

## عنوان مقاله:

بررسی سود خریدار و فروشنده در بازار الکترونیکی B2B خنثی

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1385)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

امیر البدوی - دانشیار مهندسی صنایع، دانشگاه تربیت مدرس

محمد یآوری - کارشناس ارشد مهندسی صنایع، دانشگاه تربیت مدرس

## خلاصه مقاله:

در سالیان اخیر در صنایع مختلف بازارهای الکترونیکی زیادی ایجاد شده اند در حالیکه بسیاری از آنها نیز از بین رفته اند . عوامل متعددی در این امر موثرند . در این بین کسب حداقل سود مورد انتظار هر کدام از شرکا یکی از فاکتورهای مهم بقای بازار الکترونیکی می باشد . در این مقاله تصمیم گیری خریداران و فروشندگان برای پیوستن به بازارهای الکترونیکی B2B خنثی بررسی می شود و یک مدل برنده - برنده ارائه می شود که بر مبنای آن صاحب بازار الکترونیکی با توجه به ساختار درآمدی خود شرکای بازار را به ماندن در بازار الکترونیکی ترغیب می کند .

## کلمات کلیدی:

بازار الکترونیکی B2B ، خنثی، سود خریدار، سود فروشنده، مدل برنده - برنده

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/39981>

