

## عنوان مقاله:

زنجیره ارزش و مدل های کسب و کار تلویزیون موبایل

## محل انتشار:

اولین کنفرانس خدمات ارزش افزوده تلفن همراه در ایران (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

لیلا مغاریان راد - سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران - اداره کل جهاد خود کفایی

## خلاصه مقاله:

رشد و بالندگی هر موجود زنده، مستلزم سازگاری با اکوسیستمی است که در آن نفس می کشد. بنابراین بدون درک روشنی از ماهیت پدیده ها و اکوسیستمی که بر آن ها محیط است، نمی توان پدیده ها را تحلیل کرد و شناخت. پدیده های فن آورانه و اقتصادی، اجتماعی نیز از این منطق مستثنا نیستند و اگر شرایط مناسبی در اکوسیستم اقتصادی و اجتماعی و فن آوری وجود نداشته باشد، به وجود نمی آیند یا پس از مدتی از بین می روند. اما دشواری از آنجا نشأت می گیرد که در جهان پرتلاطم کسب و کار امروز، شرایط محیط پیوسته در حال تغییر است. پس برای ایجاد یک کسب و کار موفق مبتنی بر هر نوع فن آوری بطور مثال فن آوری تلویزیون موبایل، ابتدا باید این پدیده را بشناسیم، یعنی تصویری درست از اکوسیستم پیچیده ی آن داشته باشیم و بدانیم با چه اکوسیستمی، با چه ویژگی هایی روبه رو هستیم. باید محورهای تأثیر گذار بر ظهور و بقا در این اکوسیستم کدامند و در نهایت باید بدانیم که برای بقا در این اکوسیستم چه باید کرد. در بررسی بازار یک فن آوری جدید دو سوال مهم مطرح می گردد: کدام مدل کسب و کار فن آوری جدید را به سوی موفقیت خواهد برد؟- مناسب ترین شریک کسب و کار برای این بازار کدام خواهد بود؟ برای پاسخ به این سوالات طرح یک زنجیره ارزش بسیار حیاتی است. در این مقاله به مدل های مختلف کسب و کار تلویزیون موبایل در دنیا می پردازیم.

## کلمات کلیدی:

مدل کسب و کار، تلویزیون موبایل، برودکست، زنجیره ارزش

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/105494>

