مهمی بر روی اقتصاد ورزش و حتی رشد اقتصاد ملی داشته است. صنعت ورزش ظهور اقتصاد مدرن انسانی در قالب یک اقتصاد جدید صنعتی است [۴]. صنعت ورزش در کشورهای مختلف جهان دارای اهمیت خاصی است. چرا که با کمترین سرمایه‌گذاری و بهترین حالت مدیریت، می‌تواند سالیانه صدها میلیارد دلار درآمد ارزی به دنبال داشته باشد [۵].

این صنعت در کشورهای توسعه یافته بخش اعظم اقتصاد این کشورها را به خود اختصاص داده است. سهم تولید ناخالص داخلی^۲ حاصل از صنعت ورزش برخی کشورهای پیشرفته با بیش از دو درصد موجب ارتقاء جایگاه این صنعت در بین صنایع دیگر شده است. مطالعات نشان می‌دهد که سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص داخلی کشورها بین ۰/۵ تا ۲ درصد می‌باشد [۲]. صنعت ورزش با در دست داشتن عامل محرکی همچون برگزاری مسابقات بزرگ ورزشی، امکان بهره‌گیری از فرصت‌های تبلیغاتی و رسانه‌ها را فراهم کرده است که این امر خود موجب ایجاد بستر لازم برای تعامل بین صنعت، تجارت و ورزش گردیده است که پلی راهبردی در خدمت توسعه‌ی ورزش و رونق اقتصادی آن به شمار می‌رود [۶]. یکی از مهم‌ترین فواید اقتصادی مستقیم ورزش، تأثیر این صنعت بر مبادلات خارجی کشورهاست که موجب گردیده سهم این صنعت از تجارت جهانی به ۲/۵ درصد برسد [۷، ۶]. واردات و صادرات کالاهای ورزشی سهم ناچیز ۰/۴ تا ۰/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورها را به خود اختصاص می‌دهد، میزان مبادلات بین‌المللی کالاهای ورزشی هر کشور با توسعه‌ی ورزش و صنعت آن کشور متناسب است [۶، ۸]. طبق گزارش انجمن ملی لوازم ورزشی (NSGA^۳) خرید تجهیزات ورزشی در سال ۲۰۱۱ نسبت به سال ۲۰۰۹، ۵ درصد افزایش داشته و از ۲۴/۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۹ به ۲۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ رسیده است. با توجه به گزارش انجمن جهانی صنعت کالاهای ورزشی، چین در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین تولید کننده‌ی کالاهای ورزشی است که حدود ۷۰ درصد از تواید پایه‌ی جهان را به خود اختصاص داده است. در چین، کالاهای ورزشی، از جمله پوشاک و تجهیزات ورزشی ۸۰ درصد صنعت ورزش این کشور را تشکیل می‌دهد.

مطالعات انجام شده در سال ۲۰۱۳ حاکی است چین با ارزش ۳۸/۲۵ میلیارد دلار و در دست داشتن ۴۱/۸ درصد بازار کالاهای ورزشی جهان، بزرگ‌ترین بازار کالای ورزشی دنیا را داراست. همچنین ارزش واردات و صادرات کالاهای ورزشی ایالت متحده آمریکا را در سال ۲۰۱۳ به ترتیب ۲۹ و ۶/۷ میلیارد دلار اعلام کرده است [۹].

اما در ایران این سهم بسیار کمتر از استاندارد جهانی آن می‌باشد (به طور میانگین خالص صادرات ۰/۰۰۰۶ درصد ناخالص داخلی کشور است). به طور کلی، خالص مبادلات خارجی کالاهای ورزشی کمترین سهم ممکن در بین اجزای تشکیل دهنده‌ی تولید ناخالص داخلی ورزش کشور است (۲/۷۳ درصد).

^۲ Gross Domestic Product

^۳ National Sporting Goods Association



دیرخانه اولین کنگره بین المللی چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

یابد؛ یکی از دلایل این نگرش است [۱۹]. شونبرگر، واژه تولید در مقیاس جهانی، اولین بار در سال ۱۹۸۶ به کار گرفت [۲۰]. و از آن پس مورد استفاده ی بسیار از افراد قرار گرفته است. به منظور تعیین این واژه می توان تعاریف ذیل را بیان نمود:
توافقی جامع به بهبود مستمر کیفیت، هزینه، زمان تاخیر و خدمت به مشتری با هدف بنیادی اعتطاف پذیری تولید به عنوان جزیی از این سیستم،

" ترکیبی مناسب از مفاهیم تولید بهنگام، مدیریت کیفیت فراگیر و مشارکت کارکنان برای تبدیل تولیدی به سلاحی رقابتی و نیرومند برای شرکت"

موجی که باتشکیل تیم های چند وظیفه ای، آغاز شده است و مفاهیم طراحی تولید، بهبود مستمر فرآیند، مدیریت کیفیت فراگیر و تعمیم وظیفه ای کیفیت را برای عرضه ی محصولات جدید توام با موفقیت، سرعت، کمترین هزینه و بالاترین کیفیت در طراحی، توسعه، تولید، تحویل به مشتری در برمی گیرد [۲۱].

رقابت در کلاس جهانی، بدین معناست که سازمانها در بازار جهانی در هر رقابتی منطبق باشند. اینکه از نظر کیفیت، زمان انتظار، اعتطاف پذیری، هزینه و قیمت، خدمت به مشتری و نوآوری از هر رقیب بهتر باشد یا با آن برابری کند. مولفه های کلیدی برای تولید کننده کلاس جهانی مفاهیم وسیع تولید در کلاس جهانی را به عملکردهای خاص در سازمان مورد توجه قرار می دهد. هر کدام مولفه های کلیدی با توضیحی مختصر از چگونگی تاثیر آنها در سازمان تولیدی و قابلیت رقابتی آن ارائه شده است.
هریک از این اهداف به تنهایی مهم هستند، با این حال آنها در کنار یکدیگر تاکید بر فعالیتها و گرایشهایی که کلاس جهانی را تعریف می کند، در این راستا به مرور پژوهش های انجام شده در رابطه متغیرهای پژوهش می پردازیم.

