

عنوان مقاله:

نقش پلت فرم در اثربخشی پیاده سازی استراتژی خلق مشترک ارزش در سازمان

محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

حدیث پیرداده بیرانوند - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه تهران

حمیدرضا ایرانی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران

سید محمد باقر جعفری - استادیار گروه مدیریت صنعتی و مالی، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

با توجه به تغییرات موجود در کسب و کار جدید، مشتریان می توانند تغییر نقش داده و در ایجاد ارزش در کسب و کار سهیم باشند. ارزش در اکوسیستمی از کاربران و در تعامل آنها با هم ایجاد می شود، این همکاری بین مشتریان و شرکت ها منجر به ایجاد مفهوم خلق مشترک ارزش شد. در همین راستا شرکت های بسیاری برای دستیابی به مزیت های خلق مشترک ارزش از آن استفاده نموده اند ولی اگر مفهوم تعامل کاملا درک نشود، مفهوم خلق مشترک ارزش نیز درک نمی شود و تلاش شرکت، با شکست مواجه می شود. یکی از دلایل اصلی این شکست ها عدم آگاهی از نقش پلت فرم در اثربخشی پیاده سازی خلق مشترک ارزش می باشند و هدف اصلی مطالعه حاضر ارائه چهارچوبی جامع پیرامون نقش پلت فرم در فرایند خلق مشترک ارزش می باشد. روش شناسی بکار گرفته شده در این پژوهش شامل مرور سیستماتیک و روش فراترکیب است جامعه آماری تحقیق حاضر، مقالات مربوطه منتشر شده در پایگاه های داده و ژورنال های معتبر است که از تعداد 200 مقاله شناسایی شده مرتبط با موضوع، محتوای 39 مقاله مورد بررسی قرار گرفت. کدها و عوامل موجود در مقاله های انتخابی استخراج و 19 کد شناسایی و از ترکیب آنها 2 مفهوم مرتبط با مقوله پلت فرم یافت شد. مقوله پلت فرم شامل زیرساخت مشارکت و نحوه مشارکت می باشد. مدیران شرکت ها می توانند از یافته های مطالعه حاضر به برای موفقیت در اثربخشی پیاده سازی خلق مشترک ارزش در سازمان استفاده کنند. در آخر پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی بیان شده است.

کلمات کلیدی:

خلق مشترک ارزش، پلت فرم، مرور نظام مند، فراترکیب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/978564>

