



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

چالش ها و فرصت های اقتصادی صنعت ورزش در تایوان

چکیده :

صنعت ورزش در تایوان که به شدت تحت تاثیر توسعه ورزش جهان قرار دارد با رشد و چالش روز افزونی در طی سال های اخیر مواجه شده است. هدف این مقاله، توصیف و تحلیل محیط بازار فعلی و روند پیشرفت و توسعه در تایوان می باشد و در عین حال چالش ها و فرصت ها برای پیشرفت آینده معرفی می شود. ارتباطات کوتاه تنها بر اساس گزارش های رسمی، تجربه صنعت و مشاهده کاربردی برای توضیح عملکرد فعلی صنعت ورزش تایوان می باشد.

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: صنعت ورزشی ؛ ساخت؛ نوآوری؛ پیشرفت تکنولوژی؛ حفاظت از محیط زیست

1- مقدمه

در پاسخ به رشد همه بخش های صنعت ورزشی، ورزش های مرتبط با سلامت، بسیاری از دانشگاه ها در تایوان دارای برنامه و رشته مدیریت ورزشی کارشناسی و کارشناسی ارشد از زمان 1995 برای آموزش و آماده سازی منابع انسانی ذی صلاح می باشند. استعداد های پیشرفته و سطوح بالا با دیدگاه های بین المللی در زمینه های بازاریابی، تحقیق و توسعه، تولید و مدیریت با چشم انداز های ویژه در خصوص بازار جهانی نوظهور صنعت ورزش وجود داشته است. صنعت ورزش تایوان به دلیل نوآوری فناوری و کارافرینی خود شناخته شده است (1). امروزه تایوان نماد یک اقتصاد پر انرژی از طریق رقابت های سازنده است. برطبق گزارش رقابت پذیری جهانی 2010 ازاد شده توسط انجمن اقتصاد جهانی، تایوان در رتبه سیزدهم در مقیاس جهانی قرار گرفته است و از حیث عوامل نوآوری، در رتبه هفتم قرار می گیرد. اندازه صنعت ورزش تایوان 3.5 میلیارد دلار در 2011 بر طبق گزارش شورای توسعه اقتصادی و برنامه ریزی در تایوان می باشد. رشد صنعت کالاهای ورزشی توسط دو عامل تایید می شود. اولاً، زنجیره تامین موجب اطمینان از تولید و فروش کالاهای ورزشی می شود. دوماً، افزایش آگاهی عمومی در خصوص اهمیت سلامت و ورزش، موجب افزایش تقاضا و فروش شده است (3).

چون تایوان یک کشور پیشرو در زمینه پیشرفت فناوری اطلاعاتی می باشد، بسیاری از شرکت های تولیدی در زمینه طراحی و تولید محصولات جدید سرمایه گذاری کرده اند که موجب کیفیت بهتر ورزش، تجربه، شادی و ایمنی شده است. در نهایت این که این محصولات ارزش افزوده به یک روند اصلی در کالاهای ورزشی تبدیل شده اند.

بسیاری از کسب و کار های ورزشی با اندازه کوچک تا متوسط از زمان 1970 میلادی تشکیل شده اند و این موجب تشدید رقابت بازاری، افزایش کیفیت محصول و تحولات در خط تولید شده است. این دستاورد ها ناشی از تلاش های تولید کنندگان داخلی در معرفی فناوری های رقابتی خارجی می باشد که موجب ارتقای ظرفیت تولید و تحقیق و توسعه می شود. بسیاری از فعالیت های ورزشی در تایوان رایج می باشند. با در نظر گرفتن صنعت دوچرخه، یک زنجیره صنعت جامعه تشکیل شده است. همه فروشنده های اندازه کوچک و متوسط با یک دیگر برای ایجاد صنعت دو چرخه سواری غول پیکر در تایوان کار می کنند. به دلیل افزایش قیمت نفت و آگاهی محیطی زیستی، دوچرخه سواری به یکی از رایج ترین فعالیت های بیرونی تبدیل شده است. تایوان موسوم به پادشاه دو چرخه سواری، تولید بیش از 90 درصد دوچرخه کرده است. با پشتیبانی دولت، تولید کننده ها، زنجیره های خرده فروشی و بازاریابان همکاری کرده و بهشت دوچرخه را ایجاد کرده اند. به طور مشابه، سران باشگاه گلف، قایق بادبانی و تجهیزات ورزشی تولید کننده های اصلی در بخش کالاهای ورزشی می باشند. فروشندگان کالاهای ورزشی فناوری اطلاعات و ارتباطات را با هم ترکیب کرده و ویژگی ها و مزایای رقابتی خود را بهبود بخشیده اند.

