

عنوان مقاله:

چارچوب طبقه بندی الگوهای مدل کسب و کار مدور از دیدگاه استراتژی های اقتصاد مدور

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 14، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:

سید حامد وارث - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ایوب محمدیان - استادیار، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

جلیل حیدری - دانشیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

داتیس خواجه ثیان - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

نرگس نبی زاده - دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، پردیس البرز، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: مدل های کسب و کار مدور، برای معضلات مدل های کسب و کار خطی فعلی، یعنی تولید بیش از حد پسماند و کمبود شدید منابع راه حل مناسبی هستند و برای کسب مزیت رقابتی، کسب منافع اقتصادی و کاهش آسیب به محیط زیست، فرصت های مناسبی برای کسب و کارها به وجود می آورند. به منظور اجرای استراتژی های اقتصاد مدور در سطح کسب و کارها و ایجاد چارچوبی برای طراحی بهتر مدل های کسب و کار مدور، هدف اصلی این پژوهش، ارائه چارچوبی برای شناسایی و طبقه بندی الگو های مدل کسب و کار مدور، همسو با راهبردهای اقتصاد مدور است. روش: در این پژوهش، از روش کیفی فرا ترکیب ۷ مرحله ای ساندلوسکی و باروسو برای شناسایی الگو های مدل کسب و کار مدور و از روش طبقه بندی نیکرسون برای طبقه بندی الگوهای مدل کسب و کار مدور استفاده شد. یافته ها: یافته نخست این پژوهش، دستیابی به فهرست جامع ۲۹ الگوی مدل کسب و کار مدور همراه با نام الگو، تعریف و مصادیق است و یافته بعدی آن، ارائه چارچوب طبقه بندی جامع و کامل الگوهای مدل کسب و کار مدور، از منظر استراتژی های اقتصاد مدور است. در این چارچوب ۱۱ بعد برای طبقه بندی ۲۹ الگوی مدل کسب و کار شناسایی شد: ۱. غیرمادیسازی؛ ۲. کارایی مصرف؛ ۳. تامین مدور؛ ۴. تولید بهینه؛ ۵. لجستیک معکوس و بهینه؛ ۶. محصولات با عمر طولانی؛ ۷. توسعه عمر مصرف محصولات و قطعات؛ ۸. توسعه عمر مواد؛ ۹. توسعه عمر منابع؛ ۱۰. انجام دهندگان فعالیتها در شبکه ارزش مدور؛ ۱۱. تسهیل کنندگان فعالیتها در شبکه ارزش مدور. نتیجه گیری: نتایج این پژوهش مشخص کرد که برای توسعه کسب و کارهای مبتنی بر اقتصاد مدور، چه نوع الگوهای مدل کسب و کار مدوری وجود دارد. از سوی دیگر، ایجاد چارچوب طبقه بندی راهبردها و مدل های کسب و کار مدور نشان داد که چگونه می توان بین راهبردها و مدل های کسب و کار مدور، همسویی مناسبی ایجاد کرد. نتایج به دست آمده از این پژوهش، به شرکت هایی که قصد دارند در سطح کسب و کارشان از راهبردهای اقتصاد مدور بهره ببرند یا آنها را پیاده سازی کنند، کمک میکند تا مدل های کسب و کار مدور مناسب را شناخته و به کار گیرند. شایان ذکر است که راهبرد شبکه ارزش مدور و الگوهای مدل کسب و کار مدور متناسب با آن که بیانگر انواع شیوه های همکاری بین بازیگران شبکه ارزش مدور است، برای اولین بار در این پژوهش معرفی شد.

کلمات کلیدی:

الگو های مدل کسب و کار مدور (چرخشی)، چارچوب طبقه بندی، استراتژی، اقتصاد مدور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1504289>



