

عنوان مقاله:

بررسی اهمیت برآورد اندازه بازار در مدیریت کسب و کار

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسنده:

سید آرش رضازاده - مدیر سرمایه گذاری خارجی، شرکت نفت پارس خاورمیانه

خلاصه مقاله:

از جمله مسائل مهم در موفقیت یک کسب و کار، آشنایی با اصول اولیه تاسیس و به دست آوردن اطلاعات لازم برای پیشبرد اهداف می باشد. تحقیقات بازار با جمع آوری و تحلیل داده های ضروری در خصوص رقبایان، پتانسیل بازار و نیاز مشتریان، می تواند تغییرات مهمی را در برنامه و اهداف نهایی یک کسب و کار ایجاد کرده و با معین نمودن خطرات، سرمایه مورد نیاز و ویژگی های مطلوب محصول یا خدمت از نگاه مشتریان به پایداری و توسعه پذیری کسب و کار کمک کند. هدف از این پژوهش بررسی اهمیت مطالعات بازار و روش های انجام این تحقیقات برای دستیابی به نکات مهم و ضروری در پیشبرد اهداف است.

کلمات کلیدی:

اندازه بازار، کسب و کار، تحقیقات بازار، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1497602>