2- چالش صنعت ورزش در تایوان

ساختار صنعت ورزش تایوان از دهه 1990 تغییر معنی داری را داشته است. پس از دوره نوآوری و یکپارچه سازی فناوری، صنعت ورزش چشم انداز جدیدی را به خود دیده است. با این وجود، در مقایسه با توسعه صنعت ورزش در امریکای شمالی، ارزش تولید کل صنعت ورزش تایوان، حدود 0.87 درصد تولید ناخالص داخلی را شامل می شود. توسعه آینده صنعت کل، با چالش هایی روبرو است. اولاً، هنوز ارتباط یکپارچه ای

بین شرکت های تولید کالاهای ورزشی و مشارکت در ورزش ها وجود ندارد. در صورتی که اثر منفی به روند فعلی خود ادامه دهد، اقتصاد داخلی تحت تاثیر قرار می گیرد. علی رغم افزایش زمان فراغت و درآمد در میان دانشجویان تایوانی، ورزش های مبتنی بر مصرف و سایر فعالیت های تفریحی از گزینه های محبوب در میان برخی شهر هاست. دیگر چالش مهمف اثر جابه جایی بر روی نیروی انسانی صنعت ورزش است. در دهه اخیر، دولت تایوان خود را وقف زیر ساخت های ورزشی نظیر مراکز ورزشی مهم کرده است. شیوه توسعه منابع انسانی بر طبق تقاضای صنعتی یک مسئله ضروری است.

به علاوه ادراک عمومی از ورزش در حوزه بدن سازی، مهارت های تمرینی و نیاز های سلامتی باقی مانده است. از این روی ساختار صنعتی فلی، یک رابطه هماهنگ را بین بخش های خصوصی و دولتی ایجاد کرده است و مدیریت دولتی نقش فعالی را ایفا نکرده است. توسعه شرکت های انتفاعی خصوصی، با مدیریت دولتی محدود می شود. در این صورت، مدیریت نهاد های خصوصی تحت محدودیت های حقوقی مخلف نظیر قانون ساخت و کسب و کار قرار دارد. به این ترتیب، وقی که متخصصان بقای کس و کار را یک اولویت می دانند، آن ها خود را وقف نیروی انسانی متخصص، پیکر بندی نرم افزار و سخت افزار می نمی کنند به این ترتیب افراد نمی توانند از محصولات ورزشی با کیفیت در تایوان بهره مند شوند.

3- نوآوری موجب اطمینان از مزیت کسب و کار می شود

با پیشرفت های صنعتی پیشرفته، تایوان پیشرفت زیادی را در یکپارچگی فناوری در سال های اخیر داشته است از جمله فناوری اطلاعات، ارتباطات و الکترونیک مصرف کننده. و این زمینه را برای کاربرد پیشرفته در صنعت کالاهای ورزشی هموار کرده است. به علاوه، تولید کننده های تایوانی می توانند به طور انعطاف پذیری، کالاهای ورزشی را در سبک های ورزشی، قیمت ها و حجم های مختلف ارائه کنند. تولید کنندگان تایوانی که به سلاح فناوریمجهز هستند، یکی از پیش گامان صنعت تولید کالاهای ورزشی محسوب می شوند. موفقیت تایوان در تقویت صنعت شامل راهبرد های مورد نیاز برای توسعه بازار جهانی است. در این دوره

دوچرخه، کالاهای مورد نیاز بیرونی و صنایع تجهیزات بدن سازی توسعه بسیار زیادی داشته است. و از این روی توسعه محصولات نوآوری برای رفع انتظارات بازاری و افزایش فروش جهانی مطلوب است.

