



استراتژی‌های هوشمند در گسترش کسب و کارهای الکترونیکی با مدیریت دانش و اقتصاد مقاومتی

محمدرضا کشتکار^۱

۱- نویسنده مسئول و کارشناس مسئول امور پژوهشی سما مرو دشت و دانشجو کارشناسی ارشد کامپیوتر

چکیده

این مقاله به بررسی استراتژی‌های هوشمند در گسترش کسب و کارهای الکترونیکی با تمرکز بر مدیریت دانش و اقتصاد مقاومتی می‌پردازد. با گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی و الکترونیکی، کسب و کارهای الکترونیکی نیازمند استفاده از استراتژی‌های هوشمند و نوآورانه هستند تا بتوانند در مقابل رقابت کنند و در بازار جهانی به پایداری و موفقیت دست یابند. استراتژی‌های هوشمند در گسترش کسب و کارهای الکترونیکی می‌توانند شامل استفاده از داده‌های بزرگ، هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی و اینترنت اشیا باشند. با بهره‌گیری از این فناوری‌ها، کسب و کارهای الکترونیکی می‌توانند به بهبود عملکرد و کارایی، تحلیل داده‌ها، پیش‌بینی رفتار مشتریان و بهبود تجربه کاربری بپردازند. در این مقاله، به بررسی استراتژی‌های هوشمند در مدیریت دانش و اقتصاد مقاومتی نیز می‌پردازیم.

کلیدواژه‌ها: استراتژی هوشمند، کسب و کار الکترونیکی، مدیریت دانش، اقتصاد مقاومتی.

مقدمه

پژوهش در زمینه مدل‌های کسب و کار هم در مراکز دانشگاهی و پژوهشی و هم شرکت‌های مشاوره‌ای در حال افزایش است. برخی مدل‌های کسب و کار اینترنتی را مطالعه کرده‌اند، گروهی درباره مدل‌های کسب و کار الکترونیکی یا مدل‌های کسب و کار مبتنی بر وب و برخی دیگر به صورت کلی درباره مفهوم مدل‌های کسب و کار به پژوهش پرداخته‌اند (محمدیان، ۲۰۰۵). اما باید در نظر داشت که مفهوم مدل‌های کسب و کار هم زمان با رشد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی ظهور یافته است. بنابراین، این واژه‌ها در بیشتر پژوهش‌ها به جای یکدیگر به کار رفته‌اند و تفاوتی میان آنها وجود ندارد. ظهور اینترنت موجب تسهیل ورود تازه واردان و در پی آن افزایش تعداد رقبا در بازارهای مختلف شد. کسب و کارها برای موفقیت در این رقابت باید الگوی کسب و کار مناسبی داشته باشند. بنابراین می‌توان اظهار داشت که مفهوم الگوی کسب و کار تقریباً از زمانی که استفاده از اینترنت شدت یافت، رواج بیشتری یافت. از زمانی که این مفهوم شکل گرفت تا به امروز در حوزه‌های مختلفی همچون ارائه تعاریف متعدد، تعیین مؤلفه‌ها و اجزای تشکیل دهنده، طبقه‌بندی و نحوه نمایش انواع الگوهای کسب و کار مطالعات بسیاری انجام پذیرفته است. اما ارزیابی و تغییر حوزه‌هایی است که نسبتاً کمتر به آن توجه شده است. از آنجایی که ارزیابی لازمه هرگونه تغییر است لذا مستلزم توجه ویژه‌ای است. اکثر مطالعات صورت گرفته حول ارزیابی الگوهای کسب و کار روی دو جنبه تمرکز داشتند. عده‌ای برای ارزیابی الگوی کسب



