

نقش نوآوری دیجیتال در سیستم‌های مدیریت دانش

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
دانشگاه علامه طباطبائی
مركز مطالعات و تحقيقات فناوري

مقدمه

اتخاذ راه‌حل‌های فناوری برای توسعه فرایندها و محصولات جدید، عادات و روش‌های خوب، ظرفیت نوآوری شرکت‌ها را افزایش می‌دهد و آنها را قادر می‌سازد تا نیازهای بازار مداوم در حال تغییر را برآورده کنند. در حقیقت، تحول دیجیتال^۱ انتشار اطلاعات و روش‌های خوب را با استفاده از داده‌های بزرگ^۲ تسهیل می‌کند. استفاده از داده‌های بزرگ، کسب و تبادل دانش بین شرکت و محیط خارجی

نوآوری یک مفهوم چند بعدی است که شامل جنبه‌های سازمانی و رویه‌ای یک شرکت است، با هدف بهبود عملکرد از نظر بهره‌وری تولید یا کاهش هزینه‌های تولید. گشودگی نسبت به نوآوری، تمایل شرکت به تغییر را از طریق رویکردی با هدف دستیابی به یک مزیت رقابتی ناشی از بهره‌برداری از ایده‌های جدید و فناوری‌های جدید، اندازه‌گیری می‌کند.

نصرااله تختائی | حامد شامدیل



را تشویق می‌کند. به‌عنوان مجموعه داده‌های بزرگ حاوی ناهمگونی اطلاعات، به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا محتوای دیجیتالی غنی را برای مدت طولانی جمع‌آوری، مدیریت و حفظ کنند. علاوه بر این، دانستن وضعیت فرایندها و منابع از طریق سیستم‌های تجزیه و تحلیل مدرن و پیشرفته‌تر و تشخیص میزان روابط متقابل بین اطلاعات موجود در پایگاه داده، یک مزیت رقابتی برای شرکت ایجاد می‌کند. بنابراین، نوآوری همچنین به‌عنوان یک مسئله حاکمیت پیکربندی می‌شود، که بر مدل کسب و کار تأثیر می‌گذارد و کارآفرینان را وادار به توسعه استراتژی‌های مداخله‌ای می‌کند که قادر به ارضای شرایط احتمالی بازار جهانی شده و آزاد شده است. به‌طور خاص، شرکت‌ها آگاهی خاصی از عوامل مرتبط با فرایندهای تولید و مصرف ایجاد کرده‌اند. بنابراین، آنها سعی می‌کنند بدون کاهش سود، مدل‌های مدیریتی خود را برای محدود کردن تأثیرات منفی فعالیت تجاری خود تغییر دهند.

در این زمینه، باید فضایی برای شیوه‌هایی ایجاد شود که مرکزیت دانش و سیستم‌های



مدیریت دانش را بهبود بخشند و از ایجاد سیستم‌های مشترک و یکپارچه برای بهبود عملکرد تجاری حمایت کنند.

نوآوری دیجیتال

در دسترس بودن اطلاعات و مدیریت دانش، فرایندهای نوآوری شرکت‌ها را به سمت یک مزیت رقابتی مهم‌تر سوق می‌دهد. در واقع، همگام شدن با پیشرفت سریع نوآوری برای شرکت‌ها به‌طور فزاینده‌ای دشوار شده است، که مجبور به استفاده از یک شبکه مشترک در داخل و خارج از سازمان می‌شوند که برای ترویج اشتراک دانش و نوآوری مفید است.

طبق نظریه نوآوری باز، یک رویکرد شناختی جامع باید به شرکت اجازه دهد تا از دانش داخلی کارآمد بهره‌برداری کند و دانش خارجی را در مورد محیط پویا جذب می‌کند. از سوی دیگر، نوآوری به‌عنوان ابزاری تعریف شده است که «دانش موجود را به روش‌های جدید ترکیب می‌کند» و برجسته‌سازی محدودیت‌ها و پتانسیل بستر شناختی سازمان برای تشویق توسعه و نوآوری‌های پایدار است.

