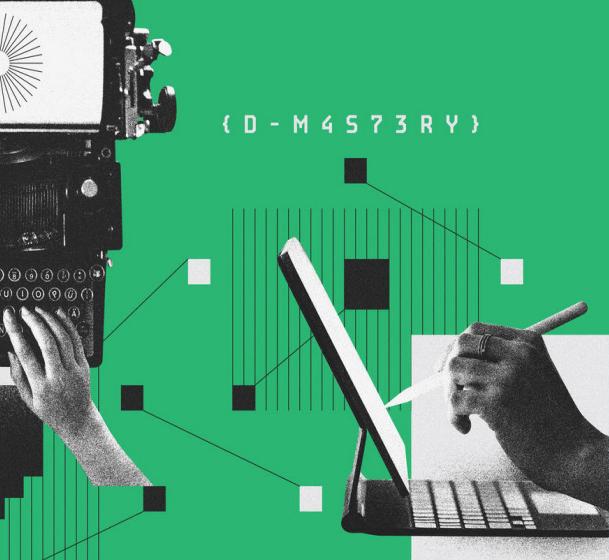


# نقش نوآوری دیجیتال در سیستم‌های مدیریت‌دانش

اتخاذ راه حل‌های 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<sup>۱</sup> انتشار اطلاعات و روش‌های خوب را با استفاده از داده‌های بزرگ آ تسهیل می‌کند. استفاده از داده‌های بزرگ، کسب و تبادل فناوری‌های جدید، اندازه‌گیری می‌کند.

**مقدمه**  
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.

نصرالله تختائی حامد شامدیل



### سیستم‌های مدیریت دانش

سیستم‌های مدیریت دانش اجازه می‌دهد تا استفاده از منابع ملموس به حداقل بررسد، زیرا هدف آن کسب و بهره‌برداری از داده‌ها برای افزایش عملکرد و بهبود مدیریت فرایند است. بنابراین، ساخت یک عماری 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 این‌رو، 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 به عنوان محركی برای نوآوری، به منظور ترکیب آن با دانش جدیدی که از طریق عملکرد این نوآوری به دست آمده است. این نقش سیستم‌های مدیریت دانش را نه تنها از نظر کارآیی فرایندهای تخصیص دانش داخلی و خارجی به سازمان، بلکه همچنین در بهره‌برداری از پتانسیل نوآورانه شرکت در چندین سطح بر جسته می‌کند. این امر بر مدل کسب و کار شرکت، به نفع گفتگو بین بازیگران شرکت و همسویی استراتژی‌ها و توانایی‌ها

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. درواقع، همگام شدن با پیشرفت سریع نوآوری برای شرکت‌ها به طور 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 به عنوان ابزاری تعریف شده است که «دانش موجود را به روش‌های جدید ترکیب می‌کند» و بر جسته‌سازی محدودیتها و پتانسیل بستر شناختی سازمان برای تشویق توسعه و نوآوری‌های پایدار است.

را تشویق می‌کند. به عنوان 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 به عنوان 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 اراضی شرایط احتمالی بازار جهانی شده و آزاد شده است. به طور 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



عملکرد تجاری را می‌شناشد، 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 اشیاء، 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 به صورت افقی توسعه می‌پاید، باز می‌کند. این امر با مشارکت همه بازیگران در گیر در اکوسیستم سازمانی برای دستیابی به یک مزیت رقابتی بلند مدت و پایدار حاصل می‌شود.

### نتیجه‌گیری، محدودیت‌ها و چشم انداز آینده این مطالعه با



۸۱

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 آگاهانه برای دستیابی به عملکرد بالاتر تضمیم 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 به روزرسانی 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 مانشان 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 تضمیمات استراتژیک موثرتر، شامل داده‌های بزرگ باشد. درجه انتقال، به اشتراک‌گذاری و بهره‌برداری از دانش، از طریق اجرای فرایندهای یادگیری مشارکتی و بین سازمانی که از حجم گستردهای از اطلاعات بهره‌برداری می‌کنند، به همکاری کلیه بخش‌های شرکت نیاز دارد. ابزارهای اینترنت اشیاء، به طور خاص، حاوی مقادیر



اشتراك‌گذاري ابتکارات دانش جديد برای خدمات جديد یا برای تكميل خدمات موجود، با هدف اقتصاد فرآيند و پايدار انجام شود. اين مطالعه محدوديت‌های يك تحليل نظری را ارائه می‌دهد. تجزيه و تحليل يайд به آزمایشات تجربی بر روی رفتار شركت‌ها گسترش يابد تا تأثير بالقوه سیستم‌های مدیریت دانش را از طریق نوآوری دیجیتال درک کند، برای دستیابی به يك مدل کسب و کار پایدار گرا و مزیت رقابتی پایدار.

