

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر خلق برند قوی در صنعت مد و پوشاک

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

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:

صنعت پوشاک یکی از صنایع مهم و جهانی است. تقریباً هرملتی درجهان، صرف نظر از مراحل توسعه اقتصادی، مشغول تولید و تجارت پوشاک است. توسعه صنعت پوشاک سرانجام به رشد سایر صنایع تولیدی نیز کمک می کند. با وجود جمعیتی در حدود ۸۳ میلیون نفر در کشور که بیش از نیمی از آن را جوانان تشکیل می دهند، یکی از بهترین فرصتها برای پیشرفت هرصنعتی، به خصوص صنعت نساجی و پوشاک است. کافی است تولیدکنندگان ایرانی به این موضوع که جوانان پیرو مد و تنوع طلب هستند، توجه کنند؛ و در صورت ایجاد و تقویت برندهای ملی در این بخش، بازار مصرف آنها تضمین شده خواهد بود و میتوان این نیاز را از داخل کشور تامین کرد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می باشد 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 در برندسازی قدرتمند و قوی در صنعت پوشاک مقوله ملاحظات سیاسی بسیار تاثیرگذار است. از این رو باید گفت که برندسازی صنعتی میتواند با مقاصد سیاسی-اجتماعی-جهت حفظ حقوق گروه های آسیب پذیر جامعه و یا حتی کل جامعه انجام شود. از دیگر سو یک برند دارایی است که نه تنها برای شرکت ارزش ایجاد می کند بلکه یک ارزش ذاتی را نیز برای مصرف کننده ایجاد میکند. برندسازی نیز برای یک شرکت نیز بسیار مهم است زیرا نه تنها جلوه ای به یادماندنی ایجاد می کند، بلکه نحوه درک آن می تواند بر موفقیت آن تاثیر بگذارد.

کلمات کلیدی:

خلق برند؛ برند قوی؛ صنعت مد و پوشاک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1275544>