سیستم‌های مدیریت دانش

سیستم‌های مدیریت دانش اجازه می‌دهد تا استفاده از منابع ملموس به حداکثر برسد، زیرا هدف آن کسب و بهره‌برداری از داده‌ها برای افزایش عملکرد و بهبود مدیریت فرایند است. بنابراین، ساخت یک معماری شناختی قوی قادر به تضمین بهره‌برداری و حفاظت از اطلاعات می‌تواند از طریق زیرساخت‌های هوشمند و تکنیک‌های همکاری مبتنی بر تعامل، از فرایندهای نوآوری شرکت پشتیبانی کند. از این رو، سیستم‌های مدیریت دانش عملکرد شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد زیرا منجر به نوآوری می‌شود، که در نتیجه مزیت رقابتی را افزایش می‌دهد.

طبقه‌بندی دانش جمع‌آوری شده توسط این شرکت، به نفع بهره‌برداری از اطلاعات موجود به‌عنوان محرکی برای نوآوری، به منظور ترکیب آن با دانش جدیدی که از طریق عملکرد این نوآوری به‌دست آمده است. این نقش سیستم‌های مدیریت دانش را نه تنها از نظر کارایی فرایندهای تخصیص دانش داخلی و خارجی به سازمان، بلکه همچنین در بهره‌برداری از پتانسیل نوآورانه شرکت در چندین سطح برجسته می‌کند. این امر بر مدل کسب و کار شرکت، به نفع گفتگو بین بازیگران شرکت و همسویی استراتژی‌ها و توانایی‌ها

عملکرد تجاری را می‌شناسد، باعث بهبود کارایی و کیفیت دانش در فرایندهای سازمانی و استراتژیک می‌شود و تأیید می‌کند که استفاده ترکیبی از منابع انسانی و فناوری یک مزیت رقابتی ایجاد می‌کند. مهم‌تر از همه، این بررسی ادبیات سیستماتیک نشان می‌دهد که در بازار جهانی کنونی، استراتژی‌های اینترنت اشیا، همراه با سیستم‌های مدیریت دانش، یک موتور برای توسعه داده‌های بزرگ‌های جدید با استفاده از اقدامات نوآورانه، به سمت اقتصاد پایدار توسعه، که میزان مسئولیت اجتماعی را افزایش می‌دهد و اعتبار شرکت را افزایش می‌دهد. الگوی نوآوری باز نشان می‌دهد که یک رویکرد جامع شناختی برای حاکمیت شرکتی، مبتنی بر رژیم همکاری بین منابع داخلی و خارجی برای ایجاد ارزش، امکان تعریف مجدد مدل‌های تجاری را که در آن دانش به‌صورت افقی توسعه می‌یابد، باز می‌کند. این امر با مشارکت همه بازیگران درگیر در اکوسیستم سازمانی برای دستیابی به یک مزیت رقابتی بلند مدت و پایدار حاصل می‌شود.

نتیجه‌گیری، محدودیت‌ها و چشم‌انداز آینده این مطالعه با



گسترده‌ای از داده‌ها و راه‌های شناسایی دانش قابل بهره‌برداری در کل زنجیره سازمانی را ساده می‌کند.