فارسجانی و تیموریان (۱۳۸۸) با هدف بررسی عوامل موفقیت انتقال فناوری به منظور رسیدن به کلاس جهانی با استفاده از روش تعیین تحلیل مسیر در شرکت هیکو به این نتیجه رسیدند که میان موفقیت انتقال تکنولوژی و رسیدن به کلاس جهانی رابطه مثبت وجود دارد و هم چنین کاهش زمان انتظار، مدیریت کارا و موثر، منابع مالی و رضایت مشتری به روی انتقال فناوری تاثیر مثبت دارد. در انتها برای حضور شرکت ها در کلاس جهانی مواردی مانند آنالیز فاصله شرکت از کلاس جهانی، استقرار سیستم تولید در کلاس جهانی و... پیشنهاد نمودند [۲۲].

صفایی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان ارزیابی رویکردی ترکیبی از تکنیک های تصمیم گیری چند معیاره فازی به منظور اولویت بندی استراتژی های دستیابی به تولید در کلاس جهانی د صنعت فولاد استان مازندران پرداخته اند، در راستای دستیابی به این هدف ضمن مروری جامع بر ادبیات موضوع مرتبط با پژوهش حاضر از نظرات ۱۲ نفر از کارشناسان و خبرگان صنعت فولاد استفاده شده است [۲۳].

با توجه به چهار استراتژی تعیین شده (طراحی محصولات بر اساس نیاز مشتری، پذیرش تکنولوژی جدید، بهبود خدمات پس از فروش و شناسایی بازارهای جدید) یافته های پژوهش پیلنر اولویت بالای استراتژی "پذیرش تکنولوژی جدید" دستیابی به تولید کلاس جهانی می باشد.

سپهوند و همکاران (۱۳۹۱) تحلیل عوامل موثر بر اجرای موفقیت آمیز شش سیگمای ناب در راستای تولید در کلاس جهانی (مورد کاوی صنعت لوازم خانگی) یکی از الگوهای مدیریتی که به تازگی و به طور گسترده برنامه شش سیگمای ناب در سازمانهای کشور، هدف این مقاله تحلیل عوامل موثر بر موفقیت این برنامه (عوامل بحرانی، عوامل پشتیبان و عوامل وابسته) در راستای تولید در کلاس جهانی است. جامعه آماری پژوهش شامل مدیران ارشد و میانی شرکت های فعال صنعت لوازم خانگی استان اصفهان می باشند. به بررسی سه فرضیه که شامل تاثیر عوامل بحرانی بر موفقیت شش سیگمای ناب، تاثیر عوامل پشتیبان بر موفقیت شش سیگمای ناب و تاثیر عوامل وابسته بر موفقیت شش سیگمای ناب، پرداخته شده است. هر سه فرضیه با اطمینان ۹۵ درصد تایید شدند [۲۴].

افشاری و همکاران (۱۳۹۴) در رساله دکتری خود با عنوان تحلیل علی اثر گذاری مدیریت فرانو گرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزشی در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران که جامعه تحقیق شامل ۱۶۰ نفر از افراد دارای سابقه مدیریت در سطوح مختلف ورزش کشور، اقتصاد



دیرخانه اولین کنگره بین المللی

چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

دانان آشنا به مسایل ورزشی، اساتید مدیریت ورزشی دانشگاههای کشور، دانشجویان دکترای بازاریابی ورزشی فعالان حوزه اقتصاد ورزش بودند. با استفاده از روش تحقیق آمیخته بر اساس یافته های این پژوهش پس از اصلاح مدل روابط علی در برخی فرضیات، تمام ارتباطات متغیرهای تحقیق معنادار و مدل تحقیق مبنی بر اثر گذاری متغیرهای مدیریت فرانو گرا، اقتصاد مقاومتی و توسعه ورزش در توسعه اقتصادی صنعت ورزش ایران دارای برزش لازم بود. با توجه به نتایج تحقیق، لزوم شفاف سازی اقتصاد و سالم سازی آن جلوگیری از اقدامات و فعالیت ها و زمینه های فساد زا در حوزه های پولی در ورزش می توان در گسترش و توسعه اقتصادی صنعت ورزش موفق بود. [۲۵].

فارسجانی و دهقان (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان تبیین ارزیابی عملکرد سازمان جهت دستیابی به محصول در کلاس جهانی با روش وو با مطالعه منابع کتابخانه ای معیارهای بنگاههای اقتصادی کلاس جهانی شناسایی شد و ۱۴ عامل که تناسب بیشتری با جامعه آماری داشته اند و بیشتر مدنظر کارشناسان و مشتریان بودند، انتخاب شدند بدین منظور رویکرد ماتریس تحلیل عملکرد برای شناسایی و دسته بندی و شاخص های اثر گذار برای دستیابی محصول در شرکت ماشین ابزار ایران خودرو به کار گرفته شد سپس با توجه به مدل نهایی، راهبرد بهینه برای مدیریت هریک از شاخص ها ارائه شد. در نهایت با استفاده از روش وو، با توجه به خروجی های ماتریس، رتبه بندی نهایی هریک از عامل ها مشخص شد. نتایج نشان می دهد که ۵ عامل قیمت، کیفیت، محصول و پاسخ گویی سریع، بهبود مستمر و اعتبار شرکت زیر بنای دستیابی به تولید محصول در کلاس جهانی هستند [۲۶].

نقیبی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان مولفه های تاثیر گذار در ساختار تولید در کلاس جهانی در صنعت خودرو با استفاده از تکنیک مدلسازی ساختاری تفسیری است [۲۷].

مدل تولید در کلاس جهانی، سازمان را قادر می سازد فعالیت و رقابت خود را در گستره جهانی دنبال کند، وایت مهم نحقق پیدا نخواهد کرد مگر اینکه عملکرد سازمان در تطابق با بهترین صنعت در کلاس جهانی قابل ارزیابی و تطابق باشد. این مدل مرکب از هشت رکن اصل و بیست و سه رکن فرعی می باشد که در قالب ارکان فنی - تکنیکی و مدیریتی طبقه بندی شده و تبلور یافته است. ارکان اصلی مدل شامل فرایندهای کسب و کار، انعطاف پذیری، تکنولوژی و ابزارهای الکترونیکی مدیریت زنجیره تامین الکترونیکی، توسعه محصول جدید، سرمایه انسان سازی استراتژی های رقابتی تولید و ارزیابی عملکرد هستند. علی رغم اینکه هریک از ارکان اعم از اصلی و فرعی در ساختار مدل تاثیر گذاری منحصر به فردی دارند، اما هیچ کدام به تنهایی قادر نخواهند بود سازمان را در جهت دستیابی به هدف اصلی تولید در کلاس جهانی یاری نماید.

