

بررسی راهکارهای تاثیرگذاری فناوری اطلاعات بر روی صنایع دارای استراتژی همسان در بازارهای رقابتی جهت کسب مزیت رقابتی

سید مجتبی حسینی رنانی

کارشناس کنترل پروژه، شرکت توزیع نیروی برق استان البرز، smo_hor@yahoo.com

:

چکیده

شرکت‌ها در بازارهای رقابتی بایستی بطور هوشمندانه به دنبال خلق و حفظ مزیت‌های رقابتی باشند تا از این طریق بتوانند ضمن غلبه بر رقبای خود برای ذینفعان ایجاد ارزش کنند. آنان از طریق سرمایه گذاری بر سیستم‌های اطلاعاتی درگیر کسب منافع تجاری و به خصوص مزیت رقابتی پایدار شده‌اند .

در این مقاله با استفاده از ترکیب یک مدل مفهومی تاثیرات اتخاذ فناوری اطلاعات بر عملیات نوآورانه بنگاه و مدل تیپ استراتژی‌های اتخاذ شده با اجزاء متشکله فناوری اطلاعات و تشریح اهمیت همراستایی استراتژیک، چارچوب پژوهش بنا شده است که به تبیین تاثیرات فناوری اطلاعات بر مجموعه‌ای از شرکت‌هایی که از یک تیپ استراتژی مشابه جهت کسب مزیت رقابتی تبعیت می‌کنند، می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: فناوری اطلاعات، مزیت رقابتی، همراستایی استراتژیک

۱- مقدمه

اهمیت فناوری اطلاعات و تاثیر آن بر صنایع مدت‌های زیادی می باشد که مورد توجه دانشگاهیان و پژوهشگران واقع شده است. امروزه بحث اقتصاد نوین و اقتصاد دیجیتالی مطرح است. پیشرفت تکنولوژیکی در علوم رایانه و ارتباطات با تسهیل برقراری ارتباط، افزایش سرعت، کاهش هزینه‌ها، عدم محدودیت مکانی و حذف محدودیت زمانی محیط تجارت را متلاطم‌تر ساخته است. [۱] از سوی دیگر از دیدگاه مباحث استراتژیک، شرکت‌ها می‌بایست برای خود یک مزیتی ایجاد کنند تا بتوانند در این محیط رقابتی، پایدار بمانند. فقط شرکت‌هایی که یک استراتژی با پایداری فوق العاده بالا را داشته باشند، به واسطه‌ی یک سطح فناوری بی‌همتای خود می‌توانند بهره‌مندی از یک سود مستمر بر اساس افزایش تعداد مصرف کنندگان وفادار به برند را امکانپذیر کنند. شرکت اینتل با دارا بودن یک جایگاه ویژه کسب و کار و با ایجاد یک سد غیر قابل تسخیر برای خود در هر مرحله، تلاش اختلال کننده تازه واردها را از ایجاد جایگاه برای خودشان را با شکست منجر می‌کند. [۲] مایکل پورتر در کتاب مباحثی در رقابت و استراتژی آورده است شرکت ها زمانی می توانند عملکرد بهتری نسبت به رقبا داشته باشند که بتوانند نقاط تمایز پایدار ایجاد کنند. [۳]

حال اگر شرکت‌ها بخواهند یکی از تیپ‌های استراتژیک شامل مدافعان، فرصت جوینان، تحلیلگران و منفعلان را انتخاب کنند آیا فناوری اطلاعات می‌بایست شیوه کارکردی خود را تغییر دهد؟ آیا تاثیرگذاری آن یکسان می‌باشد؟ همراستایی ابزارهای کاربردی فناوری اطلاعات همانند سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP) و مدیریت روابط با مشتریان (CRM) و کاربردهای فناوری اطلاعات در زنجیره تامین و اینترنت با نوع استراتژی اتخاذ شده چگونه انجام شود تا اهداف کلی، فعالیت‌ها، سازمان و سیستم‌های اطلاعاتی که آنها را پشتیبانی می‌کند با یکدیگر هارمونی داشته باشند؟
این مقاله با بهره‌گیری از تحقیقات اینترنتی و کتابخانه‌ای و با گسترش مدل ارائه شده در تحقیقات چن و تسو قصد دارد به شناسایی راههای فناوری اطلاعات موثر بر مزیت رقابتی شرکت‌های دارای تیپ استراتژی مشابه بپردازد .