



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

بررسی گزارشات مربوط به مدل های کسب و کار الکترونیکی
ارائه شده از دیدگاه ایجاد ارزش

عنوان انگلیسی مقاله :

A Literature Review of Representation Models of E-Business
Models from the Perspective of Value Creation



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.



بخشی از ترجمه مقاله

4. Conclusion

Due to the rapid development of e-commerce, the concept of business model has been the focus of substantial attention from both academics and practitioners [2]. Business model is abstract rational cognition about how corporation created, delivered and obtained value and is the enterprise's core competitive advantages. Although, the business model is often studied without an explicit definition of the concept, our review found that research perspective of representation models of e-commerce business model mostly concentrated on value creation perspective (approximately 80% of all articles) and there are two categories: EBMO (approximately 50% of the articles from the perspective of value creation) and e³-value model (15% of those articles). The e-business models exhaustively describe components of e-business model from the perspective of value creation by using the networking modeling approach, and have been widely applied by many scholars. The e³-value ontology which analyzes the corporate business models can link the corporations and consumers through the value chain and dialysis components in system of e-business models by modeling and simulating the models, and estimate the profitability and rationality of value model of e-business models.

نتیجه گیری

با توجه به رشد و توسعه سریع تجارت الکترونیک، مفهوم مدل کسب و کار هم در میان دانشگاهیان و هم در میان کنشگران مورد توجه و تمرکز قرار گرفته است. مدل کسب و کار یک شناخت عقلانی انتزاعی در مورد چگونگی ایجاد شرکت، ارزش های تعیین شده برای شرکت و مبنای کسب مزیت رقابتی برای شرکت است. اگرچه، تعریف صحیحی از مدل کسب و کار هنوز ارائه نشده است اما ما در این پژوهش دریافتیم که دیدگاه تحقیقاتی نشان می دهد که مدل های کسب و کار بر مبنای تجارت الکترونیک بیشتر بر روی دیدگاه ایجاد ارزش متمرکز است (تقریباً 80 درصد از کل مقالات) و در این راستا دو طبقه بندی وجود دارد: طبقه بندی EBMO (تقریباً 50 درصد مقالات از دیدگاه ایجاد ارزش) و مدل ارزش e³ (که 15 درصد از آن مقالات) را تشکیل می دهد. مدل های کسب و کار الکترونیک به طور جامع مولفه های مدل کسب و کار الکترونیک را از دیدگاه ایجاد ارزش بوسیله استفاده از رویکرد مدلسازی شبکه ای، توصیف می کند و به صورت گسترده ای بوسیله بسیاری از دانشمندان مورد استفاده قرار می گیرد. هستی شناسی ارزش e³ که مدل های کسب و کار شرکت را تجزیه و تحلیل می کند می تواند شرکت ها و مصرف کنندگان را از طریق زنجیره ارزش و تجزیه و تحلیل مولفه ها در سیستم کسب و کار الکترونیک بوسیله مدلسازی و شبیه سازی مدل ها ارتباط دهد و میزان سودآوری و عقلانیت مدل ارزش و مدل های کسب و کار الکترونیک را تخمین بزند.



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.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.