عید (۲۰۰۹) در مقاله ای تحت عنوان فاکتورهای موثر در اجرای موفقیت آمیز تولید در کلاس جهانی در کشورهای در حال توسعه، مطالعه ی موردی با بیان این نکته که کارخانه های تولیدی نیاز دارند تا درک کنند چه فاکتورهایی نقش بحرانی را در کاربرد تکنیک های WCM بر عهده دارند، فاکتور بحرانی را دودسته طبقه بندی می کند که دسته ی اول توانمندی های استراتژیک WCM می باشد شامل، تعهد مدیریت، بخش کیفیت، بهبود مستمر و مشارکت مشتری است دسته ی دوم توانمندسازی های تاکتیکی WCM هستند که شامل: مدیریت زنجیره ی تامین، مدیریت توانمندی های فنی و مدیریت تسهیلات تولیدی است. در ادامه به صورت تجربی از طریق یک نمونه ی ۹۶ تایی که از بین شرکت های سازنده موردی انتخاب شده بودند. این نتیجه حاصل شد که فاکتورهای استراتژیک WCM و فاکتورهای موفقیت تاکتیکی تاثیر بسزایی بر موفقیت WCM دارند و پنجمین بیان شده است که برخی توانمندی های استراتژیک بر توانمندی های تاکتیکی نیز تاثیر دارند [۲۸].

در همین راستا به دلیل جهانی شدن توسعه اقتصادی ورزش و عمومیت داشتن ورزش در ایران، ملاحظه می گردد که موضوعات اقتصادی و درآمد زایی ورزش بحث داغ بسیاری از روزنامه ها، رادیو و تلویزیون و نیز محافل علمی شده است. در این میان موضوع حایز اهمیت این که به دلیل نبودن صنعت ورزش در کشور، مقوله توسعه اقتصادی صنعت ورزش به شدت نیازمند انجام پژوهش هایی است که می توان پیشنهاداتی را به سیاستگذاران دولتی و غیر دولتی ارائه نمود تا آن ها بتوانند با تصمیم گیری های پژوهش محور گام های اساسی را در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش کشور بردارند. از سوی دیگر توسعه اقتصادی صنعت ورزش کشور می تواند در اقتصاد کل کشور

تهران: خیابان ولیعصر (عج) خیابان زرشک غربی، شماره ۸ واحد ۳ کد پستی: ۱۴۱۵۸۵۳۴۴۴

تلفن: ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱، فکس: ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱، وبسایت: www.wcmcongress.com، آگهی اطلاع رسانی:



دیرخانه اولین کنگره بین المللی چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

مرکز آموزش مدیریت دولتی

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

سهم داشته باشد. وابستگی شدید اقتصادی ایران به صادرات نفت؛ نوسانات قیمت آن و پایان پذیر بودن این منبع اقتصادی، نیاز توجه نمودن به سایر صنایع که دارای پتانسیل درآمدزایی هستند را دو چندان نموده است. بنابراین برای کشوری در حال توسعه چون ایران استفاده از تمامی فرصت های تجاری و اقتصادی قابل بهره برداری همانند صنعت ورزش یک ضرورت غیرقابل انکار است. متأسفانه با تمام تلاشی که مدت‌هاست مسئولان سیاسی کشور انجام می دهند، هنوز برنامه ی مدونی که برای ۳۰ سال آینده کشور مناسب باشد و چشم اندازی طولانی مدت را به همراه درآمد ارزی به دنبال داشته باشد، وجود ندارد. برخلاف دنیا که از ورزش بعنوان صنعت یاد می کنند و آن را برای پیشبرد اهداف اقتصادی خود استفاده می کنند، در ایران همچنان بعنوان سرگرمی به آن نگرسته می شود. بنابراین برای حرکت هدفمند، نظام مند و اثربخش در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش باید پژوهش از این دست که به بررسی تحلیل علی عوامل اثر گذار برای رسیدن به سطح تولید در کلاس جهانی در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش، که مقوله ای است دارای سیستم و ساختار منسجم، راسلوجه تصمیمات این صنعت قرار داد.

لذا باتوجه به اهمیت برنامه ریزی راهبردی در توسعه مقوله های مختلف از جمله ورزش، ضرورت توجه به این مهم در کشورما نیز بیش از پیش واجب است و بدون شک یکی از دلایل عدم توسعه کشورمان در عرصه ورزش، کم توجهی مسئولان به این مقوله مهم و سلیقه ای عمل کردن است. هرچند در سالهای اخیر گامهایی در سطح کلان و کشوری در این راستا برداشته شده، اما لازمه موفقیت برنامه های کلان این است که این برنامه ها در سطح ادارات ورزش استانها خرد شوند. در واقع برای رسیدن به موفقیت در عرصه ورزش، استانها نیز باید برنامه های خود را در راستای برنامه های کلان ورزشی، تنظیم کنند. در این راستا، استان کرمانشاه به عنوان یکی از استانهایی که همیشه سهم به سزایی در ورزش کشور داشته و ورزشکاران، قهرمانان و پهلوانان نامی و زیادی را به جامعه ورزش کشور معرفی کرده است، باید زمینه استمرار و توسعه این موفقیتها را بیش از پیش فراهم کند. کلید توسعه اقتصادی ورزش برنامه تولید محوری است. از این رو، در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤال اساسی می باشیم که آیا عوامل تاثیر گذار بر رسیدن تولید در کلاس جهانی در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش از دیدگاه کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه موثر است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی و تحلیلی است که به صورت میدانی و در ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه است. جامعه آماری شامل کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه که تعداد کل آنها ۱۲۸ نفر می باشد، که بر اساس فرمول کوکران تعداد ۹۶ نفر و با روش نمونه گیری خوشه ای برای نمونه تحقیق انتخاب شدند. برای دستیابی به اهداف پژوهش از پرسشنامه ۵۹ سوالی توسعه اقتصادی صنعت ورزش [۲۵]. با زیر مولفه های سرمایه گذاری و حمایت مالی ورزشی (۱۴ گویه)، توسعه نهادی، ساختار و مالکیت (۹ گویه)، توسعه پخش رسانه ای (۵ گویه)، توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن (۶ گویه)، توسعه حمایت های دولتی (۴ گویه)، توسعه نیروی انسانی (۴ گویه)، توسعه امکانات و زیرساخت ها (۵ گویه) و توسعه حقوقی و قانونی (۶ گویه)، توسعه علمی و پژوهشی (۵ گویه) و پرسشنامه محقق ساخته ۲۹ سوالی فارسیجانی بررسی عوامل تاثیر گذار برای رسیدن به سطح تولید در کلاس جهانی در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش با زیر مولفه های هزینه (۹ گویه)، زمان (۳ گویه)، روابط با مشتری (۵ گویه)، استفاده از تکنولوژی های تولید و بهبود مستمر (۴ گویه) و استراتژی های تولید و کسب و کار (۸ گویه) استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها به تایید ۱۲ تن از متخصصین مدیریت ورزشی رسید. پایایی آنها نیز در یک آزمون مقدماتی با ۳۰ آزمودنی و با آلفای کرونباخ محاسبه شد. مقدار آلفا برای هر متغیر به صورت جداگانه و به صورت کلی محاسبه و در جدول (۱) ارائه شده است.



