

## عنوان مقاله:

مدل کسب و کار، عامل حیاتی در موفقیت کسب و کار

## محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

حامد تار - دانشجوی دکترای رفتار سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس

ام البنین احمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی موسسه آموزش عالی مازیار

امیر خزایی - دکترای مدیریت بازرگانی و مدرس دانشگاه

## خلاصه مقاله:

داشتن یک کسب و کار پویا که لازمه آن داشتن یک مدل کسب و کار می باشد. می تواند در توسعه و رشد اقتصادی یک کشور بسیار حائز اهمیت باشد و همچنین شرکتهایی که از این امر پیروی می کنند به مرور شاهد موفقیت روز افزون و سود بسیار زیادی می شوند که البته دارای ریسک بالایی قرار دارد. ظهور فناوری ارتباطات، مدل کسب و کار را به منزله ی واحد تجزیه و تحلیل جایگزین صنعت کرد تا شرکت ها بتوانند با ارزیابی مداوم نیازهای بازار و فناوری، مدل کسب و کار مناسب تری انتخاب کنند. هدف این نوشتار شناسایی یک مدل برای داشتن یک کسب و کار نو با و اهمیت آن در موفقیت آنها بتوانند از طریق آن جایگاه خود را ارتقا بخشند. و از روش سکیون (مدل مشتری) و رویکرد چارگانه نام برد. نتایج بدست آمده از این پژوهش نشان داد عناصر سازماندهی، فناوری و منابع مالی و هزینه ها در طراحی یک مدل کسب و کار برای کسب و کار پویا دارای اهمیت بالایی قرار دارد.

## کلمات کلیدی:

کسب و کار، رشد اقتصادی، عناصر سازماندهی.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1152680>

