

## عنوان مقاله:

بررسی مروری مقایسه ای در ارتباط با مدل کسب وکار B2C و B2B

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد در علوم انسانی (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

فرزاد رضایی نیارکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

این مقاله به بررسی ویژگی های بالقوه مدل کسب و کار B2B را که در سیستم های اطلاعاتی شناسایی شده اند، مقایسه می کند. بررسی ادبیات موضوعی پیش رو به بررسی ویژگی های هر یک از مدل های کسب وکار B2B و مقایسه آن با مدل کسب و کار B2C پرداخته است با وجود اینکه مشخص نیست که آیا این تفاوت ها به عنوان عوامل موفقیت برای مدل های B2B عمل می کنند یا خیر. این مقایسه مبتنی بر مطالعات کتابخانه ای، زمینه را فراهم میکند برای تحقیقات بیشتر در مورد حمایت از تصمیم گیری هنگام ساختن یک مدل کسب وکار B2B یا پیوستن به یک مدل کسب وکار B2B. به خصوص که ایجاد بینش از مدل کسب وکار B2C که می تواند منجر به آن شود جلوگیری از تصمیمات اشتباه و شکست کسب و کار یا نتایج ناخواسته برای شرکت کنندگان. بدین ترتیب مطالعه کمک می کند. برای درک جنبه های منحصر به فرد کسب وکارهای B2B و پیامدهایی برای مدیران B2B و سیاست گذاران زیرا حضور این مکانیزم می تواند به طور قابل توجهی بر پویایی رقابتی در بازار ها تاثیر بگذارد. هدف ما شناسایی مشترکات و تمایزات این دو مدل کسب وکار بود براساس بررسی ها هر دو مدل بر اثرات غیر مستقیم بازار متکی هستند و نمی توان به طور حتم بیان نمود که آیا مدل B2B و B2C دوقلوهای همسان هستند یا دوستان دروغین.

## کلمات کلیدی:

بازار یابی، مدل کسب و کار B2B، مدل کسب و کار B2C

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2025676>