جدول (۱) مقدار آلفا کرونباخ متغیرهای پژوهش

مقدار آلفا کرونباخ	گویه	ملاک	
۰/۹۱۸	۱۴-۱	سرمایه گذاری و حمایت‌های ورزشی	توسعه اقتصادی صنعت ورزش
۰/۸۲۴	۲۳-۱۵	توسعه نهادی، ساختاری و مالکیت	
۰/۸۱۷	۲۸-۲۴	توسعه بخش رسانه‌ای	
۰/۹۱۱	۳۴-۲۹	توسعه هواداران و درآمد حاصل از آن	
۰/۸۷۸	۳۸-۳۵	توسعه حمایت‌های دولتی	
۰/۸۵۵	۴۲-۳۹	توسعه نیروی انسانی	
۰/۷۸۸	۴۷-۴۳	توسعه امکانات و زیرساخت‌ها	
۰/۷۹۲	۵۳-۴۸	توسعه حقوق و قانون	
۰/۷۷۸	۵۸-۵۴	توسعه مالی و پژوهشی	
۰/۷۹۵	۲۳-۹-۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	هزینه	عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی
۰/۷۰۴	۲۳-۲۱-۸	زمان	
۰/۸۳۶	۲۶-۲۴-۱۳-۱۲-۱۱	روابط با مشتری	
۰/۸۱۰	۲۹-۲۸-۲۷-۲۰	تکنولوژی تولید و بهبود مستمر	
۰/۸۸۷	۱۹-۱۸-۱۷-۱۶-۱۵-۱۴ ۲۵-۱۰	استراتژی‌های تولید و کسب و کار	

در این پژوهش با توجه به فرضیه‌های تحقیق و گروه نمونه جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای Spss-24 و AMOS24 در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. از آمارهای توصیفی نظیر رسم نمودار میانگین، محاسبه مقادیر میانگین، انحراف استاندارد و ... برای توصیف داده‌ها و برای تحلیل آماری داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون برای معناداری رابطه‌ها استفاده گردید. مدل معادلات ساختاری است، نیز ارائه می‌شود. در مدل‌های مسیر پژوهشگر تلاش می‌کند تا با مجموعه‌ای از روابط یک سویه و دو سویه پدیده یا پدیده‌هایی را تبیین کند در حالی که متغیرهای حاضر در مدل از نوع مشاهده شده هستند. تحلیل مسیر بیان می‌کند که کدام مسیر مهم‌تر و یا معنادارتر است و ضرایب مسیر براساس ضریب استاندارد شده رگرسیون محاسبه می‌شود.



با توجه به نتایج جدول (۲) چون مقادیر کجی و کشیدگی گزارش شده کمتر از مقدار بحرانی پیشنهادی نرم افزار است در نتیجه می توان بیان کرد که پیش فرض نرمال بودن داده ها برقرار است.

جدول (۳) برخی شاخص های توصیفی به همراه مقادیر ضریب همبستگی بین متغیرهای را پژوهش ارائه می دهد.

جدول (۳) شاخص های توصیفی مدل و همبستگی درونی بین متغیرهای پژوهش

ردیف	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱	۰/۷۸۱	۰/۷۸۳	۰/۶۲۵	۰/۷۸۷	۰/۷۱۲	۰/۶۵۶	۰/۶۴۴	۰/۶۹۳	۰/۴۱۹	۰/۵۹۶	۰/۶۲۱	۰/۶۰۶	۰/۵۴۸
۲	-	۰/۷۵۴	۰/۶۱۳	۰/۷۷۴	۰/۶۸۸	۰/۶۰۱	۰/۴۳۴	۰/۴۹۸	۰/۴۷۶	۰/۵۵۰	۰/۶۰۶	۰/۳۸۵	۰/۵۴۸
۳	-	-	۰/۶۹۶	۰/۷۵۰	۰/۶۶۴	۰/۷۶۲	۰/۴۶۷	۰/۳۷۲	۰/۴۸۴	۰/۴۷۵	۰/۶۳۵	۰/۴۸۰	۰/۵۲۹
۴	-	-	-	۰/۶۲۵	۰/۶۱۶	۰/۷۴۰	۰/۴۰۱	۰/۳۵۸	۰/۵۴۱	۰/۳۹۰	۰/۶۰۴	۰/۴۴۵	۰/۴۷۶
۵	-	-	-	-	۰/۷۹۴	۰/۶۵۷	۰/۴۳۸	۰/۵۸۲	۰/۵۲۰	۰/۷۴۴	۰/۷۴۵	۰/۴۸۹	۰/۵۹۷
۶	-	-	-	-	-	۰/۶۵۱	۰/۵۳۸	۰/۵۹۳	۰/۵۰۹	۰/۶۷۱	۰/۷۱۲	۰/۴۷۱	۰/۵۱۶
۷	-	-	-	-	-	-	۰/۵۳۴	۰/۴۱۳	۰/۵۴۵	۰/۵۰۳	۰/۶۲۴	۰/۵۲۰	۰/۵۰۴
۸	-	-	-	-	-	-	-	۰/۵۱۹	۰/۲۳۴	۰/۳۶۰	۰/۳۷۸	۰/۵۷۹	۰/۳۵۶
۹	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۲۵۹	۰/۶۲۳	۰/۴۹۷	۰/۳۹۶	۰/۳۶۱
۱۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۵۳۸	۰/۶۲۴	۰/۵۸۳	۰/۶۲۹
۱۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۶۲۴	۰/۵۰۸	۰/۴۸۳
۱۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۶۲۴	۰/۷۰۹
۱۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	۰/۵۷۸
۱۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

