

ردیف	شاخص های ارزیابی ، حضور در جشنواره و جایزه بین المللی برند ورزشی	امتیاز	جمع
	 فعالیت موثر در تحقیق و توسعه (R&D) Research and Development دارا بودن گواهینامه های معتبر مدیریت تضمین کیفیت و استاندارد سهم بودجه پژوهش نسبت به بودجه تبلیغات و دوره های تخصصی برگزار شده در حوزه ارتقاء بهره وری میزان همکاری با مراکز پژوهشی و دانشگاهی و حمایت از مخترعین و نخبگان علمی و پایان نامه های تحصیلی صنعت ورزش ارائه مقالات علمی در کنفرانسهای علمی بین المللی در خصوص توسعه صنعت ورزش و برندینگ و بکارگیری و اشتغال متخصصان و فارغ التحصیلان صنعت ورزش		
1		3 3 2 2	10
2	عضویت فعال در اتحادیه ، انجمن ها ، سندیکاها ، کانونهای صنفی صنعت ورزش داشتن رسانه ورزشی برای اطلاع رسانی صحیح و به موقع صنعت و رویداد ورزشی	2 2	4
3	دارا بودن نشان و یا جوایز معتبر و مدال قهرمانی در سطح ملی در سطح بین المللی (آسیا ، المپیک و پارالمپیک و جام جهانی و ...)	3 4	7
4	رعایت الزامات مدیریت زیست محیطی (ISO 14001) و سیستم مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه ای در باشگاهها (ISO 45001) و سیستم مدیریت یکپارچه (IMS) و اجرای جامع مطالعات سیستم مدیریت محیط زیستی (EMP & EMS) و استاندارد GMP نقش ورزشکاران و برند های ورزشی در ارتقاء نام ، نشان و پرچم پر افتخار جمهوری اسلامی ایران در سطح ملی ، منطقه ای و بین المللی	2 3	5
5	اخذ تقدیر نامه ها و استانداردها از دستگاه متولی (اخذ گواهینامه های استقرار نظام ایمنی و بهداشت محیط زیست) و توجه به ماده 123 قانون برنامه پنج ساله ششم و بند 5 سیاست های کلی کشور در بخش محیط زیست ابلاغی مقام معظم رهبری در صنعت ورزش	4	4
6	میزان صادرات و تعداد اشتغال بکار در سازمان (کارآفرین ارزش آفرین) ، استخدام و جذب معلولین و استفاده از باتوان در سطح مدیریتی انجام طرح های توسعه ای قابل قبول در سازمان با رویکرد کارآفرینی و ایجاد اشتغال پایدار در صنعت ورزش و نگاه ویژه به برندهای پزشکی ورزشی	2 2	4
7	خلاقیت ، نوآوری و ثبت اختراع ، دستاوردهای نوین و تکنولوژی برتر برای ارتقاء سیستم مدیریت کیفیت در صنعت ورزش (نقش نوآوری در تولید در فرایند برند سازی و توجه به ملاحظات زیست محیطی) مکمل های غذایی ، ورزشی ، لاغری و آب معدنی و نوشیدنی سالم و نوآوری در تولید بر پایه دانش Knowledge based production	5	5
8	فعالیت های بشردوستانه و داوطلبانه ، عام المنفعه و اقدامات موثر و هدفمند و نقش و توسعه برند سازمانی در تبلیغات در راستای مسئولیت اجتماعی سازمانی (CSR (Corporate Social Responsibility) فعالیت در توانمند سازی و ظرفیت سازی بچه های مناطق محروم و برگزاری رویداد های با محوریت خیریه ، مدرسه و ساختن مساجد و اماکن فرهنگی و کمک به کودکان کار و بیماریهای خاص و ... و رعایت ایزو 26000	4	4
9	استقرار نظام مدیریت سبز و کاهش میزان مصرف منابع (آب ، برق و سوخت ، انرژی و پسماند) و استقرار ایزو 50001 و استاندارد (LEED) در فدراسیون ها ، باشگاه ها ، انجمن ها و هیات های ورزشی (ورزش سبز و پاک)	4	4
