

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر برندسازی قدرتمند بر عملکرد شرکتهای صنعت پوشاک

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

جعفر دارابی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

محمد باشکوه اجیلو - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

## خلاصه مقاله:

شاید بتوان گفت صنعت نساجی و پوشاک یکی از بزرگترین و با اهمیتترین صنایع جهان است و با گردش مالی فوق العاده و قدرت اشتغال زایی بی همتای خود مورد توجه بسیاری کشورها و اقتصادهای بزرگ دنیا می باشد. امروزه اهمیت برندسازی برای کسب مزیت در بازارهای تجاری، افزایش اعتبار و درآمدزایی بر کسی پوشیده نیست، اما با این حال براساس آمار منتشرشده، برندینگ ایران در بین کشورهای «منا» (منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا) در رتبه ۷۱ قرار گرفته است و این نشان از عدم توجه به این مقوله است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی میباشد و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر میدانی می باشد. با توجه به هدف پژوهش حاضر، شرکتهای صنعت پوشاک به تعداد ۱۹۰۰ شرکت بعنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده است. نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۳۲۰ شرکت بعنوان نمونه آماری برآورد شد و در نهایت برای پیشگیری از افت تعداد، برای اطمینان بیشتر و برگشت پذیری پرسشنامه ها حجم نمونه به تعداد ۳۲۵ شرکت تعیین گردید. روش نمونه گیری در این مرحله به روش تصادفی طبقه ای صورت پذیرفت. نتایج پژوهش همسو با ادبیات مورد مطالعه، نشان می دهد که ایجاد یک برند قدرتمند مستلزم تعهد سازمان به مشتریان و عرضه خدمات سریع به مشتریان میباشد. هم چنین مشتری مداری عاملی کلیدی در فرهنگ کسب و کار است. برندسازی باعث افزایش سهم بازار، افزایش سودآوری و بهبود دارایی های ارزشی برای یک سازمان میشود. از دیگر سو نتایج پژوهش نشان داد که مقوله عملکرد شرکت در برندسازی قدرتمند و قوی در صنعت پوشاک تاثیرگذار است. به بیان دیگر می توان گفت که با توجه به گسترش فناوری و امکانات، شرکتهای تولید پوشاک نیز با تبلیغات گسترده برند خود در پی ثبات بین افراد هستند و در این میان شرکتهایی موفق ترند که روشهایی را برای وفاداری مشتریان به برند خود داشته باشند.

## کلمات کلیدی:

برندسازی؛ برند قدرتمند و قوی؛ عملکرد شرکت؛ صنعت پوشاک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1275543>