با توجه به نتایج جدول (۳) تمامی ارتباطها سطح معناداری کمتر از مقدار $\alpha=0/05$ داشته اند، در نتیجه می توان نتیجه گرفت روابط بین متغیرها معنادار است. بر مبنای معناداری مقادیر همبستگی بین متغیرهای می توان یک مدل معادلات ساختاری را که نشان دهنده رابطه بین متغیرهای پژوهش است، برآزش داد.

در حقیقت پس از تدوین و بررسی مدل های تحلیل عاملی بایستی برآزش مدل کلی انجام شود. اطلاعات کلی مربوط به مدل عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی و توسعه اقتصادی در جدول (۴) ارائه شده است و سپس در ادامه جزئیات مدل (مقادیر پارامترها و معناداری تفاوت آنها با صفر بویژه برای ضرایب ساختاری) ارائه شده اند.



دبیرخانه اولین کنگره بین المللی
چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

جدول (۴): شاخص‌های برازش مدل عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی و توسعه اقتصادی صنعت ورزش

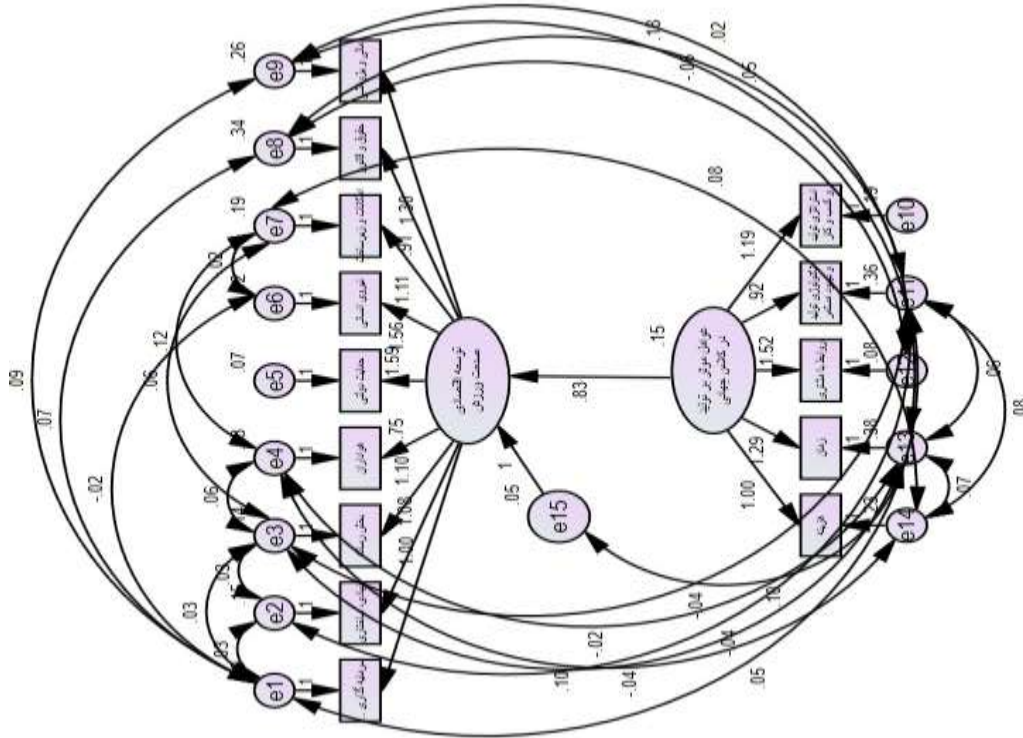
تفسیر	ملاک	میزان	شاخص‌های برازش
برازش مطلوب	df بالاتر همراه با χ^2 کمتر	۶۲/۵۳۷ (۵۱)	χ^2 (آماره آزمون) (df درجه آزادی)
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۲۹	p-value (سطح معناداری)
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۱۹	GFI (شاخص نیکویی برازش)
برازش نسبتاً مطلوب	بیشتر از ۰/۹۰	۰/۸۳۳	AGFI (شاخص نیکویی برازش اصلاح شده)
برازش مطلوب	کمتر از قدر مطلق چهار	۰/۰۲۰	RMR (ریشه دوم میانگین مربعات خطای باقی مانده)
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۸۱	TLI (شاخص توکر-لویس)
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۴۶	NFI (شاخص برازش هنجار شده بنتلر-بونت)
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۹۰	۰/۹۸۹	CFI (شاخص برازش تطبیقی)
برازش مطلوب	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۴۹	RMSEA (ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد)
برازش مطلوب	بیشتر از ۰/۵	۰/۶۳۰	PNFI (شاخص برازش مقتصد هنجار شده)

مطلق

تطبیقی

مقتصد

برای بررسی کفایت مدل تمرکز بر روی شاخص‌های برازش کلی مدل است. بر مبنای نتایج ارائه شده در جدول (۶) سطح معناداری مدل (۰/۱۳) بیشتر از سطح معناداری $\alpha = 0/05$ است. در نتیجه بین مدل اندازه‌گیری شده و داده‌های تجربی تفاوت معناداری وجود ندارند و مدل برازشی برای داده‌ها مناسب است. حاصل تقسیم آماره آزمون بر درجه آزادی برابر با ۱/۲۲۶ (کمتر از ۳ مطلوب) است. همچنین مقدار کوچک گزارش شده برای RMR و مقدار مطلوب RMSEA به ترتیب ۰/۰۲ و ۰/۰۴۹ مناسب بودن مدل کلی عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی و توسعه اقتصادی صنعت ورزش را تایید می‌کنند. شاخص GFI، TLI، NFI، CFI و PNFI نیز بیشتر از ۰/۹ گزارش شده است که تایید دیگری برای خوبی برازش مدل است. شاخص AGFI نیز در حد نسبتاً مطلوب گزارش شده است و همگی تاییدی بر مدل برازش شده است که در شکل (۱) ارائه شده است.