10	رویکرد دانش بنیان و استارتاپ و ایجاد کسب و کار مبتنی بر مزیت رقابتی با رویکرد حفظ محیط زیست (باشگاه سبز ، فنار سبز ، محصول سبز ، تولید سبز ، پروژه سبز ، بهره وری سبز ، سالن ورزشی سبز و فدراسیون و باشگاه مسئولیت پذیر)	4	4
11	حضور و حمایت از محافل ورزشی و آینده نگری داشتن باشگاه ورزشی و حمایت گری از صنعت ورزش و تولید کننده صنعت ورزشی (کفش ، پوشاک ، کفپوش ، چمن طبیعی و مصنوعی ، تجهیز کننده سالن های ورزشی و ...)	4	4
12	نگاه مدیران ، ورزشکاران و تولید کنندگان برای موفقیت در بازارهای جهانی و تسخیر حداکثری از سهم بازار صنعت ورزش	3	3
13	استفاده از دستگاه های EMS (تحریک الکتریکی عضلات) و علمی نمودن و استاندارد سازی آموزش ورزش در آن	2	2
14	رعایت ضوابط و مقررات شیوه های برند سازی در فرایند تولید ، عرضه ، صادرات و واردات و داشتن مشاور برند ، خلاقیت و نوآوری در تبلیغات و اطلاع رسانی و داشتن رنگ سازمانی مشخص ، طراحی لوگو و شعار سازمانی مرتبط با حوزه فعالیت وتوین برنامه ریزی استراتژیک برای مدیریت و توسعه برند سازمانی تدوین برنامه مستمر تحقیقات بازار مبتنی بر جایگاه برند و تحلیل وضعیت رقبای تجاری در ایجاد و توسعه برند و حرکت به سمت برند سبز بعنوان برند خلاق و متمایز با بقیه رقبا	8	8
15	استفاده و حمایت از تولید و کالای ایرانی اجرای موفق پروژه های بزرگ ملی با استفاده از ظرفیت و تخصص دانش بومی و ملی بر طبق اسناد موجود پیاده سازی و انجام پروژه های شاخص سلامت روح و روان جامعه مرتبط با سیاست های ابلاغی اقتصاد مقاومتی بر طبق بند 24 مرتبط	4 3 4	11
16	پیاده سازی سیستم های ارتباط با مشتری و ایجاد باشگاه مشتریان و رضایت مندی مشتریان (CRM) و ایزو 10004 در باشگاه ها ، فدراسیون ها ، انجمن ها و هیات های ورزشی و آگاهی بخشی به جامعه هدف با محوریت سلامت در خصوص استفاده از مکمل ها و انرژی های سالم و تولید داخلی	5	5
17	توجه و گسترش اقتصاد سبز (استفاده از انرژی های پاک ، مدیریت پسماندها ، مدیریت بازیافت ، بهینه سازی الگوی مصرف آب و ترویج مواد سوختی سازگار با محیط زیست و استفاده از حمل و نقل سبز و افزایش بهره وری و تعالی سازمان)	6	6
18	نهادینه سازی اصل 50 قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (حفاظت از محیط زیست) در منشور سازمانی و ارتقاء و گسترش اخلاق و فرهنگ زیست محیطی مدیران و کارمندان سازمان ، باشگاهها و فدراسیونها	3	3
19	استقرار دفتر محیط زیست یا واحد (HSE (Health, Security, Environment و ارائه اظهار نامه زیست محیطی محصول (EPD) و انجام مطالعات ارزیابی اثرات محیطی (EIA)	3	3
20	سرمایه گذاری و استفاده از حمل و نقل سبز و پاک با رویکرد سازگار با محیط زیست در فدراسیونها و باشگاه های ورزشی (خودرو برقی ، هیبریدی ، موتورسیکلت و دوچرخه و اسکوتر برقی)	4	4
21	جمع امتیاز	100	100

