

بررسی الگوهای مدل کسب و کار و اجزای سازنده آن

سید محمد واحدی

دانشگاه تهران، Mohammad.Vahedi@ut.ac.ir

چکیده

در سال های اخیر با مشاهده گسترش رقابت پذیری عرصه کسب و کار در صنایع مختلف، نیاز به شناخت و تعیین مدل کسب و کار منطبق با شرایط محیطی را بیش از پیش بر مدیران ارشد و مدیران اجرایی صنایع آشکار میسازد. در این مقاله پژوهشگر نسبت به شناخت و تعریف رویکرد های رایج و تاثیر گذار بر مدل کسب و کار و مدل های کسب و کار رایج و اجزای سازنده آن ها پرداخته و در انتها نسبت به بررسی و مقایسه مدل های رایج با یکدیگر اقدام مینماید.

واژه های کلیدی: رقابت پذیری، مدل های کسب و کار، اجزای سازنده، ارزیابی

1- بیان مساله:

با پیچیده تر شدن وضعیت کسب و کار شرکت ها و نوآوری های جدید در فرایندها، محصولات و وجود رقابت شدید در بین شرکت ها، این سؤالا در ذهن بازاریابان و مدیران شرکتها مطرح می شود که مشتریان آنها چه نیازهایی دارند؟ خواسته های آنان چیست؟ رقبای آنها کدامند؟ چگونه می توان سازمان را در مقابل بازار هوشیار نمود؟ چگونه می توان نیازها و خواسته های مشتریان را به گونه ای بهتر از رقبای برآورده نمود؟ بهترین طریق برآوردن نیازهای مشتریان چیست؟ برای پاسخ به سؤالات فوق لازم است تا سازمان ها نسبت به طراحی و تدوین مدل کسب و کار خود اقدام نمایند. این مهم محقق نمی شود مگر با شناخت و تبیین اجزای مدل های کسب و کار. از این رو شناخت و بررسی مدل های کسب و کار مبتنی بر رویکردهای رایج همچون رویکرد مبتنی بر منابع، رویکرد فعالیت محور، رویکرد اقتصادی، شبکه ای، راهبردی و دانش محور می تواند در شناخت جامع و کامل از اجزای مدل کسب و کار موثر واقع گردد. [1]

2- ادبیات موضوعی:

1-2- رویکردهای رایج در مدل کسب و کار

1-1-2- رویکرد مبتنی بر منابع:

در رویکرد مبتنی بر منابع برخی بر این عقیده اند که مدل کسب و کار بر پایه عملیات درونی شرکت است و با یک رویکرد مبتنی بر منابع، بر قابلیت ها و شایستگی های درونی سازمان تأکید نموده اند. تمرکز تعاریف در این بخش معطوف بر خود