شکل (۱): مدل عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی و توسعه اقتصادی صنعت ورزش

اکنون بایستی به بیان اطلاعات بیشتری از مدل در قالب مقادیر گزارش شده برای پارامترها و معناداری تفاوت آنها با صفر بویژه برای ضرایب تاثیر یا ساختاری و در حالت کلی بیان جزئیات مدل که در شکل (۱) نیز نمایش داده شده، بپردازیم. جدول (۵) اثرات برازش شده برای مدل را در قالب رگرسیون وزنی بیان می کند.



دبیرخانه اولین کنگره بین المللی
چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

جدول (۵): مقادیر برآورد شده پارامترهای عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی و توسعه اقتصادی صنعت ورزش

نتیجه	ضریب تعیین R^2	سطح معناداری p-value	ضریب استاندارد		مسیرهای مدل
			β	B	
معنادار	۰/۵۶۷	***	۰/۸۱۰	۰/۸۲۹	توسعه اقتصاد صنعت ورزش جهانی
-	۰/۶۳۹	-	۰/۸۰۰	۱	توسعه اقتصاد صنعت ورزش سرمایه گذاری و حمایت ...
معنادار	۰/۵۵۹	***	۰/۷۴۸	۱/۰۸۵	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه نهادی، ساختاری و ...
معنادار	۰/۵۷۵	***	۰/۷۵۸	۱/۰۹۹	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه بخش رسانه‌ای
معنادار	۰/۲۷۵	***	۰/۵۲۵	۰/۷۴۷	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه هواداران و ...
معنادار	۰/۸۵۴	***	۰/۹۲۴	۱/۵۹۱	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه حمایت‌های دولتی
معنادار	۰/۷۶۷	***	۰/۸۷۶	۱/۵۵۵	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه نیروی انسانی
معنادار	۰/۵۰۹	***	۰/۷۱۴	۱/۱۱۵	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه امکانات و زیرساخت‌ها
معنادار	۰/۲۷۹	***	۰/۵۲۸	۰/۹۰۶	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه حقوق و قانون
معنادار	۰/۵۰۵	***	۰/۷۱۱	۱/۳۰۰	توسعه اقتصاد صنعت ورزش توسعه مالی و پژوهشی
معنادار	۰/۵۴۰	***	۰/۷۳۵	۱/۱۹۴	توسعه اقتصاد صنعت ورزش تولید در کلاس جهانی استراتژی‌های تولید و ...
معنادار	۰/۲۶۴	***	۰/۵۱۳	۰/۹۲۲	توسعه اقتصاد صنعت ورزش تولید در کلاس جهانی تکنولوژی تولید و ...
معنادار	۰/۸۱۶	***	۰/۹۰۳	۱/۵۱۶	توسعه اقتصاد صنعت ورزش تولید در کلاس جهانی روابط با مشتری
معنادار	۰/۳۹۹	***	۰/۶۳۲	۱/۲۸۸	توسعه اقتصاد صنعت ورزش تولید در کلاس جهانی زمان



دبيرخانه اولين كنگره بين المللي چشم انداز مديريت كلاس جهاني

موسسه چشم انداز مديريت تراز جهاني

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

مرکز آموزش مدیریت دولتی

هزینه --- ۱ - ۰/۶۲۷ - ۰/۳۹۴ -

تولید در کلاس جهانی

$P < 0.001$ ***

در حقیقت مقادیر برآزش شده پارامترهای مدل که در جدول (۵) گزارش شده است مربوط به مقدار برآورد استاندارد پارامترهای مدل است که در شکل (۲) نیز به صورت شهودی ارائه شده است. نتایج جدول سطح معناداری را برای تمامی ضرایب رگرسیونی بسیار نزدیک به صفر گزارش می‌دهد و می‌توان نتیجه گرفت که روابط بین آن‌ها معنادار است. همچنین مقدار واریانس ارائه شده در ستون آخر، به عنوان نمونه نشان می‌دهد که تولید در کلاس جهانی به توسعه اقتصاد صنعت ورزش، ۵۷٪ از مقدار واریانس توسعه اقتصاد صنعت ورزش را تبیین می‌کند.

همچنین جدول (۶) اثرات غیرمستقیم استاندارد مسیره‌های مدل را برای متغیرهای عوامل موثر بر تولید در کلاس جهانی و توسعه اقتصادی صنعت ورزش نشان می‌دهد.

جدول (۶) : اثرات غیرمستقیم مسیره‌های مدل

تولید در کلاس جهانی

سرمایه گذاری و حمایت ...	ساختاری و ...	هواداران و ...	بخش رسانه‌ای	حمایت‌های دولتی	نیروی انسانی	توسعه امکانات و زیرساخت‌ها	حقوق و قانون	مالی و پژوهشی
غیراستاندارد ۰/۸۲۹	۰/۸۹۹	۰/۹۱۱	۰/۶۱۹	۱/۳۱۹	۱/۲۸۹	۰/۹۲۴	۰/۷۵۰	۱/۰۷۸
استاندارد ۰/۶۴۸	۰/۶۰۶	۰/۶۱۴	۰/۴۲۵	۰/۷۴۹	۰/۷۱۰	۰/۵۷۸	۰/۴۲۸	۰/۵۷۶

