

עניינים תוכן

1. מבוא... 2
2. רשת האינטרנט והשפעתה על העולם העסקי. 3
 - 2.1 התפתחות האינטרנט בעולם העסקי 3
 - 2.2 שלבי התפתחות האינטרנט 4
 - 2.3 השימוש באינטרנט במגזר העסקי 7
 - 2.4 שינויים במבנה החברות בעקבות השימוש באינטרנט 9
 - 2.5 חסמים וקשיים בשימוש האינטרנט 10
3. ניהול אסטרטגי... 12
 - 3.1 רקע כללי 12
 - 3.2 אסטרטגיות ליצירת יתרון תחרותי 12
 - 3.3 גורמי המפתח להצלחת אסטרטגיות של החברות 15
 - 3.5 אופן מדידת הצלחת חברות 17
4. השפעת האינטרנט על האסטרטגיה העסקית 18
 - 4.1 השפעת הטכנולוגיה על המודלים העסקיים 19
 - 4.2 אינטרנט של הדברים 21
 - 4.3 מקרי בוחן: אמזון ונטפליקס 24
5. דיון... 26
6. סיכום ומסקנות. 28
 - המלצות למנהלים 28
 - טבלת מאמרי ליבה 30
7. [ביבליוגרפיה](#). 32

1. מבוא

רשת האינטרנט הפכה להיות גורם משמעותי בחיי היומיום של האדם והיא בעלת השפעה על כל תחומי החיים הקשורים אליו. הדבר נכון גם לעולם העסקי. אסטרטגיה עסקית היא גיבוש דרך פעולה של יחידה עסקית במטר לעזור לארגון לקבוע את המטרות שלו ואת הדרך למימוש המטרות הללו. תהליך זה מתייחס להגדרת החזון, המטרות והיעדים וכך נוצרת האסטרטגיה. מאז חדירת האינטרנט לחיים של החברה היא מהווה את אחד הפיתוחים המשפיעים ביותר על החברה האנושית בעשורים האחרונים ואולי בכלל.

עבודה זו תבקש לבחון את ההשפעה של הרשת הזו על המהלכים העסקיים אשר מתבצעים על ידי הארגונים, ועל הדרך שבה הם קובעים את האסטרטגיה העסקית שלהם. כיצד היא שנתה את הדרך האסטרטגית שבה הם פועלים ומתנהלים. רשת האינטרנט תהיה המשתנה הבלתי תלוי של עבודה זו והאסטרטגיה העסקית של החברות תהיה המשתנה התלוי אשר ההשפעה עליו תבחן בעבודה. **שאלת מחקר:** מהן ההשפעות העיקריות של רשת האינטרנט על האסטרטגיה העסקית של חברות? הסיבה לכך שבחרתי את הנושא היא שלמרות שברור כי ההשפעה של האינטרנט על החברה ידועה לא ברור כיצד היא השפיעה במדויק על השיקולים האסטרטגיים של החברות העסקיות אשר מבקשות להתאים את עצמם למציאות המשתנה. המטרה כאן היא לבודד את ההשפעות העיקריות מן ההשפעות האחרות כדי לבחון את מהות ההשפעה של האינטרנט על השיקולים האסטרטגיים ועל פיתוח האסטרטגיות העסקיות של חברות בזמננו. מבחינת אקדמית המחקר חשיבות מאחר וייתכן כי נוכל למצוא תיאורים רבים לא אקדמאים אשר עוסקים בתופעה של המחקר אולם יש צורך לסקור את ספרות המחקר אשר בחנה את התופעות מבחינה אמפירית ועיונית כדי לבודד דעות עממיות ודעות אשר נוכל לומר כי יש להן ביסוס מחקרי.

השערות המחקר:

- ההשפעות העיקריות של רשת האינטרנט על האסטרטגיה העסקית של חברות הן:
- רשת האינטרנט הביאה למודעות גוברת של החברות לדרישות הצרכן.
 - רשת האינטרנט הביאה למגמת חדשנות מתמדת בעקבות המודעות של החברות לדרישות הצרכנים.

2. רשת האינטרנט והשפעתה על העולם העסקי

2.1 התפתחות האינטרנט בעולם העסקי

רשת האינטרנט הביאה לשינויים רבים בעולם העסקי ובכלל. דרכי ההתקשרות של הצרכנים התשנו באופן משמעותי בעשור האחרון והמגמה נראית כזו אשר עתידה להימשך. בין השינויים על השוק העסקי ניתן לראות את ההערכות אשר מראות כי מרבית המכירות המקוונות עוברות דרך הרשתות החברתיות (Apăvăloaie, 2014). לדוגמא ניתן לציין את רשת הפייסבוק אשר מייצרת כמות גדולה מאוד של הפניות לאתרי סחר שונים. הבחירה של הצרכנים לבחור בשירותים של הרשתות החברתיות ברשת האינטרנט מביאה לגידול בכוחה של הפלטפורמה הזו (קול ולב און, 2014), וכך הדבר מתרחש עם פלטפורמות אחרות ועם טכנולוגיות אחרות מעולם האינטרנט אשר משפיעות על העולם העסקי.

כיום המסחר המקוון הפך להיות גורם רב חשיבות בעולם העסקי ורק למיעוט זעיר של עסקים בעולם המערבי אין נוכחות כלשהי באינטרנט בכלל ובמסחר המקוון בפרט (Constantinides, 2006). השפעות נוספות של הרשת על העולם העסקי תוארו במחקר כהגדלה של שיווק לאזורים רחבים יותר. העסק חייב להישאר מעודכן בצרכים של הלקוחות או שהוא עשוי לאבד את הרלוונטיות שלו באופן די מהיר. התחרות כבר אינה מקומית וכיום יש תחרות בכל רחבי העולם (Apăvăloaie, 2014).

החברות פועלות בצורה של סקרים, שאלונים ומשובים כדי לענות על הצרכים של הלקוחות שלהם. כמו כן חברות משקיעות סכומים גדולים הרבה יותר בפרסום דיגיטלי בשל החשיפה הרבה של צרכנים רבים לתכנים דיגיטליים. היא עושה זאת באמצעות SEO אשר מאפשרת לחברות להיות נוכחות באינטרנט ולהגיע למיליוני לקוחות פוטנציאליים בצורה מהירה (Assaad & Gómez, 2011). השפעה אחרת היא שיתוף פעולה עם עסקים אחרים באופן שלא היה קיים בעבר. בשל הרשת קל יותר לערוך שיתופי פעולה אשר לא צריכים להיות מוגבלים בזמן ובמקום תודות לרשת. דרך שימוש נוספת באינטרנט אשר השפיעה על העולם העסקי היא השימוש באינטרנט למען מחקר (Apăvăloaie, 2014).

חברות שונות משתמשות באינטרנט כדי למצוא רעיונות חדשים למוצרים חדשים, לפי צרכים ודרישות של צרכנים כפי שהם עולות ברשת. העסק יכול לבחון את התחרות שהוא צריך להתמודד איתה בצורה יותר קלה וכך הוא יכול להתמודד בצורה מהירה ולהתאים את המוצרים שלו לדרישות