پی‌نوشت‌ها:

1- digital transformation

2- Big Data

3- corporate social responsibility

نصرالله تختائی: دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول، گروه حسابداری، دزفول، خوزستان، ايران  
حامد شامديل: دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی، گروه مدیریت، دزفول، خوزستان، اiran

شده در سیستم‌های مدیریت دانش امكان بهینه‌سازی فرایندها را فراهم می‌کند و شرکت را به سمت مدل‌های نوآورانه و پایدار تجاری جهت دستیابی به عملکرد بهتر سوق می‌دهد. اين 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<sup>۲</sup> را فراييش می‌دهد و وجهه شرکت را با سهامداران بهبود می‌بخشد، حمایت کنند. ذينفعان به طور فرایندهای نسبت به نياز به سازش سود اقتصادي و رفاه اجتماعی حساس هستند و از ابزارهای نوآورانه‌ای برای اندازه‌گيری تأثیرات زیستمحيطی 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 حاكمیت معطوف به اشكال جديد تجارت پایدار در طول زمان افزایش دهد. اگر نوآوری منجر به ساخت مدل‌های ماندگار تجاری نشود که بتوانند خود را با شرایط متغير بازار و ذينفعان منطبق کنند، اين خود هدфи است. درواقع، اين دسترسی به سیستم‌های پيشرتفته نوآوری ديجيتال نياز به سرمایه‌گذاري قابل توجهی از سوی شرکت‌ها دارد؛ شرکت‌هایی که خود را در معرض هزينه‌های زياد و خطرات عظيم ناشی از عدم بازيافت سرمایه استفاده شده قرار می‌دهند. بنابراین، توصیه می‌شود مشوق‌ها و اقدامات حمایتی، با هدف شرکت‌ها و دنيای تولید، برای حمایت از توسعه و به

هدف بررسی نقش سیستم‌های مدیریت دانش در عصر تحول دیجیتال، بهويژه از نظر حاكمیت شرکتی، ادبیات موجود در مورد سیستم‌های مدیریت دانش را مورد تجزيه و تحليل قرار داد. نتایج نشان داد که ابزارهایی مانند اينترنت اشياء و داده‌های بزرگ اقتصاد کونی جهان را با افزایش رقابت شركت‌ها، تضمین دسترسی به جريان وسیع داده‌ها و اطلاعات، پردازش شده از طریق نرمافزار مؤثر، قادر به برجسته کردن ميزان همبستگی بين دانش مفید بخش‌های شرکت می‌شود. علاوه بر اين، دانش حداکثر پتانسیل خود را هنگامی بيان می‌کند که توسط شرکت Scuotto، Murray، Fiano، Dezi بهره‌برداری قرار گيرد، از طریق فرایندهای اشتراك داخلی و خارجي، که دانش فنی شرکت را غني می‌کند. با اين وجود، هنوز جاي زبادی برای بحث در مورد نقش سیستم‌های مدیریت دانش در چهارچوب حاكمیت شرکتی و مدل‌های تجاري در جهت نوآوری ديجيتال وجود دارد که همچنان محدود است. يافته‌های ما همچنان نشان می‌دهد که داده‌های بزرگ به «نياز به مدیریت» تبدیل شده است زيرا امكان تجزيه و تحليل ترجيحات كاريرو روند هزينه و همچنان پيش‌بياني رفتار بازارها را فراهم می‌کند. به طور دقيق‌تر، تحول ديجيتال و ابزارهای آن يك راه حل استراتژيك يکپارچه ارائه می‌دهند که به طور عملی حاكمیت تجارت را هدایت می‌کند. در اين سناريو، سیستم‌های مدیریت دانش نقش مهمی در اطمینان از بهینه‌سازی فناوريها و منابع، توسعه استراتژی‌های تقسيم دانش در دسترس همه اپراتورهای شرکت و حمایت از مدیران در فرایندهای تصميم‌گيري آنها دارد. در عين حال، ابزارهای نوآوری پذيرفته

