**مقدمه**

تحولات چند دهه اخیر در حوزه وسایل ارتباط جمعی منجربه بروز پدیده ای شده است که درعصرکنونی اعجاب انسان متفکر را برانگیخته است ومفاهیمی همچون فناوری اطلاعات، انفجاراطلاعات، جامعه اطلاعاتی و... را وارد گنجینه واژگان زبان وادبیات هرملتی نموده است.

زمان، زمان لحظه ها ست. حجم اطلاعات تولید شده وسرعت انتقال آن درهرلحظه، انسان قرن معاصررا با حجم افزونی ازاطلاعات مختلف مواجه ساخته است وانسان کنونی رابه حق "انسان اطلاعاتی" می توان نام نهاد.

دیگردغدغه بسیاری ازکشورهای جهان به خصوص کشورهای توسعه یافته کمبود اطلاعات نیست، بلکه آنان درپی این هستند که راهی برای مدیریت ونظم بخشیدن به حجم بزرگ اطلاعاتی که هرلحظه افزایش بیشتری می یابد، بیابند.

اکنون درجهانی به سرمی بریم که تمامی نهادهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ناگریزند گامهای خود را بلندتر بردارند و با سرعت و رشد فناوری اطلاعات هماهنگ سازند و نیز تلاش نمایند تمامی ابزارهای نوین رابه کارگیرند تا مانع ازکمرنگ شدن هویت خویش درصحنه جهانی گردند. دراین رقابت جهانی کشورها چه تولیدکننده اطلاعات باشند و چه مصرف کننده، باید بکوشند حداکثر بهره ممکن را ازموقعیت موجود کسب نمایند.

* **فناوری اطلاعات**

مجموعه سیستم های کامپیوتری که مورد استفاده یک سازمان هستند را فناوری اطلاعات می نامند. فناوری اطلاعات را می توان به عنوان زیرمجموعه‌ای از سیستم‌های اطلاعاتی دانست . فناوری اطلاعات به کلیه فرآیندهایی اشاره می‌کنند که در شش حوزه جمع‌آوری ، ذخیره سازی ، پردازش، حفاظت، انتقال و نمایش اطلاعات کاربرد داشته و اثرگذار هستند.

فناوری اطلاعات قبل از اینکه یک سیستم سخت افزاری و مجموعه ای از الگوها باشد یک نظام فکری و فرهنگی است و می‌توان آن را "فرهنگ تولید اطلاعات" نامید.

هر تکنولوژی که منجر به جمع آوری و ذخیره سازی و پردازش و انتشار اطلاعات گردد IT نام دارد.

مجموعه سیستم های کامپیوتری که مورد استفاده یک سازمان هستند را فناوری اطلاعات می نامند. فناوری اطلاعات را می توان به عنوان زیرمجموعه‌ای از سیستم‌های اطلاعاتی نیز دانست .

بدون ایجاد فرهنگ تولید اطلاعات نظام IT نمی تواند دوام داشته باشد. بنابراین آنچه در IT مهم است تفکر اطلاعات گرا است.

فناوری اطلاعات یا فا: Information Technology یا IT ، همچنان که به وسیله (انجمن فناوری اطلاعات آمریکا (ITAA‎) تعریف شده است،) به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده سازی، پشتیبانی یا مدیریت سیستم های اطلاعاتی مبتنی بر رایانه، خصوصا برنامه های نرم افزاری و سخت افزار رایانه می پردازد. به طور کوتاه، فناوری اطلاعات با مسائلی مانند استفاده از رایانه های الکترونیکی و نرم افزار سروکار دارد تا تبدیل، ذخیره، حفاظت، پردازش، انتقال و بازیابی اطلاعات به شکلی مطمئن و امن انجام پذیرد.

اخیرا تغییر اندکی در این عبارت داده می‌شود تا این اصطلاح به طور روشن دایره ارتباط مخابراتی را نیز شامل گردد بنابراین بیشتر مایلند تا عبارت "فناوری اطلاعات و ارتباطات" (فاوا )یا به اختصار ICT را به کار برند.

امروزه معنای اصطلاح فناوری اطلاعات بسیار گسترده شده است و بسیاری از جنبه های محاسباتی و فناوری را در بر می‌گیرد و نسبت به گذشته شناخت این اصطلاح آسان تر شده است. چتر فناوری اطلاعات تقریبا بزرگ است و بسیاری از زمینه ها را پوشش می دهد. متخصص فناوری اطلاعات وظایف گوناگونی دارد: از نصب برنامه های کاربردی تا طراحی شبکه های پیچیده رایانه ای و پایگاه‌ داده های اطلاعاتی.

