

عنوان فارسی مقاله :

نوآوری در مدل تجاری : موفقیت قهوه نسپرسو

عنوان انگلیسی مقاله :

Business model innovation: coffee triumphs for Nespresso



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد.

برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی

مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

Business model innovation: value creation and value capture

A business model defines the way a company generates value (value creation) and how it captures some of this value as profit (value capture) (Teece, 2010). In this sense, a business model represents the “business logic” (Casadesus-Masanell and Ricart, 2010) or in Peter Drucker’s words the “theory of the business” (Drucker, 1994). Value creation expresses the benefits the company creates for its customers. The customer value corresponds with the customer’s willingness to pay for a product or service. Customer value added results if the product’s perceived value exceeds its price. If the product’s cost is below its price, the company generates a profit (value capture). Figure 1 illustrates these relationships (Bowman and Ambrosini, 2000).

نوآوری مدل تجاری: خلق ارزش و تسخیر ارزش

مدل تجاری شیوه تولید ارزش از سوی شرکت (خلق ارزش) و نحوه تسخیر بخشی از این ارزش به شکل سود (تسخیر ارزش) را تعریف می کند. از این لحاظ، مدل تجاری معرف و نشان دهنده منطق تجاری یا از نظر پیتر دراگر معرف نظریه تجارت و کسب و کار می باشد. خلق ارزش به منافع حاصله از سوی شرکت برای مشتریان اشاره می کند. ارزش مشتری نظیر تمایل مشتری به پرداخت هزینه برای محصول یا خدمات می باشد. اگر ارزش ادراک شده محصول بیشتر از قیمت باشد، آنگاه ارزش افزوده مشتری حاصل می گردد. اگر هزینه محصول زیر قیمتش باشد، آنگاه شرکت سود تولید می کند (تسخیر ارزش). شکل 1 این روابط را نشان می دهد.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد.

برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.