

عنوان مقاله:

تاثیر بلاکچین بر اکوسیستم بازاریابی ایران

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی علوم سیاسی، مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

شادی شاهوردیانی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

آرتین بیطاری - استادیار، گروه حسابداری، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

حامد هاشمی نژاد - ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تجارت الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر قدس،

خلاصه مقاله:

سرعت خیره کننده دست یافتن به فناوری های جدید و کم شدن فاصله رسیدن به فناوری های جدید سبب شده است که بسیاری از سازمانها به فکر استفاده مطلوب از این فناوری ها نمایند تا از این قافله رقابت عقب نمانند. یکی از این فناوری ها بلاکچین است. هدف این پژوهش بررسی تاثیر فناوری بلاکچین بر اکوسیستم بازاریابی ایران است. برای اینمهم، ابتدا با بررسی های مطالعات پیشین و استفاده از نظرات خبرگان، عوامل موثر بر اکوسیستم بازاریابی ایران شناسایی شد و مدل مفهومی مشخص گردید. ابعاد ردیابی، شفافیت، ارتقا و امنیت از عوامل فناوری بلاکچین تایید و در مدل نهایی قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش به دو بخش خبرگان و کارشناسان بازاریابی و بلاکچین می باشند که این عوامل در قالب سوالات پرسشنامه که روایی و پایایی آن توسط خبرگان تایید شده است و این تعداد از ۱۵۲ کارشناس جمع اوری گردید و برای تجزیه و تحلیل داده از روش معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج نشان میدهد که بعد ردیابی، شفافیت، ارتقا و امنیت بلاکچین بر اکوسیستم بازاریابی ایران تاثیر مثبت و معناداری دارد. بنابراین می توان نتیجه گرفت فناوری بلاکچین بر اکوسیستم بازاریابی ایران تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

بلاکچین، امنیت، ارتقا، شفافیت، ردیابی، اکوسیستم بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1738150>

