

## عنوان مقاله:

بررسی مراحل ظهور و سقوط برندهای ورزشی در ایران

## محل انتشار:

دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم پایه و فنی و مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

محمدسعید کیانی - کارشناس ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

لیلا نظری - کارشناس ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

لیلا شهبازیور - کارشناس ارشد، گروه مدیریت ورزشی دانشگاه شاهرود

## خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی مراحل ظهور و سقوط برندهای ورزشی در ایران میباشد و قصد بر این است با بررسی کردن تاریخچه برندهای ورزشی ایران به نتایج مطلوبی دست یابیم. روش این تحقیق تحلیلیست و با بررسی پیشینه پژوهشی موجود به دنبال بررسی مراحل ظهور و تاسیس برند ورزشی در ایران و دلایل سقوط و معروف نشدن برندهای ورزشی بومی کشور میباشد که با مراجعه به اسناد و مدارک و تحقیقات و مقالات پیشین در زمینه برند ورزشی و مطالعات و توضیحات لازم در زمینه انواع برند، استراژدی برند و روش نامگذاری آن، ارزش ویژه برند ورزشی و انواع برندهای ورزشی در ایران و مطالعات کتابخانهای و با جمع آوری اطلاعات در زمینه نحوه شکل گیری برندهای ورزشی ایرانی و تحقیق در زمینه تاریخچه تاسیس برندهای ورزشی ایرانی و موسس آن برند و نحوه تاسیس برند ورزشی در ایران و از طریق مشاهده استقبال ورزشکاران از برند ورزشی بومی و میزان استفاده آنها صورت گرفته است. در کشور ایران تعداد محدودی برند ورزشی وجود دارد که هر کدام از آنها دارای مراحل ظهور مختلفی میباشد. مجید تنها برند ایرانی در عرصه پوشاک ورزشی است که توانسته در عرصه رقابت با برندهای معتبر دنیا در بازار پوشاک ورزشی به رقابت پرداخته و گام به گام با آنها قدم بردارد و در بیشتر موارد نیز پیشتر از آنها باشد، اما سایر برندها موفقیت چشمگیری نداشته حتی میتوان اظهار نمود که هنوز در میان عموم مردم ناشناخته اند و محبوبیت چندانی ندارند. به نظر میرسد یکی از اصلی ترین علل سقوط برندهای ورزشی در کشور عدم حمایت دولت و همچنین عدم حمایت ورزشکار میباشد و متأسفانه ورزشکاران اکثراً تمایل به پوشیدن لباسهای ورزشی مارک خارجی دارند.

## کلمات کلیدی:

ایران، برند ورزشی، ظهور، سقوط.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/980708>

