

عنوان مقاله:

مراحل نوآوری بازار: تعادل ثابت و متغیر

محل انتشار:

اولین همایش ملی علوم اجتماعی، علوم تربیتی، روانشناسی و امنیت اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

احمد قبادی الوار - هیئت علمی گروه مدیریت، واحد خرم آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم آباد، ایران

سعید میر - هیئت علمی گروه مدیریت، واحد خرم آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، خرم آباد، ایران

حسین تقدسی نیا - دانشجوی کارشناس ارشد مدیریت بیمه گرایش بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق

خلاصه مقاله:

این مقاله در مراحل نوآوری بازار، تلاش در بیان نوآوری بازار و بیان مراحل ایجاد نوآوری دارد. توجه اخیر به تولیدات فعال و پیشنهادهای بازارمراحل غیر قابل پیش بینی نسبت به موارد ثابت بازار هستند. این بیانگر تعریفی وسیع تر از نوآوری بازار نسبت به بازارهای جدید است. بطور کلی نوآوری بازار به معنای انتخاب راهی برای تجارت است. تصور بازار به عنوان مراحل پیشرفته نشان می دهد که تلاش ثابت (بازار را تعطیل یا تغییر می دهد) و برای نوآوری بازار مهم است. این تلاش پایدار شامل انتشار و کسب شبکه ای پیچیده از خریداران، فروشندگان و کالاهاست و در راستای سهام فردی چهار راه ثابت فروش تعریف می شود. ایجاد قوانین حالات، ساخت ابزار و ساختارهای تکنیکی، تولید و پخش مدل ها و نمونه ها، وضع کردن عادات و رفتارهای بازاری نتیجه می گیریم که با سوق دادن توجه ها به چالش مرکزی بازار را تغییر می دهد.

کلمات کلیدی:

نوآوری بازار، فرآیند بازار، پویایی بازار، ثبات بازار، روبه بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/672724>