4- دیدگاه حفاظت محیطی برای صنعت ورزش

مسائل مصرف انرژی و گرمایش جهانی، موجب شده است تا افراد به محیط طبیعی نزدیک تر شود. روند تحقیق و توسعه مواد سازگار با محیط زیست بر ویژگی های غیر سمی، ارکانیک و زیست تجزیه پذیر تاکید دارد. به علاوه، علی رغم ابعاد گسترده در صنعت ورزش، ارزش اصلی این صنعت در این است که مصرف کننده ها، سلامت روحی و جسمی را دنبال می کنند. از این روی وقتی که روند تغییر می یابد، این چرخه می تواند مطلوب باشد و بسیاری از شرکت ها مجهز به مسئولیت پذیری حفاظت محیطی می باشند و با قوانین فعلی محدود نمی شوند.

5- نتیجه گیری و پیشنهادات

صنعت ورزش یکی از سریع ترین بخش ها در دنیا است. با افزایش درآمد و طیف وسیعی از فعالیت های ورزشی همراه با افزایش آگاهی از سبک زندگی سالم و ورزش، مصرف کننده ها زمان و پول بیشتری را صرف بهره گیری از فعالیت ها می کنند.

چین یکی از بزرگ ترین کارخانه های جهان بوده و صادرات کالاهای ورزشی آن به بیش از تایوان رسیده است. با این حال بخش زیادی از کالاهای صادراتی از کارخانه های تایوانی هستند. تولید کنندگان تایوانی بر تقسیم کار بین المللی تاکید داشته اند. از طریق همکاری نزدیک و یکپارچه سازی نزدیک با شرکت های دیگر، آن ها تلاش می کنند تا تصویر برند را بهبود بخشند.

در بازار کالاهای ورزشی جهان، سهم نام برند پیشرو به شدت توسعه یافته است. حجم کل فروش ده برند برتر دنیا کم تر از 20 درصد بازار جهان بوده است. با این حال این وضعیت در آینده تغییر می کند. برندهای مشهور نظیر نایک، ریبوک و ادیداس، با مزیت تصویر برند، موجب توسعه بازارهای تولید شده است. در عین حال آن ها از OEM و ODM برای جمع آوری محصولات با کیفیت بالا با قیمت رقابتی برای فروش تحت

برند نام استفاده می کند. توان مالی تایوان بازار های جدیدی را ایجاد کرده است که خدمات پس از فروش را
ارایه می کند. از این روی پیش بینی می شود که شرکت های بزرگ در بازار قوی تر و بزرگ تر شوند(4).

در مواجهه با روند فوق، تولید کنندگان تایوان تحقیق و توسعه داخلی و بازاریابی محصولات پیش رفته را
افزایش داده اند. فعالیت ها و ارزش مشتق صنعت ورزش جهانی، نشان دهنده رشد زیادی بوده است. در پاسخ
به دوره عصر اقتصادی، تایوان از قابلیت مهندسی بالای خود برای کشف فرصت های نوظهور در صنعت ورزش
وجود داشته است. بر اساس محیط طبیعی متنوع و زیبا، تایوان یک مسیر ایده ال برای توسعه ورزش است. بر
عکس، فناوری های تولید و کار با کیفیت بالا موجب ایجاد فرصت های کسب و کار زیادی برای عرضه کننده
ها و خریداران شده است. مشارکت در فعالیت های ارتقای بین المللی و ارتباط تولید کنندگان مختلف به
بهبود مزیت های رقابتی کمک کرده است. و از این روی صنعت به فعالیت های مشارکتی در بازار روی آورده
است.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی