

عنوان مقاله:

گذار به نسل ۵ و درس هایی از سوابق همکاری ها در صنعت ارتباطات، مرور ادبیات

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تجارت جهانی، اقتصاد، دارایی و علوم اجتماعی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

علی محبی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران پردیس البرز

خلاصه مقاله:

هدف: این مقاله، با مرور تحولات صنعت و دلایل همکاری ها به خواننده بینشی از ویژگی های خاص نسل ۵ و همچنین آینده همکاری ها در اینصنعت میدهد تا از این طریق اپراتورهای تلفن همراه، خود را هر چه بیشتر و بهتر با این شرایط انطباق دهند. روش: در تدوین این مقاله از روش مرور نظاممند ادبیات بین سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ بهره گرفته شده است. از میان ۳۱۷ مقاله استخراج شده از پایگاه های داده معتبر، ۸۰ مقاله مرتبط انتخاب و بصورت عمیق بررسی شد. به منظور افزایش اعتبار انتخابها و نتایج، از نظرات خبرگان صنعتو اساتید و دانشجویان سطح دکتری استفاده شد. یافته ها: در پارادایم جدید، خدمات ارتباطی به روش های جدیدی مورد استفاده قرار می گیرند. در گذار از نسل های مختلف، تقاضاهای جدیدی وجود می آید و اپراتورها نیاز به همکاری با شرکت های مکمل پیدا می کنند. در این مقاله، یک نقشه از واژگان پرتکرار ادبیات استخراج شده است که نشان دهنده تمرکز اندیشمندان این حوزه است. اخیرا واژه های فنی "اشتراک شبکه"، "طیف" و "معماری" و در مورد خدمات، واژه های "خدمات جدید"، "خودروهای خودران" و "ارکان" پرتکرار شده اند. واژه "ناتوانی" در زمان معرفی نسل ۳ و یکبار دیگر نزدیک به زمان معرفی نسل ۵، پرتکرار شده است. نتیجه گیری: سال های آینده، دوره ظهور برندهای جدید و خدماتی بی سابقه خواهد بود. این مقاله بر این واقعیت تاکید دارد که اپراتورها دیگر بهتنهایی قادر به ارائه خدماتی متناسب با کاربری های نسل ۵ نخواهند بود و برای موفقیت باید استراتژی همکاری های اشتراکی را در پیش بگیرند.

کلمات کلیدی:

اتحاد ارتباطات، اتحادهای نسل ۵، مشارکت ارتباطات نسل ۵

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1300848>

