

عنوان مقاله:

طراحی و تدوین مدل تجاری سازی خدمات ارائه شده توسط کسب وکارهای فعال در زمینه تجارت الکترونیک

محل انتشار:

فصلنامه سیاست نامه علم و فناوری، دوره 12، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

محمدجواد جمشیدی - استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

شیرین آرمند - کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

شهلا کریمی - کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

خلاصه مقاله:

در دهه های اخیر، عموم کشورهای جهان با مسائل و مشکلات اشتغال درگیرند، کمبود شغل به عنوان یک معضل اجتماعی و اقتصادی باعث اثرگذاری منفی بر توسعه اقتصادی کشورهای درگیر شده است، این امر منجر به توجه بیشتر به امر اشتغال در میان کشورهای در حال توسعه شده است. حال اگر ایران بخواهد مسیر اقتصاد مقاومتی مدنظر رهبر انقلاب اسلامی را دنبال کند باید به ظرفیت های کسب وکارهای حوزه تجارت الکترونیک توجه نماید. موفقیت این کسب وکارهای هم درگرو استراتژی های اتخاذ شده از سوی موسسین و شرایط محیطی کسب وکار می باشد، که با داشتن یک مدل منسجم تجاری سازی فعالیت های کسب-وکار خود می توانند مشکلات و چالش های پیشروی خود را به حداقل ممکن کاهش دهند. بنابراین پژوهش حاضر به تبیین و طراحی مدل تجاری سازی خدمات ارائه شده توسط کسب وکارهای فعال در زمینه تجارت الکترونیک می پردازد. پژوهش حاضر از نوع پژوهش های کیفی است با رویکرد نظریه داده بنیاد انجام گرفته است. میدان پژوهش، موسسین شرکت های تازه بنیاد و افراد مطلع در زمینه تجاری سازی خدمات ارائه شده توسط کسب وکارهای حوزه تجارت الکترونیک بوده اند. در این راستا، از نمونه-گیری هدفمند در ابتدا و در ادامه از روش گلوله برفی استفاده شد. شمار مشارکت کنندگان در پژوهش با استفاده از شاخص اشباع نظری به ۱۴ نفر رسید. داده ها به روش مصاحبه عمیق و اسناد کتابخانه ای و اینترنتی گردآوری شد. نتایج پژوهش نشان-دهنده ۲۲ مقوله اصلی است که به صورت پارادایمی ترسیم شده است. در هسته مدل پارادایمی تجاری سازی خدمات قرار دارد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، تجاری سازی، مدل سازی، کسب و کار، شرکت های نوپا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1508697>

