

## עניינים תוכן

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| 2  | מבוא                                |
| 3  | רשת האינטרנט והשפעתה על העולם העסקי |
| 6  | ניהול אסטרטגי                       |
| 8  | דיון                                |
| 8  | סיכום ומסקנות                       |
| 9  | המלצות למנהלים                      |
| 10 | ביבליוגרפיה                         |

## מבוא

### נושא העבודה: השפעת רשת האינטרנט על האסטרטגיה של חברות

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 זו.

**שאלת מחקר:** מהן ההשפעות העיקריות של רשת האינטרנט על האסטרטגיה העסקית של חברות?

### חשיבות המחקר

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 כפי שיעשו במחקר

זה הן:

- א. רשת האינטרנט הביאה למודעות גוברת של החברות לדרישות הצרכן.  
ב. רשת האינטרנט הביאה לחידושים רבים בעקבות המודעות של החברות לדרישות הצרכנים.

## 1. רשת האינטרנט והשפעתה על העולם 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. רשת הפייסבוק מייצרות כמות גדולה מאוד שלה פניות לאתרי סחר שונים. הבחירה של הצרכנים לבחור בשירותים של הרשתות החברתיות ברשת האינטרנט מביאה לגידול בכוחה של הפלטפורמה הזו (קול ולב און, 2014).

המשתמשים מחליפים אינפורמציה בינם ומעדיפים את הביקורת של העמיתים לרשת על פני דעות מסחריות. אם בעבר הצרכן אשר חיפש מידע היה יכול למצוא רק מידע שעבר סינון ועריכה כיום הוא יכול לקבל מידע ממקורות שונים ללא ביקורת של ממש וללא פיקוח אשר קובע איזה מידע הוא עתיד לקבל. הדבר נכון גם לגבי הצרכן הפרטי אבל למעשה הוא נכון גם לחברות עסקיות אשר מבקשות להתאים את עצמם לשוק הצרכני המשתנה (קול ולב און, 2014).

ההתפתחות של המרחב של רשת האינטרנט הביאה עמה תופעות רבות אשר שינו את הדרך שבה אנשי מתנהלים באופן כללי ובעולם העסקי בפרט. אחת ההשפעות הללו היא הנגישות המחודשת למקורות מידע חדשים הזמינים לכל. מקורות מידע אלו מאירים מחדש את עולם התחרות העסקי בכל הנוגע למודיעין תחרותי. היא מאפשרת לחברות עסקיות רבות לקבל נגישות למידע שהיה בעבר כמעט בלתי נגיש לחלוטין, אלא אם החברה הייתה בעלת משאבים רבים (מרקוביץ', רבן ואפרת, 2016).