

## عنوان مقاله:

توانمندسازی شرکت های زودبازده پوشاک در ایران و ارزیابی عوامل موثر بر برند آنها

## محل انتشار:

کنفرانس ملی مهندسی نساجی، پوشاک و مد (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

علیرضا حسین پور کاسگری - استادیار، گروه مهندسی نساجی و پوشاک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران

علیرضا خوران - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مهندسی نساجی و پوشاک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران

پیمان ولی پور - دانشیار، گروه مهندسی نساجی و پوشاک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قائمشهر، قائمشهر، ایران

## خلاصه مقاله:

حمایت از ایجاد و توسعه شرکت های کوچک و متوسط اقتصادی یکی از اولویت های مهم و اساسی در برنامه توسعه اقتصادی اکثر کشورهای است. امروزه صنعت نساجی در ایران با مشکلات فراوانی دست و پنجه نرم می کند. از جمله این مشکلات عدم وجود برند و نام و نشان تجاری مطلوب به ویژه پوشاک ایرانی می باشد. بدیهی است که صنعت نساجی کشور بدون داشتن برند معتبر نمی تواند در صادرات سهم چشمگیری داشته و جایگاهی در بازار جهانی پیدا کند. لذا در این راستا پژوهش حاضر با مطالعه منابع موجود در این زمینه با استفاده از روش کتابخانه ای و اسنادی و تحقیق میدانی با هدف توانمندسازی شرکت های زودبازده پوشاک در ایران و ارزیابی عوامل موثر بر برند آنها، سعی در ارائه راه کارهای جدیدی به جهت شناسایی و تقویت و رفع مشکلات پیش روی این صنعت، دارد. نتایج این بررسی نشان داد که عوامل موثر بر ایجاد نام و نشان تجاری که در قالب 5 زیرمقیاس کیفیت درک شده محصول، تدوین ارزش ها، اجرای برنامه ها و فعالیت های بازاریابی، سنجش و اندازه گیری عملکرد، مدیریت و حفظ ارزش برند، می توانند بر روی توانمندسازی شرکت های زودبازده پوشاک در ایران تاثیر مثبت و معناداری داشته باشند که بایستی مد نظر مدیران و تولیدکنندگان و عرضه کنندگان صنایع پوشاک در ایران قرار گیرد.

## کلمات کلیدی:

توانمندسازی، شرکت های زودبازده، پوشاک، برند

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914493>