در این میان نقش اینترنت و تإثیر آن در ارتقای روزافزون جامعه جهانی در تمامی زمینه ها از جمله علوم مدیریت را نبایست از یاد برد. این پدیده، ذات و نیز توسعه خود را مرهون پیشرفتهایی است که در زمینه فناوری اطلاعات صورت گرفته است. اینترنت را باید بزرگ ترین سامانه ای دانست که تاکنون به دست انسان طراحی، مهندسی واجرا شده است. ریشه این شبکه عظیم جهانی به دهه 1960 بازمی گردد که سازمان های نظامی ایالات متحده امریکا برای انجام پروژه های تحقیقاتی برای ساخت شبکه ای مستحکم، توزیع شده و با تحمل خطا سرمایه گذاری کردند. این پژوهش به همراه دوره ای ازسرمایه گذاری شخصی بنیاد ملی علوم امریکا برای ایجاد یک ستون فقرات جدید، سبب شد تا مشارکت های جهانی آغاز شود و از اواسط دهه 1990، اینترنت به صورت یک شبکه همگانی و جهانشمول درآید. وابسته شدن تمامی فعالیت های بشر به اینترنت درمقیاسی بسیار عظیم و در زمانی چنین کوتاه، حکایت از آغاز یک دوران تاریخی نوین در عرصه های گوناگون علوم فناوری وبه خصوص در نحوه تفکر انسان دارد.

**تأثیر فناوری اطلاعات بر سازمان**

* **سطوح مختلف مديريت در سازمان**

1. **مدیران ارشد (Senior Managers)** تصمیمات استراتژیک و بلند مدتی پیرامون اینکه اساساً چه محصولات و خدماتی باید ارائه گردند اتخاذ می کنند.
2. **مدیران رده میانی (Middle Managers)** برنامه های تهیه شده توسط مدیران ارشد را به اجرا در می آورند.
3. **مدیران عملیاتی (Operational Managers)** مسئول نظارت بر فعالیتهای روزانه سازمان می باشند

* **سطوح مختلف تصمیم گیری**

1. **تصمیمات استراتژیک**

این گونه تصمیمات مربوط به امور دراز مدت می باشد و اهداف کلی سازمان را مشخص می کنند. مدیران عالی سازمان این تصمیمات را اتخاذ می نمایند

1. **تصمیمات کنترلی مدیریت**

این تصمیمات توسط مدیران میانیسازمان اتخاذ می شود. اطلاعات مربوط به این تصمیمات معمولا با معیارهایی از قبیل بودجه سازمان و استانداردهای سازمان دریافت می شود. این تصمیمات معمولا **کوتاه مدت** می باشند.

1. **تصمیمات عملیاتی**

این تصمیمات معمولا به راحتی فرموله شده و سیستم های کامپیوترینیز در پیشبرد این تصمیمات کار را برای ما راحتتر می کنند.

* **فناوری اطلاعات و سازمان**

دراین که همه سطوح مدیریتی دریک سازمان به اطلاعات به عنوان اصلی ترین ابزارمدیریت نیازمبرم دارند،هیچ اختلاف نظری وجودندارد. مدیران برای آن که بتوانند امورشغلی خود را به بهترین نحومکن به انجام برسانند وبهره وری را درمجموعه تحت امرخود از طریق افزایش اثربخشی وکارآیی افزایش دهند، گریزی ازاستفاده اطلاعات صحیح ودقیق ندارند، ولی به همان میزان که درسطوح مدیریتی دریک سازمان براساس کارکردهایشان تفاوت وجوددارد، درنحوه ارضاء این نیاز اطلاعاتی نیزتفاوتهای کیفی و ماهوی وجود دارد. به عبارت ساده تر، ماهیت وکمیت اطلاعاتی که یک مدیر ارشد سازمانی نیاز دارد با اطلاعاتی که یک مدیرمیانی و یا یک مدیرعملیاتی نیازمند آن است، کاملامتفاوت است. اگرنقش سیستم های اطلاعاتی را تامین اطلاعات مورد نیاز کاربران، بخصوص مدیران بدانیم، باید در نظرداشت که نیاز اطلاعاتی مدیران درسطوح مختلف متفاوت است. به سخن دیگر، درطراحی سیستم های اطلاعاتی؛ زیرا این امرهم بر منابع اطلاعات و هم برنحوه ارائه آن تاثیر گذار است.

