باسمه تعالی



**درس مدیریت استراتژیک فناوری اطلاعات**

**دانشگاه صنعتی اصفهان - دانشکده مهندسی کامپیوتر**

**ترم دوم تحصیلی 1402 – 1403**

تمرین شماره 2 گروهی: تمرین تحلیل استراتژیک نرم افزار کتابفروشی (طاقچه(

اعضای گروه:

سپهر عبادی – علی حقیقی – بهروز

**اقیانوس آبی:**

1. تبدیل غیرمشتریان به مشتریان:

استراتژی طاقچه بر این اساس است که با ارائه تجربه کاربری منحصر به فرد و خدماتی جذاب، افرادی که از قبل علاقه‌مند به خرید کتاب الکترونیکی نبودند را به مشتریان تبدیل کند.

1. نوآورانه و واگرا:

طاقچه با ارائه خدمات و ویژگی‌های جدید و نوآورانه مانند جستجوی پیشرفته، پیشنهادات شخصی، و امکان اشتراک‌گذاری نظرات کاربران، از رویکردی واگرا برخوردار است که باعث جلب توجه مشتریان جدید و حفظ مشتریان فعلی می‌شود.

1. کاهش قیمت و افزایش ارزش همزمان:

طاقچه با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباط مستقیم با ناشران، هزینه‌های میانجی را کاهش داده و ارزش را برای مشتریان افزایش می‌دهد. این افزایش ارزش ممکن است از طریق قیمت مناسب‌تر، تجربه کاربری بهتر، و امکانات اضافی مثل جستجوی پیشرفته و پیشنهادات شخصی باشد.

1. قابلیت استفاده برای جمع کثیری از مردم:

با توجه به گستردگی استفاده از تلفن‌های هوشمند در جوامع مدرن، طاقچه به عنوان یک نرم‌افزار کتابفروشی مبتنی بر موبایل، برای جمعیت گسترده‌ای از مردم قابل دسترسی و استفاده است.

**مبتنی بر منابع Resource-Based View یا (RBV)**

دارایی‌ها: در این حالت، دارایی‌ها می‌توانند شامل منابع فیزیکی مانند سرورها، داده‌ها، و برند طاقچه، و همچنین منابع غیرفیزیکی مانند داده‌های کاربران، دانش فنی، و رابطه با ناشران باشند.

توانایی‌ها: توانایی‌ها شامل مهارت‌ها، دانش فنی، فرآیندها، و تجربه تیم توسعه و مدیریت طاقچه می‌باشند.

خلق ارزش کم‌یاب:طاقچه با استفاده از منابع فیزیکی و غیرفیزیکی خود مانند داده‌های کاربران و دانش فنی، توانسته است یک بازار نوآورانه و جذاب را ایجاد کند که ارزش کم‌یابی را به مشتریان ارائه می‌دهد. به عنوان مثال، امکانات مانند جستجوی پیشرفته و پیشنهادات شخصی ارزشی را برای مشتریان ایجاد می‌کنند که در دیگر نرم‌افزارهای کتابفروشی ممکن نیست.

جایگزین ناپذیر بودن:با توجه به سرمایه فناوری، داده‌های کاربران و رابطه با ناشران، طاقچه می‌تواند به عنوان یک جایگزین ناپذیر در بازار نرم‌افزارهای کتابفروشی مبتنی بر موبایل تلقی شود. این منابع و توانایی‌ها برای رقبا به سختی تقلید‌پذیر هستند.

**نیروهای رقابتی پورتر (Porter’s 5 Competitive Forces)**

1. فشار تازه‌واردها:

- بازار نرم‌افزار کتابفروشی مبتنی بر موبایل جذابیت زیادی دارد که باعث می‌شود فشار تازه‌واردها ممکن است ملموس نباشد. با این حال، با وجود ورود رقبا به بازار، تلاش برای جلب مشتریان و ارائه خدمات و ویژگی‌های برتر می‌تواند فشاری بر طاقچه ایجاد کند.

2. فشار تامین‌کنندگان:

- در این حوزه، تامین‌کنندگان از جمله ناشران کتاب، می‌توانند قدرتی بالا داشته باشند، اما با استفاده از ارتباطات مستقیم با ناشران و استفاده از فناوری اطلاعات، طاقچه می‌تواند قدرت مذاکره با تامین‌کنندگان را تقویت کند و فشار را کاهش دهد.

3. فشار خریداران:

- خریداران در این حوزه توان تأثیرگذاری زیادی دارند، زیرا انتخابات خریدشان بیشتر بر اساس قیمت، کیفیت، و تجربه کاربری است. با این حال، با ارائه ارزش افزوده و تجربه کاربری بهتر، طاقچه می‌تواند فشار را کاهش دهد و مشتریان را جلب کند.

4. محصول جایگزین:

- وجود نرم‌افزارهای کتابفروشی دیگر مبتنی بر موبایل و حتی نرم‌افزارهای خواندن کتاب الکترونیکی مختلف، به عنوان محصولات جایگزین، فشاری بر طاقچه ایجاد می‌کند. اما با توجه به منابع و توانمندی‌های خاص طاقچه، می‌تواند به مشتریان خود ارزش ارائه دهد که از محصولات جایگزین بیشتر است.

5. شدت رقابت:

- شدت رقابت در بازار نرم‌افزار کتابفروشی مبتنی بر موبایل بالاست، زیرا رقبا در تلاش برای جلب مشتریان و ایجاد ارزش برای آن‌ها هستند. با این حال، با استفاده از استراتژی‌های متمایزسازی و ارزش‌افزوده، طاقچه می‌تواند از رقبا تفکیک شود و بازار خود را حفظ کند.