

عنوان مقاله:

واسطه گری و مزیت رقابتی در بازار دیجیتالی B2b

محل انتشار:

همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

فریبا شاهوران - هنرآموز و کارشناس ارشد مهندسی فناوری دانشگاه شیراز، آموزش و پرورش استان فارس، شیراز

محمد عرفان مهر - مسئول آموزشگاه های آزاد و دانشجوی ترم آخر کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان

خلاصه مقاله:

سیستم عامل های دیجیتال اساساً ساختار سازمانی زنجیره ارزش و روش سازماندهی کسب و کار شرکت ها را تغییر می دهد و از آنجا که بسیار پیچیده هستند، شبکه های B2B به طور عمده در این فرایند د رگیر و دلال های نوینی بمنظور سازماندهی مجدد روابط شرکت ظاهر شده اند. در این مقاله تمرکز بر نقش رقابتی از این بازیگران جدید، و یک چارچوب مفهومی است که نشان می دهد که چگونه این دلالان جدید مجازی بر منابع شرکت تأثیر گذاشته و شکل تغییر یافته ای از رقابت را فراهم می کند.

کلمات کلیدی:

B2B، زنجیره ارزش، واسطه گری، مزیت رقابتی، بازارهای دیجیتال، تجارت الکترونیک، کسب و کار، اینترنت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/283033>

