



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

فروپاشی عمودی محصول و ظهور بازار برای برندها

عنوان انگلیسی مقاله :

Vertical disintegration of production and the rise of
market for brands



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

4. Conclusions: market for brands and entrepreneurial opportunities

Vertical disintegration leads to the emergence of a market for brands. We view a market as a place where the sellers of a particular good or service can meet with the buyers and where transactions can potentially take place. In our case, brands are sold, acquired and resold (e.g. Nike, the largest player in the sporting goods industry bought Hockey brand Bauer in 2004 and sold it in 2008) through trademark transactions. We have shown that this phenomenon is manifest at the global level but it remains unclear in terms of fine grained data. In general, entrepreneurial opportunities are the outcome of changing circumstances (Eckhardt and Shane, 2003). Increasing vertical disintegration is one factor that reduces barriers of entry, facilitating access to technology and other strategic factors and creates thus opportunities for new venturing. Moreover, intangible assets such as brands should facilitate market entry for entrepreneurial firms (Williams et al., 1991). While our study does not uncover if the emergence of a market for brands is related to entrepreneurial dynamics (such as an increase of entry rates), we can not exclude that small and entrepreneurial firms do not participate in the market for brands. Given the high number of transactions it is unlikely, that the phenomenon is the result of exclusive trading by large firms. The existence of a substantial market of brands can be seen as a signal for the existence of entrepreneurial behavior. Moreover, previous research suggests that new market entry with intangible assets such as a brand increases the survival probability of the new entrants (Williams et al., 1991). Every time a brand is bought or sold creates multiple opportunities for future entrepreneurial behavior (Timmons, 1994).

4. نتیجه گیری: بازار برای برندها و فرصت های کارآفرینی

فروپاشی عمودی منجر به پیدایش بازار برای برندها می شود. ما به بازار به عنوان مکانی نگاه می کنیم که فروشندگان به خاطر یک کالا یا خدمت خاص می توانند با خریدار و جایی که معاملات می تواند به صورت بالقوه انجام شود، رو به رو می گردد. در نمونه های انتخابی ما، برندها از طریق معاملات علایم تجاری فروخته شده، به دست آمده و دوباره فروخته شده اند. (مانند نایک که بزرگترین بازیگر در صنعت کالاهای ورزشی است که برند هاکی را در سال 2004 خرید و آن را در سال 2008 فروخت). ما نشان داده ایم که این پدیده در سطح جهانی ظاهر می شود، اما در عبارتی از داده های ریز، ناواضح باقی می ماند. به طور عمومی، فرصت های کارآفرینی، نتیجه شرایط و اوضاع در حال تغییر است. فروپاشی عمودی فزاینده یک عاملی است که موانع را برای ورود کاهش می دهد و دسترسی به تکنولوژی و دیگر عوامل استراتژیک را تسهیل می کند و سپس فرصت هایی برای اقدام به کار جدید را ایجاد می کند.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.