



به نام خدا

مرور مقاله‌ی پورتر

۸۱۰۱۰۱۲۳۶

مرضیه علیدادی

مقاله‌ی «استراتژی و اینترنت» نوشته‌ی مایکل پورتر به بررسی تأثیر اینترنت بر استراتژی کسب‌وکار می‌پردازد. نویسنده استدلال می‌کند که در حالی که اینترنت به عنوان یک نیروی انقلابی دیده می‌شود، اصول رقابت بدون تغییر باقی می‌ماند. اینترنت موجب تضعیف سودآوری صنعت بدون ایجاد مزیت‌های عملیاتی می‌شود و این امر برای شرکت‌ها مهم است که خود را از طریق استراتژی متمایز کنند. در نتیجه، شرکت‌ها برای دستیابی به موفقیت باید اینترنت را مکمل روش‌های سنتی رقابت بدانند.

این عقیده که «اینترنت استراتژی را منسوخ می‌کند» به چالش کشیده شده است و استدلال شده است که از همیشه برای شرکت‌ها مهم‌تر است که خود را از طریق استراتژی متمایز کنند. در واقع، استراتژی در عصر دیجیتال حتی حیاتی‌تر می‌شود. همچنین، خطرات ناشی از این فرض که «اینترنت همه چیز را تغییر می‌دهد و منجر به تصمیمات بدی می‌شود. و جذابیت صنعت را از بین می‌برد و مزیت‌های رقابتی را تضعیف می‌کند» بررسی شده است. علاوه بر این، نویسنده بر اهمیت متمایز ساختن خود از طریق استراتژی به منظور به دست آوردن مزیت رقابتی در عصر دیجیتال تأکید می‌کند. و بر نیاز شرکت‌ها برای مشاهده‌ی اینترنت به عنوان مکمل روش‌های سنتی رقابت و نه یک تهدید، و استفاده از آن برای افزایش متمایز بودن استراتژی‌های آن‌ها تأکید شده است.

اهمیت ادغام اینترنت در استراتژی کلی برای استفاده از پتانسیل آن به عنوان یک نیروی قدرتمند برای مزیت رقابتی مورد بحث قرار داده شده است. تکامل اینترنت شامل ادغام آن در استراتژی کلی کسب‌وکار به جای تلقی آن به عنوان یک موجودیت جداگانه است. این رویکرد به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا از نقاط قوت و دارایی‌های موجود خود استفاده کنند و در عین حال از

قدرت اینترنت برای افزایش خدمات و افزایش کارایی استفاده کنند. نویسندگان پیشنهاد می‌کند که فناوری اینترنت باید با پشتیبانی کارکنان و مشاوران فناوری اطلاعات در واحدهای اصلی در سراسر سازمان ادغام شود. این مقاله از ترکیبی از تجزیه و تحلیل و استدلال برای ارائه یافته‌ها و دیدگاه‌های خود در مورد تأثیر اینترنت بر استراتژی استفاده می‌کند. همچنین، نمونه‌ها و مطالعات موردی برای نشان دادن پیامدهای منفی تصمیم‌های خاص اتخاذ شده توسط شرکت‌ها در پاسخ به نفوذ اینترنت، بررسی شده‌است. پورتر همچنین تأثیر اینترنت بر سودآوری صنعت را مورد بحث قرار می‌دهد. او اذعان می‌کند که اینترنت با افزایش قدرت چانه‌زنی خریدار، کاهش موانع ورود، ایجاد جایگزین‌های جدید، تشدید رقابت، گسترش بازار جغرافیایی و افزایش فشار برای رقابت قیمت، سودآوری صنعت را تضعیف می‌کند. با این حال، او همچنین فرصت‌های شرکت‌ها را برای افزایش سودآوری از طریق پیشرفت‌های فناوری، مانند پخش ویدئو و پهنای باند کم‌هزینه، برجسته می‌کند. این پیشرفت‌ها می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا خود را متمایز کنند و تمرکز خود را از رقابت قیمتی دور کنند. این مقاله با تأکید بر اهمیت در نظر گرفتن پیامدهای ساختاری طولانی‌مدت اینترنت به پایان می‌رسد. پورتر شرکت‌ها را تشویق می‌کند تا به این فکر کنند که چه کسی از مزایای اقتصادی اینترنت، تأثیر بر ساختار صنعت و توانایی کسب مزیت‌های پایدار نسبت به رقبا بهره می‌برد. با مشاهده اینترنت به عنوان یک فناوری توانمند که تقریباً در هر صنعتی و به عنوان بخشی از هر استراتژی قابل استفاده است، شرکت‌ها می‌توانند خود را در معرض دستیابی به موفقیت در عصر دیجیتال قرار دهند. به طور کلی، مقاله‌ی "استراتژی و اینترنت" بینش‌های ارزشمندی در مورد نقش اینترنت در استراتژی کسب‌وکار ارائه می‌کند. تجزیه و تحلیل پورتر خرد متعارف را به چالش می‌کشد و یک چارچوب استراتژیک برای شرکت‌ها ارائه می‌کند تا در چشم‌انداز دیجیتال حرکت کنند. همچنین توصیه‌هایی عملی برای ادغام اینترنت در عملیات تجاری بیان می‌کند.