

استراتژی و کسب و کار پلت فرمی دیجیتال

مجید رفیعان اصفهانی

فارغ التحصیل دوره دکتری مدیریت کسب و کار (DBA) از دانشگاه علم و فرهنگ؛

majidrafieian@gmail.com

چکیده

امروزه با وجود شرایط پویا و متغیر حاکم بر حوزه کسب و کار و محیط های پر تلاطمی که شرکت ها و سازمان های مختلف در آن در حال فعالیت هستند، دستیابی به اهداف طولانی مدت، در عین سود آوری مداوم، امری بسیار پیچیده است که لازمه ی آن، ارزیابی دقیق و برنامه ریزی مداوم است. از این رو، مسأله مدیریت استراتژیک در چند دهه گذشته، به یکی از جذاب ترین و کاربردی ترین مسائل حوزه کسب و کار مبدل شده است. در پژوهش حاضر، مسأله برنامه ریزی استراتژیک برای کسب و کارهای "پلت فرمی" که دارای زیرساخت های دیجیتال هستند مورد بررسی قرار گرفته است. برای این منظور، جنبه های مختلف پلت فرم ها بررسی و در یک دسته بندی کلی ارائه شده است؛ سپس، مضامین مطرح در حوزه استراتژی کسب و کار دیجیتال بررسی شده و از ترکیب این موارد، نقشه راه جامعی جهت راهنمایی مدیران در برنامه ریزی استراتژیک برای پلت فرم های دیجیتال ارائه شده است. در نهایت، ضمن تعمیم آنالیز "SWOT" کسب و کارهای خطی به پلت فرم های دیجیتال، مطالعه موردی بر روی یکی از انواع این پلت فرم ها صورت گرفته است.

کلمات کلیدی: پلت فرم ها، مدیریت استراتژیک، استراتژی کسب و کار دیجیتال، آنالیز SWOT.