

عنوان مقاله:

مدل های ارزش کسب و کار مخرب در عصر دیجیتال

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

زهرا نیازی - دانشجوی دکتری تخصصی، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد

بهاره بنی طالبی دهکردی - دانشیار و عضو هیات علمی، گروه حسابداری، واحد شهرکرد، دانشگاه آزاد اسلامی، شهرکرد، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش بررسی مدل های ارزش کسب و کار مخرب در عصر دیجیتال می باشد. از این رو، تغییر متناوب و گاه گاه حوزه و فرهنگ مدل های کسب و کار، به صورت دقیق بررسی می شود. این پژوهش بر اساس روش، تفسیری کتابخانه ای و از نوع تحقیقات کیفی است. یک یافته ی کلیدی این مطالعه نیاز به ساختارهای حاکمیتی برای شناسایی و مدیریت مبادلات بین عوامل ایجاد ارزش بود، که گاهی اوقات ممکن است با منافع اجتماعی در تضاد و تعارض باشد. بررسی یکپارچه مشخص کرد که مدیریت ارتباط با مشتری، خدمات کسب و کار جهانی و هوش مصنوعی در ادبیات پژوهشی موجود یکپارچه و یکسان نبوده اند، که این مقاله را از لحاظ کمک به کسب و کارهایی که با انقلاب دیجیتال مبارزه کرده یا مخالفت می کنند بدیع میکند.

کلمات کلیدی:

مدل های ارزش کسب و کار، مخرب، دیجیتال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2026441>