نتایج جدول (۶) نشان می‌دهد که اثر غیرمستقیم تولید در کلاس جهانی بر مولفه‌های توسعه اقتصادی صنعت ورزش در سطح معناداری $\alpha = 0/05$ معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل تاثیر گذار بر رسیدن تولید در کلاس جهانی در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش از دیدگاه کارشناسان ادارات ورزش و جوانان استان کرمانشاه بود. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد بین عوامل اثر گذار بر رسیدن تولید در کلاس جهانی و ابعاد آن با توسعه اقتصادی صنعت ورزش و ابعاد آن رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مطابق با یافته‌ها، فرضیه اصلی پژوهش، با توجه به ضریب همبستگی مورد تایید قرار گرفت. لازم به ذکر است با توجه به جدید بودن موضوع تا کنون تحقیقی با استفاده از هر دو متغیر انجام نشده است. بنابراین مقایسه با تحقیقات قبلی امکان پذیر نیست. در نهایت برآزش مدل ذکر شده مطلوب می‌باشد، در تبیین یافته‌های فوق می‌توان گفت: با توجه به سرعت تغییرات در جهان پرتلاطم امروز، تولیدکنندگان باید بتوانند سرعت مشتری‌مداری را توسعه دهند. ایدئولوژی تولید در کلاس جهانی و سازمان‌های جهان تراز با چالش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک همراه است و هر روزه روش‌ها و فناوری‌های جدیدی در حال رشد است، به طوری که بهترین عملکردها، صاحب‌نظران این علم را به خود معطوف داشته است. بسیاری از این عملکردها سازمان را بر پایه یک مدل علمی برای ارزش‌گذاری با معیارهای تولید در کلاس جهانی منطبق می‌سازد. سازمان تولید در



دیرخانه اولین کنگره بین المللی چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

کلاس جهانی می‌تواند بهترین تولیدکننده در جهان باشد و با ارزش‌ترین محصولات را تولید کند و بیشترین نرخ بازگشت را از طریق اجرای استراتژی رقابتی سازمان به دست آورد. عوامل کلیدی تولید در کلاس جهانی برای ایجاد صرفه‌جویی در هزینه عملیات و پاسخگویی کارا، ارائه خدمات عالی به مشتری و اداره مناسب منابع، بر اطلاعات تکیه می‌کنند. تولیدکنندگان در کلاس جهانی از اطلاعات به عنوان ابزاری استراتژیک در جهت رسیدن و باقی ماندن در بهترین سطح استفاده می‌کنند. به طور خلاصه، استراتژی تولید در کلاس جهانی این است که با محصولات رقابتی، کیفیت بالا، قیمت مناسب و ارائه خدمات عالی به مشتری، فعالیت کند. سازمان‌های امروز در گذر از تغییراتی انقلاب‌گونه از عصر صنعتی به عصر اطلاعات هستند و موفقیت سازمان‌ها به برنامه‌ها و استراتژی آنها وابسته است که چطور می‌توانند به خوبی منافی را از اقتصادهای گسترده شده به دست آورند. موفقیت سرانجام به سازمان‌هایی تعلق دارد که بتوانند فناوری جدیدی را از دارایی‌های فیزیکی به وجود آورند و از این طریق به محصولات استاندارد دست یابند. بازار جهانی شامل مجموعه‌ای از سازمان‌هایی است که با ملیت‌های مختلف برای موفقیت به رقابت در زمینه کیفیت، قیمت تمام شده، رضایت مشتری و خشنودی مشتری خواهند پرداخت. تولید محصولات در کلاس جهانی به طوری که قابل رقابت در بازارهای بین‌المللی باشد، ضرورت برنامه‌ریزی استراتژیک را اجتناب‌ناپذیر می‌کند تا قابلیت عملکرد رقبا نقاط قوت و ضعف را شناسایی کند به طوری که مبنایی برای ایجاد تغییرات دائمی و تعریف استراتژی‌های تولیدی و صنعتی باشد از آنجایی که ورزش یک صنعت پرسود است که توانایی بالایی در جذب سرمایه‌های خارجی پایدار دارد و به بیان دیگر ورزش میدان رقابتی نسبتاً سالم برای تقابل ملت‌ها و ابزاری برای انتقال تفکرات فرهنگی است و این بخش اقتصادی ورزش است که این صنعت را پیش می‌برد لذا حوادث ورزشی تاثیرات شگرفی در اقتصاد کشورها ایجاد می‌کنند که ردپای این تاثیرات در مراحل گذار آنها به توسعه‌یافتگی یا ظهور اقتصادی مشهود می‌باشد. در دنیای معاصر تعداد مدال‌های المپیک و جام‌های جهانی نمادی از قدرت اقتصادی، سیاسی و عرض اندام ابرقدرت‌های دنیا در مراحل پیشرفت و توسعه است. به طوری که فضای ورزشی از شاخص‌های توسعه یک کشور محسوب می‌شود و از لحاظ سیاسی صنعت محبوب و برجسته‌ای است که سیاستمداران توجه ویژه‌ای به آن دارند. یا به بیان دقیق‌تر اقتصاد ورزش به ارزیابی مسائل و الگوهای تخصیص بهینه منابع در سه بخش عملکرد ورزش، تولیدات ورزش و توسعه ورزش می‌پردازد. باتوجه به یافته‌های تحقیق حاضر می‌توان نتیجه گرفت که ورزش نه تنها در سطح ملی یک صنعت درآمدزا می‌باشد بلکه شدیداً می‌تواند به توسعه اقتصادهای محلی و کوچک کمک کند. تقویت ساختار بازار و قوانین ورزش باتوجه به مقوله تولید در کلاس جهانی در سطوح استانی و منطقه‌ای نیز می‌تواند به رشد صنعت ورزش و منافع اقتصادی ناشی از آن در این مناطق کمک کند.

