

عنوان مقاله:

مطالعه ای بر توسعه اکوسیستم نوآوری در مدل‌های کسب و کار دیجیتال

محل انتشار:

اولین همایش ملی پژوهش‌های نو پدید در حسابداری، مالی، مدیریت و اقتصاد با رویکرد توسعه اکوسیستم نوآوری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مهناز زیان نصرالهی - دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز

مهدی زینالی - استادیار، گروه حسابداری، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

منظور از تجارت الکترونیک، انجام تمام فعالیت‌های تجاری اعم از فرایند خرید، فروش یا تبادل محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای و اینترنت است. در نگاهی جامع‌تر و از منظر خود مفهوم تجارت، تجارت الکترونیک نه تنها مواردی را در بر می‌گیرد که در آن از «تبادل الکترونیکی داده» استفاده شده، بلکه فناوری‌های قدیمی‌تر همچون تلکس و تله‌کپی را هم شامل می‌شود. چرا که تجارت و تبادل اطلاعات و معامله در هر بستری در مفهوم تجارت است و اشاره به تجارت الکترونیکی صرفاً اشاره مستقیم به روش و بستر تبادل اطلاعات و انجام معامله دارد. تجارت الکترونیک، که به عنوان تجارت آنلاین نیز شناخته می‌شود، به طور کلی خرید یا فروش محصولات یا خدمات از طریق اینترنت است. تجارت الکترونیک باعث گسترش فناوری‌هایی مانند تجارت همراه، انتقال وجوه الکترونیکی، مدیریت زنجیره تامین، بازاریابی اینترنتی، پردازش معاملات آنلاین، تبادل الکترونیکی داده (EDI)، نرم افزارهای مدیریت موجودی و سیستم‌های جمع‌آوری خودکار داده شده‌است. بر اساس تحلیل کیفی ۱۷ مصاحبه، این مطالعه یک چارچوب دو مرحله‌ای برای تغییر به سوی مدل‌های کسب و کار دیجیتال ایجاد نمود. در مرحله ۱، خرده‌فروشان با ارائه دهندگان خدمات تخصصی برای پیاده‌سازی یک مدل کسب و کار دیجیتال همکاری کردند. از آنجا که شرکت‌ها از اکوسیستم خرده‌فروشی با شرکت‌هایی از اکوسیستم خدمات دیجیتال همکاری کردند تا یک گزاره ارزش برای مشتریان نهایی ایجاد کنند، یک فرااکوسیستم به وجود آمد. در مرحله ۲، شرکت‌ها (خرده‌فروشان) به دنبال متمایز کردن خودشان از رقبا در فرااکوسیستم بودند. تعاملات فیزیکی با ارائه دهندگان خدمت دیجیتال، تامین کنندگان کالا و مشتریان، ابزارهای عمده به سوی این هدف هستند. بنابراین، دیجیتالی شدن منجر به منسوخ شدن تعاملات فیزیکی و روابط شخصی نزدیک نمی‌شود.

کلمات کلیدی:

کسب و کار دیجیتال، اکوسیستم، ظهور اکوسیستم، تغییر دیجیتالی، خدمات دیجیتالی، دیجیتالی شدن، خرده‌فروشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1922864>