وکار بر روی شناسایی ابعاد تشکیل دهنده آن تمرکز کردند اما معیاری که بتواند این ابعاد را ارزیابی کند ارائه ندادند. عده ای دیگر هم یا معیارهای محدودی را بیان کرده اند و یا معیارهایی ارائه دادند که برای ارزیابی یک طبقه خاص از الگوهای کسب وکار کاربرد دارد و لذا فراگیر نیستند. در دنیای امروز کسب و کار بخش زیادی از فعالیتهای مبتنی بر اطلاعات هستند و زمان کمتری برای کسب تجربه و به دست آوردن دانش در دسترس است در این شرایط سازمانها بر اساس میزان دانش خود با یکدیگر به رقابت می پردازند محصولات و خدمات سازمانها هر روز پیچیده تر و سهم اطلاعات در آنها بیشتر میشود در این میان مدیریت دانش با در اختیار داشتن ابزارهای لازم، فرصت خوبی برای بهبود در عملکرد و همچنین ایجاد مزیت رقابتی فراهم میکند(جعفرنژاد و سفیری، ۱۳۸۶) اهمیت توجه به دانش در سازمانها در بیست سال اخیر چه در حوزه تئوریک و چه در عمل به طور قابل ملاحظه ای افزایش یافته است دانش همواره یک دارایی با ارزش در ساختن قابلیت های افراد و شرکتها مطرح است. سازمانها برای موفقیت و رقابتی بودن در محیط پرفراز و نشیب نیاز دارند تا از راهبردهای قابل انطباق و هوشمندی مشتمل بر رویه ها و فرایندهای مدیریت دانش بهره جویی کنند. براین اساس مدیریت دانش به عنوان یکی از راههای دستیابی عملکرد مطلوب در سازمانها برای موفقیت و رقابتی بودن در محیط امروزی الزامی است(استانی و همکاران، ۱۳۹۱) امروزه اهمیت مدیریت دانش به عنوان یک سلاح مهم برای حفظ مزیت رقابتی و بهبود عملکرد سازمانها به رسمیت شناخته شده است و نتایج پژوهش های متعدد صورت گرفته در نقاط مختلف دنیا حاکی از اثر مستقیم مدیریت دانش بر بهبود عملکرد می باشد به طوری که اگر کیفیت دانش سازمانی خوب باشد می توان انتظار داشت که عملکرد سازمان به میزان قابل توجهی بهبود یابد. محققین معتقدند مدیریت دانش میتواند عملکرد سازمانی را با قادر ساختن شرکت به عملکرد هوشمندانه تر بهبود بخشد(زید و همکاران، ۲۰۱۲) هر سازمان برای دستیابی به اهداف خود از مجموعه دانشی استفاده میکنند که نزد تک افراد و در ذهن آنها انباشته شده است در صورت عدم استفاده از این دانشها میتوان شکست سازمان یا بالا بودن هزینههای ناشی از تکرار برخی از فرایندهای تصمیم گیری عدم استفاده مطلوب از سوابق تجربی را انتظار داشت به همین دلیل سازمانهای پیشرو اقدام به جمع آوری دانش نهفته نزد پرسنل و گروههای کاری میکنند که به آن سرمایه دانش گفته میشود. امروزه سرمایه های واقعی یک سازمان تنها سرمایههای مالی و فیزیکی نیست بلکه سرمایه دانش افراد مهمتر از آن دو بوده و باید بیشتر مورد توجه مدیران قرار گیرد(گاتچاک ۲۰۰۷) هدف سازمان از مدیریت دانش در حقیقت همان هدف راهبرد سیستم مدیریت دانش است، یعنی بهبود توانایی پاسخگویی و یادگیری سازمان با استفاده از سیستم مدیریت دانش، همچنین افزایش دانش و استعداد فکری کارکنان و از همه مهمتر بهبود بهره وری تولید و همچنین افزایش سودآوری از طریق سیستم مدیریت دانش است (یاری و ودادی، ۱۳۹۵) با توجه به اهمیت و اثراتی که مدیریت دانش بر سازمان دارد همواره میبایست اثرات سیستم مدیریت دانش بر عملکرد سازمان سنجدیده و اندازگیری شود. عملکرد سازمان میتواند دستیابی و یا فراتر رفتن از اهداف سازمانی، اجتماعی و انجام مسئولیتهایی که فرد برعهده دارد و با اندازه گیری نتایج تعریف کرد

مبانی نظری پژوهش

الگوی کسب وکار. اصطلاح الگوی کسب وکار که از دو مفهوم "الگو" و "کسب وکار" تشکیل شده است به معنای بازنمایی منطق انجام فرآیندها و فعالیتهای به منظور درآمدزایی توسط شرکت است. عدهای بر این باورند که الگوی کسب وکار چگونگی اکتساب و/یا خلق ارزش توسط کسب وکار را تشریح میکند (لیندر و کانترل، ۲۰۰۰؛ آمیت و زات، ۲۰۰۱). تعداد زیادی از پژوهشگران نیز تلاش کردند تا با تشریح اجزای اصلی تشکیل دهنده الگوی کسب وکار و روابط میان این اجزاء تعریفی از الگوی کسب وکار ارائه دهند.