«توانایی پیش‌بینی» سیستم‌های تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ درجه ارتباط متقابل بین اطلاعات را افزایش می‌دهد، به شرکت اجازه می‌دهد تا آگهانه برای دستیابی به عملکرد بالاتر تصمیم بگیرد. بنابراین، نوآوری ماهیتی رادیکال به خود می‌گیرد زیرا بر انتخاب‌های تجاری تأثیر می‌گذارد و بر سایر شرکت‌های وابسته تأثیر می‌گذارد. این «اثر دومینو» انتقال دانش همچنین بر مشکلات مربوط به هزینه‌های بالای به‌روزرسانی فناوری و دیجیتال غلبه می‌کند و دانش کارکنان را از مهارت‌های جدید فناوری که شرکت برای رقابت بیشتر استفاده می‌کند، افزایش می‌دهد. مطالعات متعدد تأثیر مثبت داده‌های بزرگ بر عملکرد را تأیید می‌کند، نشان می‌دهد که استفاده از سیستم‌های باز و نوآورانه یک توانایی استراتژیک یکپارچه را در بخش‌های تجاری مبتنی بر اشتراک و تبادل دانش چند رشته‌ای ایجاد می‌کند.

از این طریق، مطالعه ما نشان می‌دهد که ادبیات مربوط به سیستم‌های مدیریت دانش تأثیر نوآوری دیجیتال بر

(از جمله منابع) تأثیر می‌گذارد.

نوآوری دیجیتال و سیستم‌های مدیریت دانش

بررسی‌ها نشان می‌دهد که نوآوری دیجیتال از درون، فرایندهای تجاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بر طراحی استراتژیک شرکت‌هایی که از فناوری‌های اطلاعاتی جدید برای هدایت مدل کسب و کار خود استفاده می‌کنند، به ویژه به معنای پایدار، تأثیر می‌گذارد. در درجه اول، نوآوری امکان استفاده بهتر از دانش شرکت را فراهم می‌کند. تشویق به اجرای سیستم‌های مدیریت دانش که دسترسی به اطلاعات بیشتر را تضمین می‌کند، تأثیرگذاری بر برنامه‌ریزی سرمایه‌گذاری، ارزیابی هزینه‌ها و ایجاد اثرات مثبت بر بازده. سیستم‌های مدیریت دانش، نقش اصلی را در اجرا و اداره داده‌های بزرگ دارد. بنابراین، باید برای تسهیل حاکمیت شرکتی و پشتیبانی از تصمیمات استراتژیک موثرتر، شامل داده‌های بزرگ باشد. درجه انتقال، به اشتراک‌گذاری و بهره‌برداری از دانش، از طریق اجرای فرایندهای یادگیری مشارکتی و بین‌سازمانی که از حجم گسترده‌ای از اطلاعات بهره‌برداری می‌کنند، به همکاری کلیه بخش‌های شرکت نیاز دارد. ابزارهای اینترنت اشیا، به‌طور خاص، حاوی مقادیر

هدف بررسی نقش سیستم‌های مدیریت دانش در عصر تحول دیجیتال، به‌ویژه از نظر حاکمیت شرکتی، ادبیات موجود در مورد سیستم‌های مدیریت دانش را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. نتایج نشان داد که ابزارهایی مانند اینترنت اشیا و داده‌های بزرگ اقتصاد کنونی جهان را با افزایش رقابت شرکت‌ها، تضمین دسترسی به جریان وسیع داده‌ها و اطلاعات، پردازش شده از طریق نرم‌افزار مؤثر، قادر به برجسته کردن میزان همبستگی بین دانش مفید بخش‌های شرکت می‌شود. علاوه بر این، دانش حداکثر پتانسیل خود را هنگامی بیان می‌کند که توسط شرکت (Usai، Scuotto، Murray، Fiano، (Dezi) به‌طور مناسب مورد بهره‌برداری قرار گیرد، از طریق فرایندهای اشتراک داخلی و خارجی، که دانش فنی شرکت را غنی می‌کند. با این وجود، هنوز جای زیادی برای بحث در مورد نقش سیستم‌های مدیریت دانش در چهارچوب حاکمیت شرکتی و مدل‌های تجاری در جهت نوآوری دیجیتال وجود دارد که همچنان محدود است. یافته‌های ما همچنین نشان می‌دهد که داده‌های بزرگ به «نیاز به مدیریت» تبدیل شده است زیرا امکان تجزیه و تحلیل ترجیحات کاربر و روند هزینه و همچنین پیش‌بینی رفتار بازارها را فراهم می‌کند. به‌طور دقیق‌تر، تحول دیجیتال و ابزارهای آن یک راه حل استراتژیک یکپارچه ارائه می‌دهند که به‌طور عملی حاکمیت تجارت را هدایت می‌کند. در این سناریو، سیستم‌های مدیریت دانش نقش مهمی در اطمینان از بهینه‌سازی فناوری‌ها و منابع، توسعه استراتژی‌های تقسیم دانش در دسترس همه اپراتورهای شرکت و حمایت از مدیران در فرایندهای تصمیم‌گیری آنها دارد. در عین حال، ابزارهای نوآوری پذیرفته

