

عنوان مقاله:

مدلهای کسب و کار

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

فرید خوش الحان - دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

خلاصه مقاله:

با ظهور اینترنت و گسترش فناوری اطلاعات مبانی کسب کار متحول شد و محور ارزش آفرینی در اقتصاد اطلاعات شد این تغییر باعث شد که نوع نگاه به کسب و کار برنامه ریزی و هدایت آن هم دچار تحول شود ویژگیهای کلیدی زیردر این فضای جدید کسب و کار مطرح هستند: از طریق جمع آوری پردازش، نگهداری و توزیع اطلاعات به میزان وسیعی ارزش آفرینی می شود موفقیت در ارزش آفرینی براساس بهره برداری از قدرت شبکه های فناوری اطلاعات و رسانه های جدید است. در تدوین استراتژی مدیریت بنگاههای اقتصادی و مدیریت فناوری همسو می شوند رقابت نه در یک چرخه زمانی بلکه بصورت بلادرنگ است و با مشتریان و بازارها ارتباطی مستمر و پایدار وجود دارد موانع کمی - نزدیک به صفر برای ورود تازه واردین وجود دارد در نتیجه به دلیل هزینه های پایین ورود به این عرصه فشار رقابتی بالایی وجود دارد. برخلاف کسب و کار سنتی که برنامه ریزی منابع حول زنجیره تامین انجام می شود منابع براساس تقاضا مشتریان، بازارها، گرایشها، و نیازها سازماندهی می شود اغلب روابط با مشتریان و بازارها از طریق کانالها و تعامل رو به رو با صفحه نمایش اداره می شود این امر بدین معناست که بجای کاربر فناوری این روابط را شکل داده و مدیریت می کند.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/102913>