الگوهای کسب و کار الکترونیکی

بر اساس یکی از اولین تعاریف توسط کالاکوتا و دیگران (۱۹۹۱) کسب و کار الکترونیکی به الگوهای کسب و کاری اشاره دارد که حول فناوری های شبکه ای ساخته می شوند. توربن و دیگران (۲۰۰۲) به طور مشخص تری بیان کردند که کسب و کارهای الکترونیکی تنها خرید و فروش کالاها و خدمات نیست، بلکه خدمت کردن به مشتریان، همکاری با شرکای کسب و کار و انجام تراکنش های الکترونیکی داخل یک سازمان است (هورستی و دیگران، ۲۰۰۵). ویل و وایتل (۲۰۰۱) تعریفی کاربردی از الگوهای کسب و کار الکترونیکی بیان کرده اند: "الگوی کسب و کار الکترونیکی توصیفی از نقش ها و روابط میان مصرف کنندگان، مشتریان، متحدان، و تأمین کنندگانی است که جریان های اصلی محصول، اطلاعات و پول و منافع اصلی شرکا را شناسایی می کند".

تعاریف مدیریت دانش

- مدیریت دانش شامل روش های بهبود و ابزار الات عملی است که به مدیریت کمک می کند تا در هر سطح و ناحیه ای در سازمان منجر به بهبود روش های کاری و محصولات شود (شفیعا و همکاران، ۱۳۸۶).
- مدیریت دانش فرایند خاص سازمانی و سیستماتیک برای کسب، سازماندهی، نگهداری، کاربرد، پخش و خلق دوباره دانش صریح و ضمنی کارکنان برای افزایش عملکرد سازمان و ارزش آفرینی (شفیعا و همکاران، ۱۳۸۶).
- فرایند مدیریت دانش به دنبال گردآوری، شکل دادن، نگهداری و اشاعه آن دانش است (رجایی پور، ۱۳۸۷).
- مدیریت دانش: عبارتند از فرایند های ایجاد، سازماندهی، اشاعه و حصول اطمینان از درک اطلاعات مورد نیاز برای انجام یک کار (ناظم، ۱۳۸۶).
- مدیریت دانش: عبارتند از ایجاد، نوسازی، استفاده و اهرم قرار دادن دانش و دیگر دارائی های سرمایه فکری به صورت ظریف و نظامند جهت حداکثر سازی اثر بخشی و بازدهی دانش محور کارکنان و سازمان (صلواتی، ۱۳۸۸).

مولفه های مدیریت دانش

- تشخیص دانش:** تشخیص نیاز های دانشی یکی از مولفه های مهم در مدیریت دانش به شمار می آید چرا که در فرایند مدیریت دانش، تشخیص دانش مورد لزوم سازمان گام موثری در پیشبرد صحیح بقیه مراحل و نحوه آموزش آن ایفا می کند.
- تحصیل دانش:** تحصیل دانش در یک سازمان دانش محور که پایه آموزش نیزمی باشد به دو صورت کلی زیر محقق می شود:
- الف) کسب دانش:** مستقیم ترین و گاهی موثرترین راه کسب دانش بیرونی خرید آن است. یعنی خرید سازمان یا استخدام فرد یا افرادی که از دانش مورد نیاز بر خوردارند.
- ب) خلق دانش:** مقدمه مدیریت دانش، خلق دانش و به تبع آن یادگیری سازمانی است، زیرا با ایجاد دانش است که می توان بر آن مدیریت کرد.

بکار گیری دانش: اصولا استفاده موثر از دانش، معیار و شاخص مناسبی برای تعیین موفقیت فعالیت های است که در فرایند مدیریت دانش معرفی شده اند. زیرا بهره برداری و بکار گیری دانش تنها راه عینیت بخشیدن به دانش و دستیابی به نتایج ملموس آن است .

اشتراک دانش: اشتراک دانش و توزیع دانش در جوامع و سازمان ها معاصر مطلقا امر ضروری است. دانش نباید در کنجی از سازمان و در ذهن گروه خاصی حبس گردد، بلکه باید در گسترده سازمان و بین اعضا سازمان توزیع شود.
توسعه دانش: توسعه مناسب دانش نقش موثری در دیگر عوامل مدیریت دانش به ویژه تحصیل و بکارگیری دانش دارد. که آن نیز به طبع خود برآموزش اثر می گذارد. توسعه دانش در یک سازمان دانش محور به روش هایی مختلفی امکان پذیر است.

نگهداری دانش: در سازمان، دانشی را که در مرحله تحصیل دانش، ایجاد شده است و می تواند به عملکرد بهتر سازمان به نحوی یاری دهد در حافظه سازمانی نگهداری و حفظ می شود (شاهقلیان، ۱۳۸۶).

فرایند های مدیریت دانش

سیستم های مدیریت دانش به منظور تحقق اهداف خود باید فعالیت یا فرایند ها را به کار گیرد. در این راستا فرایند های متنوعی ارائه شده است، که با توجه به فعالیت های و فرایندهای بیان شده می توان آنها را در قالب زیر تلفیق نمود.