شده در سیستم‌های مدیریت دانش امکان بهینه‌سازی فرایندها را فراهم می‌کند و شرکت را به سمت مدل‌های نوآورانه و پایدار تجاری جهت دستیابی به عملکرد بهتر سوق می‌دهد. این مدل‌های تجاری با سیستم عامل‌های «باز» مشخص می‌شوند که از طریق بهره‌برداری از پتانسیل شرکت، به سمت مبادله آزاد اخبار و تخصیص دانش سوق داده می‌شوند. با اتخاذ استراتژی‌های نوآورانه، شرکت‌ها همچنین می‌توانند از رفتارهای پایدارتر، که مسئولیت اجتماعی شرکت را با سهامداران بهبود می‌بخشد، حمایت کنند. ذینفعان به‌طور فزاینده‌ای نسبت به نیاز به سازش سود اقتصادی و رفاه اجتماعی حساس هستند و از ابزارهای نوآورانه‌ای برای اندازه‌گیری تأثیرات زیست‌محیطی فعالیت‌های شرکت و ایجاد ارزش طولانی مدت استفاده می‌کنند. بنابراین، توسعه فرهنگ نوین نوآوری توسط شرکت‌ها می‌تواند استفاده از سیستم‌های مدیریت دانش را برای حمایت از استراتژی‌های حاکمیت معطوف به اشکال جدید تجارت پایدار در طول زمان افزایش دهد. اگر نوآوری منجر به ساخت مدل‌های ماندگار تجاری نشود که بتوانند خود را با شرایط متغیر بازار و نیازهای ذینفعان منطبق کنند، این خود هدفی است. در واقع، این دسترسی به سیستم‌های پیشرفته نوآوری دیجیتال نیاز به سرمایه‌گذاری قابل توجهی از سوی شرکت‌ها دارد؛ شرکت‌هایی که خود را در معرض هزینه‌های زیاد و خطرات عظیم ناشی از عدم باز یافت سرمایه استفاده شده قرار می‌دهند. بنابراین، توصیه می‌شود مشوق‌ها و اقدامات حمایتی، با هدف شرکت‌ها و دنیای تولید، برای حمایت از توسعه و به

اشتراک‌گذاری ابتکارات دانش جدید برای خدمات جدید یا برای تکمیل خدمات موجود، با هدف اقتصاد فراگیر و پایدار انجام شود. این مطالعه محدودیت‌های یک تحلیل نظری را ارائه می‌دهد. تجزیه و تحلیل باید به آزمایشات تجربی بر روی رفتار شرکت‌ها گسترش یابد تا تأثیر بالقوه سیستم‌های مدیریت دانش را از طریق نوآوری دیجیتال درک کند، برای دستیابی به یک مدل کسب و کار پایدار گرا و مزیت رقابتی پایدار.

پی‌نوشت‌ها:

- 1- digital transformation
- 2- Big Data
- 3- corporate social responsibility

نصراً له تخطائی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول، گروه حسابداری، دزفول، خوزستان، ایران
حامد شامدیل: دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، گروه مدیریت، دزفول، خوزستان، ایران