پیشنهادات

- ۱- حمایت از صنعت ورزش با در نظر گرفتن نوع و ساختار بازار در این صنعت
- ۲- توجه به هزینه مبادله، قوانین و مقررات مربوط به کسب درآمد در ورزش
- ۳- عزم راسخ مدیران ورزشی برای حضور در جایگاه تولیدکننده جهانی
- ۴- استقرار سیستم تولید در کلاس جهانی در جهت توسعه اقتصادی صنعت ورزش

منابع

- [1]. Z.Lin and Y. Wei, "International market selection and export performance: a transaction cost analysis", European Journal of Marketing, 50:5/6, 916-941, 2016.
- [2]. F.Askari, "Study of the economic situation of Iran's sports industry in 1998 and 2001 by relying on Estimate (GDSP)", Ph.D. thesis, College of Physical Education and Sports Sciences of Tehran University Management and sports planning, 1383.
- [3] J. Hui. Russell, "Sports management (principles and applications). Translated by: Minoodakh Mirahidari, Sarah Kashkar, Hamid Ghasemi, Khosrow Rezaieenia, Science and Motion, First Edition, 1390.
- [4]. P.Huang, "World class manufacturing in 1990s integrating JIT, TQC, FA, and TPM with worker participation, modern production concept theory and application". Springer, Berlin Heidelberg New York 491-507, 1991.
- [5]. W. Andreff, "Globalization of the Sports Economy", Rivista Di Diritto Ed Economia Dello Sport, 4, 1825-6678, 2008.
- [6]. F. Askariyan, A. Jafari, "The study of international trade in sports goods of Iran in the years 1377 and 1380". The Quarterly Journal of the Olympic Games, 15, 4 (40), 103-97, 1386.

تهران: خیابان ولیعصر (مخیمان زرشک غربی)، شماره ۸ واحد ۳ کد پستی: ۱۴۱۵۸۵۳۴۴۴

تلفن: ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱ - ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱ - ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱ - ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱ - ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱ - ۰۲۱۸۸۱۳۰۲۹۱
www.wcmcongress.com : رگاه اطلاع رسانی



دیرخانه اولین کنگره بین المللی

چشم انداز مدیریت کلاس جهانی

۱۴ اسفند ماه ۱۳۹۶

موسسه چشم انداز مدیریت تراز جهانی

مرکز آموزش مدیریت دولتی

- [7]. J. Chan, "Economic Value of Sport". Master of Business Administration, the Gordon Institute of Business Science, University of Pretoria, 2010.
- [8]. W. Andref, "International trade in sporting goods". Collection Repères no. 187, 2nd edn, Paris: La Découverte. 2003.
- [9]. United Nations, "International Merchandise Trade Statistics". Available at: <http://comtrade.un.org/pb/FileFetch.aspx?docID>, 2013.
- [10]. R. Sarlab and M. Sarlab, "The effect of exchange rate on the export trend of sports goods in Iran (2001-2003)". First Conference on Economics and Applied Management with a National Approach, 1393.
- [11]. Y-Sh. Chang and Sh-R. Fang, "Enhancing Export Performance for Business Markets: Effects of Interorganizational Relationships on Export Market Orientation (EMO)", Journal of Business-to-Business Marketing, 22:3, 211-228, 2015.
- [12]. A.H. Samadi, "The instability of agricultural trade in the Iranian economy. Quarterly", Journal of Economic Research, 18, 54-50, 1383.
- [13]. N. Boso, J. Annan, I. Adeleye, N. Iheanachor and B. Narteh, "Examining the Paths from Export Strategic Orientations to Export Performance: The Mediating Role of Export Resource Transformation Capability", Thunderbird International Business Review, 1096-4762, 2016.
- [14]. R. Sarlab, "Competitive, structural and national changes in the export of sporting goods in Iran". Master's thesis, Tabriz University, 1392.
- [15]. F. Askariyan, A. Jafari, "The study of international trade in sports goods of Iran in the years 1377 and 1380". The Quarterly Journal of the Olympic Games, 15, 4 (40), 103-97, 1386.
- [16]. L. Mac and F. Evangelista, "The Relative Impact of Market Orientation and Entrepreneurship on Export Performance: Do We Really Know Enough?", Journal of Global Marketing, 29:5, 266-281, 2016.
- [17]. T. Hossein Gholipour and H. Aghazadeh, "Strategic Program for Small and Medium Enterprises", Quarterly Journal of Business Research, 35, 2005.
- [18]. Ghazanfari, Mahdi, Ibn al-Rasul, Seyyed Asghar (1380). Production on a global scale for the automotive industry, Tadbir Magazine No. 120, pp. 76-87.
- [19]. A. Safaei Chadikolaei, T.O. Singer, and M.R. Czinkota "Factors Associated with Effective Use of Export Assistance", Journal of International Marketing, 2(1), 53-71, 1994.
- [20]. R. Schonberger, "World Class Manufacturing: The Lesson of Simplicity Applied, the Free Press, New York, 1986.
- [21]. A. Safai Qadelikai, "Principles of Establishment of Production in the Global Classroom in Automobile Companies, Doctorate Dissertation, Tarbiat Modarres University, 1387.
- [22]. H. Farsijani and M. Timurian, "Investigating the Success Factors of Technology Transfer to reach the Global Class.) Case Study: Hepco Co", Management Perspective, 32, 151-168, 2009.
- [23]. A. Safai Ghadelikai, A. Aghajani and H. Daraqi, "A combination of Fuzzy Multi-criteria Decision Making Techniques for Prioritizing Global Production Achievement Strategies (Case Study: Fuladastan Industries of Mazandaran)", Journal of Research in Operations And its applications, year ninth, number three, 33, 81-99, 2012.
- [24]. R. Sepahand, M. Arefnejad and M. Toghraie, "Analysis of the Factors Affecting the Successful Implementation of Six Sigma in the Global Classroom (Home Appliances Industry)", Industrial Management Quarterly, 21, 1391.
- [25]. M. Afshari, "The Analysis of Effect of Effective Management of Enthusiasm, Resistance Economics and Exercise Development in the Economic Development of Iran's Sports Industry", Ph.D, Urmia University, 1394.
- [26]. H. Farsianjani and E. Dehghan, "The explanation of the evaluation of the performance of the organization in the world-class Behshhvv", Perspective of the industry leader, 22, 45-65, 1395.
- [27]. H. A. Najibi, H. Farsi Janni, M. Kasai, M. Zandieh, "The Explanation of Effective Components in the World-class Production Structure in the Automotive Industry", New Research in Decision-making, 1, 4, 167-186, 1395.
- [28]. R. Eid, "Factors affecting the success of world class manufacturing implementation in less developed countries, the case of Egypt", Journal of manufacturing Technology management, 20, 7, 2009.