فرایند خلق دانش

اولین مرحله از مراحل وسیع فرایند مدیریت دانش است، دانش در سازمان در دو چرخه متمایز شخصی و گروهی خلق می شود. دانش شخصی وقتی در بافت سازمان به کار می رود دانش جدیدی خلق می کند که می توان آن را دانش سازمان نامید. چرخه دانش جمعی از کاربرد دانش شخصی در بافت سازمان بوجود می آید که می توان آنرا دانش سازمان نیز نامید. دانش سازمان شامل انواع دانش فراورده ای، دانش فرایندی، دانش رقابتی، دانش تکنیکی و ... می باشد .

فرایند اکتساب دانش (برداشت)

فرایند برداشت یا اکتساب دانش برای پاسخگویی به نیاز های فعلی و قابل پیش بینی آینده و تحقق اثر بخشی هدف ها ضروری است. دانش را می توان از طریق مکانیزم های مختلفی کسب کرد به منظور شناسایی مکانیزم اکتساب دانش می توان آن را در دو طبقه قرار داد: منبع درون سازمان و منبع بیرون سازمان. منبع درونی اکتساب دانش، ذهن کارکنان یا پایگاه داده های سازمان که به شکل اطلاعات کد گذاری شده است می باشد. منبع بیرونی اکتساب دانش، که دانش جدید را وارد سازمان می کند که به دو طریق صورت می گیرد:

الف) الگو برداری: در این روش سازمان عملیات مالی را از دیدگاه رقبا شناسایی می کند و موفقیت آنها را به عنوان الگوی خود قرار می دهد. بدین منظور وضعیت فعلی خود را با معیار های آنها مقایسه و ارزیابی می کند. شکاف ها و شناسایی و راه حل ها طراحی می شود. دانش جدید به عنوان معیار های موفقیت سازمان مرجع وارد سازمان می شود .

ب) همکاری بین سازمانی: در این روش دانش جدید از طریق سهیم سازی و اشاعه تکنولوژی، جابجایی کارکنان در بین سازمان ها، ارتباط با شرکا و وارد سازمان می شود.



فرایند پالایش: در مقابل فرایند برداشت که اجازه ورود هر دانش را به سازمان می دهد فرایند پالایش قرار دارد. سازمان باید با استفاده از مکانیزم های منطقی از ورود دانش غیر ضروری جلوگیری کند و فقط دانش مفید و قابل کاربرد اجازه ورود به سازمان را داشته باشد. برای تحقق این هدف تیم مدیریت سازمان می تواند با استفاده از بصیرت ها، ماموریت ها و هدف ها سازمان چهار چوبی برای ارزیابی دانش فراهم کند.

فرایند سازماندهی: در این فرایند، سازمان مجموعه عظیم دانش را بعد از ورود آن به پایگاه دانش، برای کاربرد باید ذخیره و سازماندهی کند. فرایند سازماندهی در هر کجای سازمان ممکن است صورت گیرد که علوی این امکان ها را چنین لیست کرده است: ۱. حافظه سازمانی ۲. افراد ۳. فرهنگ سازمان ۴. روش های یادگیری، درک، تفکر، احساس، سهیم سازی و انتقال بین اعضای سازمان ۵. فرایند و رویه ها ۶. اکولوژی: محل های فیزیکی ۷. بایگانی ها (دیجیتالی و کاغذی) ۸. هدف های نهایی این مرحله، کمک به اعضای سازمان جهت دسترسی به دانش لازم در فرایند های اخذ تصمیم است.

فرایند توزیع دانش (سهیم سازی یا اشاعه): این فرایند عبارت است از توزیع دانش تا نقاط فعالیت و حتی فراتر از آن، به بیرون سازمان است. عوامل متعدد از جمله تسهیلات ارتباطی و فرهنگ سازمانی می توانند به این فرایند کمک کنند در مورد تسهیلات ارتباطی باکمن* بیان می کند که یکی از مقاصد اصلی مدیریت دانش تسهیل ارتباطات در تمام قلمرو های سازمان است تا اعضای سازمان با همکاری هم چالش ها و فرصت های پنهان را شناسایی کنند. در خصوص اهمیت فرهنگ در دانش سازمانی و اشاعه آن می توان گفت فرهنگ منجر به خلق محیط های هماهنگ ساز سینرژیک می شود. اگر در سازمانی ارزش ها و فرهنگ ها به تشویق یادگیری و دانش سازی بپردازد، تمام کارکرد های سازمان تغییر می کند(شرم، ۲۰۰۳).

