

ارائه مدل استراتژیک تجارت سیار در کسب و کارهای الکترونیکی

فهیمة صیادی*، مصطفی محمودی عالمی^۲

- ۱- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار-استراتژی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
fahimesayyadi2018@gmail.com
- ۲- دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار-مالی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.
mostafa.mahmoudi.alami@gmail.com

چکیده

به کارگیری و استفاده از اقدامات الکترونیک در بسیاری از کشورها مزایای بسیاری همچون ارتقاء کیفیت خدمات ورزشی، کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی را دربر دارند. در این مقاله نیز سعی شده است ضمن بیان مفهوم تجارت سیار، مزایا و چالش‌های آن، راهکارهای مناسب جهت بهره‌گیری هرچه بهتر از این فناوری جدید بویژه بخش خصوصی ارائه گردد. این پژوهش بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای و جستجوهای اینترنتی در پایگاه‌های داده‌ای معتبر همچون Emerald, Magiran, Science direct و جستجوی پیشرفته در گوگل صورت گرفته است. در این بررسی، متون داخلی و خارجی در زمینه کاربرد ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله ابزارهای بی‌سیم و موبایل، تجارت الکترونیک و تجارت سیار از سال ۱۹۹۶ تا ۲۰۲۲ مورد مطالعه قرار گرفتند. بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از تحقیقات پیشین، مدل استراتژیک تجارت سیار در کسب و کارهای الکترونیکی در این تحقیق ارائه شد. بر اساس نتایج به دست آمده و مدل ارائه شده می‌توان چنین بیان کرد که تجارت سیار به عنوان یکی از مدل‌های جدید کسب و کار الکترونیک در کشورهای در حال توسعه بسیار مناسب و کاربردی است با این روش سازمان‌هایی که در مناطق دور دست قرار دارند می‌توانند به مشتریان بالقوه بسیاری دسترسی یافته و به منافع ارزشمندی دست یابند. بکارگیری اثربخش مدل‌های کسب و کار الکترونیک در کشور نیازمند شناسایی فرصت‌ها و محدودیت‌ها، تدوین برنامه‌ریزی اصولی و مناسب با توجه به فاکتورهای اجتماعی و اقتصادی همراه با فراهم نمودن زیرساخت‌های تکنولوژیکی، ارتباطی و مخابراتی، حقوقی و اجرایی است.

کلمات کلیدی: مدل استراتژیک، تجارت سیار، کسب و کارهای الکترونیکی.