

۷۵۶۸۷۵۶

بازار



اندازه بازار کسب و کار مزون های لباس در ایران

www.ketab.ir

مؤلف:

پگاه محبوبی



سرشناسه	محبوبی، پگاه، ۱۳۹۵ -
عنوان و نام پندآور	نگاهی به اندازه بازار کسب و کار مزون‌های لباس در ایران/ مولف پگاه محبوبی.
مشخصات نشر	تهران: امیران، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۱۲۰ ص.؛ مصور، جدول‌نمودار.
شابک	978-600-8092-49-0
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	پوشاک -- ایران -- صنعت و تجارت
موضوع	Clothing trade -- Iran
موضوع	پوشاک -- ایران -- تاریخ
موضوع	Clothing and dress -- Iran -- History
موضوع	مد -- ایران -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	Fashion -- Social aspects -- Iran
موضوع	مد -- تاریخ
موضوع	Fashion -- History
موضوع	بازاریابی مد
موضوع	Fashion merchandising
رده پندی کنگره	HD۹۹۴۰ / ۳۱۳۹۵
رده پندی دیویی	۶۲۸/۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۴۳۱۶۰۰۹

نام کتاب: اندازه بازار کسب و کار مزون‌های لباس در ایران

مؤلف: پگاه محبوبی

ناشر: انتشارات امیران

چاپ اول: تابستان ۱۳۹۵

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۹۲-۴۹-۰

طراحی جلد و صفحه آرایی: افشین امیری بهقدم

قیمت کتاب: ۲۹۹۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، خیابان ولیعصر (عج)، روبروی درب اصلی پارک ملت، ساختمان صورتی،

پلاک ۲۶۶۵ طبقه دوم، واحد ۱۷ تلفن‌های تماس: ۲۲۰۱۲۳۰۴ - ۲۲۰۱۶۱۴۱

پست الکترونیکی: amiranbooks@yahoo.com

فروشگاه اینترنتی: www.amiranbooks.com

ناشر از حمایت‌های مالی برند **Ajou (آجو)** در چاپ و انتشار این کتاب تقدیر و تشکر می‌نماید.

برابر قانون حمایت از مولفین و مترجمین، کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است. استفاده یا کپی از قسمت‌هایی یا بخش‌هایی از این کتاب به هر صورت، منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هر گونه تکثیر و نسخه برداری کاذب، الکترونیکی و کپی یا تصویربرداری از این کتاب به هر صورت و شکلی، شرعاً و قانوناً ممنوع و قابل پیگرد قانونی است. کپی برداری الکترونیکی از این کتاب و استفاده از آن در شبکه‌های داخلی سازمان‌ها شرعاً و قانوناً حرام و قابل پیگرد قانونی است.



مقاله مؤلفین

دنیای توسعه متناسب با شرایط خاص سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشورها، در هر زمانی دارای مزیتها و جهت گیریهای خاص می گردد. این جهت گیری ها گاهی در سطح ملی است و کشوری متناسب با شرایط خاص خود، حوزه و جهت خاصی را در جریان توسعه کشور دارای مزیت و اولویت می داند و بسیج و عزم ملی برای پیشبرد آن هدف اعلام می کند. گاهی نیز در سطح بین المللی است که به تبع و به سبب بروز جریانها و اقداماتی بین المللی تحقق پیدا می کند و این جریان به تدریج در همه کشورها ساری و جاری می گردد. جریان بین المللی توسعه نیز از عصر و پارادایم کشاورزی شروع گردیده است و اکنون به عصر دانش و آگاهی رسیده است و در آینده ای نزدیک به عصر فرهنگ و جهان فرهنگی خواهد رسید. بسیاری از کشورها نیز در کش و قوس تطابق خود با این جریانها هستند. یکی از مهمترین این پارادایمها، عصر صنعت است که بسیاری از کشورهای دنیا از جمله ایران عزیزمان در این برهه قرار دارند. ویژگیهای بارز و اصلی عصر صنعت را می توان در چند مورد بیان نمود:

- ۱- تولید محصول در مقیاس انبوه
 - ۲- اشتغال زایی و حضور نیروی انسانی متعدد در سطوح مختلف
 - ۳- گردش اقتصادی بزرگ و مطلوب
 - ۴- داشتن استراتژی، نقشه راه و برنامه توسعه ای (هوشمندی استراتژیک)
 - ۵- پویایی، تحقیق و توسعه محصول در دوره های متوالی
- اگر مجموع این نگاه ها به محصولی معطوف گردد، آن محصول وارد چرخه صنعتی شدن خواهد شد. پوشاک و لباس نیز به دلیل برخورداری از تمام ویژگیهای فوق از یک طرف و داشتن زنجیره کامل ایده تا بازار از طرف دیگر و همچنین ماهیت فرهنگی و ارزشی آن، توان و قابلیت کامل صنعتی شدن البته تحت مجموعه بزرگ صنایع فرهنگی را دارد. صنایع فرهنگی صنایعی هستند که از پیوند صنعت و فرهنگ ایجاد می گردند و طبق آمار رسمی سازمان یونسکو، شامل ۱۳ مورد می گردد که یکی از مهمترین آنها، صنعت مد و طراحی و پوشاک است.

کتابی که پیش رو دارید در پی آن است تا ضمن بررسی و تحلیل کسب و کار بسیار مهم و جذاب به مزون در ایران، اطلاعات آماری و عددی مربوط به این کسب و کار را به تفکیک جنسیت، محصولات و منابع تامین در اختیار شما خوانندگان گرامی قرار بدهد تا از این طریق زمینه ی حضور علاقمندان و افراد مشتاق در این کسب و کار فراهم گردد.

ضمن تشکر از همه ی دوستانی که اینجانب را در تهیه این کتاب یاری نمودند، امیدواریم این کتاب خالق تکتانهای استراتژیک برای شما خواننده گرامی باشد. به امید روزی که جمله MADE IN IRAN خود گوایی کیفیت محصولات و خدمات کشور عزیزمان ایران باشد.

پگاه محبوبی

تهران - شهریور ۱۳۹۵

فهرست مطالب

- ۱- مقدمه و مرور تاریخچه آشنایی کلی با این کسب و کار ۷
- ۱-۱ تاریخچه ۸
- ۱-۲ انواع مد ۹
- ۱-۳ مد در ایران ۱۱
- ۱-۴ آیا نوع پوشش در جلسات حضوری و کسب و کار موثر است؟ ۱۲
- ۱-۵ نقش پوشش مناسب در پیشرفت کسب و کار ۱۵
- ۱-۶ چگونه طرز پوشش بر نحوه کارتان تاثیر می‌گذارد؟ ۱۷
- ۱-۷ برندینگ در طراحی مد و لباس ۱۹
- ۲- برخی از تحولات مهم طراحی مد و لباس در ایران ۲۲
- ۳- رازهای موفقیت در فروشگاه‌های لباس و مزون‌داری ۳۲
- ۴- بررسی و تحلیل نقاط قوت، ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی این کسب و کار (SWOT) ۳۷
- ۴-۱ نقاط قوت: (Strengths) ۳۸
- ۴-۲ نقاط ضعف: (Weaknesses) ۴۰
- ۴-۳ فرصت‌ها (Opportunities) ۴۱
- ۴-۴ تهدیدات (Threats) ۴۲
- ۵- برآورد و پیش‌بینی اندازه بازار مزون‌های مردانه و زنانه در ایران ۵۰
- ۶- کاربردهای فناوری نانو در پوشاک ۶۵
- ۷- معیارهای مد و لباس از دیدگاه ایرانی-اسلامی ۶۶