فرایند کاربرد یا اعمال قدرت دانش: از دیدگاه اکثر پژوهشگران از جمله فیفروستن^۱ مهمترین فرایند می باشد آنها بیان می کنند که مزیت رقابتی متعلق به سازمان هایی که بهترین دارائی های دانش را دارند، نیست بلکه متعلق به سازمان هایی است که به بهترین صورت از دانش خود در عمل استفاده می نمایند. اگر دانش تبدیل به عمل نشود و فعالیت های سازمانی براساس دانش سازمان نباشد همه فعالیت ها و فرایند های مدیریت دانش عقیم و بی اثر است. کاربرد دانش باعث می شود شکاف بین دانستن با عمل کردن از بین برود و حلقه مهم بازخورد، یادگیری باانجام دادن و کاربرد به وجود آید. همچنین فرایند کاربرد دانش، خلق سناریوی یادگیری زمینه ای از کاربرد دانش را ممکن می کند، علی رغم این که یادگیری به این روش بسیار مشکل است اما در خلق دانش بسیار مهم است زیرا مستلزم فرا تحلیل و ارزیابی فرایند هاست و به همین علت اغلب در سازمان ها فراموش می شود. فیفروستن سه رویکرد را برای کاربرد دانش پیشنهاد می دهند:

۱. ایجاد یک بخش فرعی در سازمان که از راه های منفعل موجود رها باشد و در عین حال نسبت به راه های قدیمی وفادار .

۲. ایجاد فضایی که اعضای سازمان به طور مستمر سنت ها و روال های سازمان را زیر سوال ببرند.

۳. تلاش رهبران سازمان در راستای خلق فرهنگی که کاربرد دانش را تشویق کند (ناظم ، ۱۳۸۶).

بحث و نتیجه گیری

سرعت بالای توسعه تکنولوژی های جدید و ارتباطات دیجیتال منجر به افزایش اهمیت مدیریت دانش به عنوان یک منبع حیاتی برای کسب مزیت رقابتی و کسب و کارهای الکترونیکی گردیده است. نبود فضای رقابتی در بین کسب و کارها

۱. Bakman

۲. Fifrosten



دانشگاه فرهنگیان
فردوس



دلیلی برای عدم توجه به مقوله مدیریت دانش نیست. کسب و کارها باید با مقایسه بین وضعیت کنونی و گذشته خود سعی در بهبود ارائه خدمات به ارباب رجوع بوده و تلاش کنند تا فرایندهای درونی خود را به نحو اثربخشی انجام دهند. مدیریت دانش با تسهیم دانش در کسب و کارها و به حافظه سپردن دانش افراد در حافظه کسب و کارها می تواند کارکنانی دانشی بار آورد که پاسخگوی نیاز مراجعین خود باشد. مراجعینی که روز به روز آگاه تر می شوند و توقعات بالاتری را از کسب و کارها دارند. در چنین فضایی خلق و مبادله دانش یک فاکتور اساسی در کسب و کارها برای ارائه خدمات بهتر و تصمیم گیری های منطقی تر می باشد. در این پژوهش سعی شده است که استراتژی های هوشمند در گسترش کسب و کارهای الکترونیکی با مدیریت دانش و اقتصاد مقاومتی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع و ماخذ

استانی، محمدی؛ شعبانی، مرتضی؛ رجاییپور، احمد (۱۳۹۱) استقرار مدیریت دانش بین کتابداران « دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، مجله آموزش در علوم پزشکی، شماره ۱۲، صص ۱۶۷-۱۶۸

یاری، زهرا؛ ودادی، احمد (۱۳۹۵) تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمان در شرکت پارس خودرو» فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری دوره ۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۵، صص ۲۴۳-۲۴۴

ناظم، فتاح (۱۳۸۹). مدیریت دانش در مناطق مختلف دانشگاه آزاد اسلامی، فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی، سال پنجم، شماره دوم.

Gottschalk, P. (۲۰۰۷). Sharing Knowledge in Law Firms. *International Journal of Innovation and Learning*, ۴(۳), ۲۵۵-۲۷۳.

Zaied, A., Soliman Hussein, G& . Hassan, M. (۲۰۱۲). The role of knowledge management in enhancing organizational performance. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*, ۴ (۵), ۲۷-۳۵

Shyrme, David J (۲۰۰۳) "Knowledge Management: Making Sense of an Oxymoron.
Farago, John & Skyrme, David (۱۹۹۵), "The Learning Organization" Dale, Rebecca (۱۹۹۹) "Knowledge Management"

Downport, T., & Prozac, L., (۱۹۹۸), Knowledge Management, Translated by Hossein Rahman Seresht Iran Khodro Engineering Design & Supply, 1st edition