

عنوان مقاله:

بررسی مزیت نسبی صادرات کالاهای ورزشی ایران

محل انتشار:

دوماهنامه مطالعات مدیریت ورزشی، دوره 8، شماره 35 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

فریبا عسکریان - دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

حسین اصغریور - دانشیار علوم اقتصاد دانشگاه تبریز

رقیه سرلاب - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

تعیین مزیت‌های رقابتی و میزان رقابت پذیری محصولات، بنگاه ها و صنایع موجود در هر کشور گامی اساسی در شناخت وضع موجود و آینده صنعتی و مقدمه ای برای برنامه ریزی های استراتژیک و بلند مدت میباشد و صنعت ورزش نیز از این قاعده مستثنی نمیشد. لذا، تحقیق حاضر به شناخت قدرت رقابت پذیری صادرات کالاهای ورزشی ایران طی سالهای 2000-2010 میپردازد. تحقیق حاضر کاربردی بوده و به لحاظ روش جمع آوری آمار و اطلاعات، از نوع تحقیقات اسنادی است. داده های مربوط به صادرات کالاهای ورزشی ایران در طی سالهای 2010 و 2000 با استفاده از داده های تجارت بین الملل و بر اساس طبقه بندی کالاهای اساسی، در پنج گروه: کفش، پوشاک، انواع توپ، قایقهای تفریحی- ورزشی و کالاهای متفرقه استخراج و پس از پردازش با استفاده از شاخص مزیت نسبی آشکار متقارن و شاخص مزیت نسبی آشکار به وسیله نرم افزار اکسل مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که ایران در صادرات کفش و پوشاک ورزشی دارای مزیت رقابتی میباشد ولی در گروه کالایی قایقهای- تفریحی، توپ و سایر تجهیزات ورزشی دارای قدرت رقابتی نمیشد. لذا توجه بیشتر به بنگاه های اقتصادی در این بخش ضروری به نظر می رسد.

کلمات کلیدی:

رقابت پذیری، صادرات، کالاهای ورزشی، صنعت ورزش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/765262>