فناوری اطلاعات درمراحل مختلف مدیریت سازمان، اعم ازتدوین، اجرا وارزیابی نقشی انکارنشدنی واثربخش دارد که مدیران سطوح مختلف سازمان بنا به نیازهای اطلاعاتی خود میتوانند با بهره گیری ازآن درپیشبرد اهداف استراتژیک سازمان مثمر ثمر باشند. فناوری اطلاعات نیز باید مانند سایر دارایی های سازمان بخوبی مدیریت شود وارزش آن با سهمی که دراستراتژی سازمان برای ایجاد مزیت رقابتی دارد، سنجیده شود.

اطلاعات، بعنوان داده های پردازش شده یکی ازمهم ترین منابع سازمان به حساب می آیند که دارای موقعیتی استراتژیک هستند. با بهره مندی ازاطلاعات مناسب است که یک سازمان می تواند پله های ترقی و پیشرفت و بقا را یکی پس ازدیگری بپیماید و به اوج برسد و بی توجهی به اطلاعات شکستی محتوم را برای سازمانهای امروزی باهمه پیچیدگی هایش رقم خواهد زد.

دراین میان، در تمامی مراحل جریان اطلاعات از ورودیهای داده تا تبدیل آنها به خرد و آگاهی، این فناوریهای اطلاعات هستند که کارها را برعهده می گیرند و کارها را به دقت یک سیستم هوشمند انجام می دهند. فناوری اطلاعات، متشکل ازسخت افزارها، نرم افزارها و شبکه های ارتباطی همچون سیستم های عصبی یک اندام زنده، مغز متفکر سازمان را در جریان تمام کنشها و واکنشهای سازمان قرارمی دهد تا با تصمیمی به موقع و صحیح، سازمان را از یک خطر حتمی نجات دهد و یا آن را با تولید مزیت رقابتی پایدار به موقعیتی ممتاز در رقابت با رقیبان برساند.

نقش فناوری اطلاعات درحمایت سازمان یک زمینه بحث همیشگی بوده است، فناوری اطلاعات به طورسنتی ابزاری برای کاهش هزینه است، اما امروزه فناوری اطلاعات نقش فعالتر و نافذتری درکارایی و بهره وری شرکت در بازار دارد. شمار زیادی از رهبران تجاری متقاعد شده اند که فناوری اطلاعات نقش بالقوه مهمی دراستراتژی رقابتی شرکتشان دارد. فناوری اطلاعات یک ابزار استراتژیک ومهم در بهسازی کارایی، عملکرد و تسهیل کردن راه برای استفاده ازروشهای جدید مدیریت، سازماندهی و توسعه است.

* **سطوح مختلف مدیریت و نیاز هر سطح به اطلاعات**

1. مدیریرت عملیاتی
2. مدیریت میانی
3. مدیریت ارشد

مدیران ارشد نسبت به مدیران سطوح پائین تر تاکید بیشتری براطلاعات بیرونی سازمان دارند، درحالی که مدیران سطوح اجرائی بیشتر به اطلاعات داخلی توجه دارند. مدیران ارشد با توجه به ماهیت شغل خود ترجیح می دهند که اطلاعات به طورخلاصه باشد، درحالی که مدیران اجرائی به اطلاعات کامل ودقیق و شامل جزئیات احتیاج دارند.

ازمیان مراتب مختلف مدیریتی، شاید بیشترین نیاز به استفاده ازفناوریهای اطلاعات را بتوان درلایه های بالایی مدیران فرض کرد. برخی ازدلایل برای این ادعابه شرح زیراست:

* مدیران ارشد به دلیل موقعیتشان حجم بالاتری ازاطلاعات رادریافت می کنند
* به دلیل مشغله ها وحجم کاری مدیران ارشد، نیاز به اطلاعات پردازش شده وخلاصه درنزدمدیران ارشد بیشتراست
* مدیران ارشد، برای وظیفه مهم تدوین استراتژی، نیاز به تحلیل نقاط قوت وضعف داخل سازمان دارند
* مدیران ارشد همچنین برای انجام وظیفه فوق الذکر نیاز به اطلاع از فرصتها و تهدیدات محیطی دارند
* کنترل کلیه فرآیندهای سازمانی تنها در حیطه وظایف و اختیارات مدیران ارشد است

براین اساس و با توجه به مراحل مختلف تدوین استراتژی و اجرا و ارزیابی استراتژی های اعمال شده، و درمراحل بعدی در راستای تصحیح و تدوین استراتژِیهای نوین، مدیران ارشد سازمان نیاز به تحلیل نقاط ضعف و قوت داخل سازمان دارند (در این مرحله، فناوری اطلاعات بعنوان ابزار دریافت، نگهداری، پردازش، تولید گزارشات متنوع و... به کارگرفته می شود) و نهایتأ کنترل کلیه فرآیندهای سازمانی درمیابیم که این مهم تنها درحیطه وظایف و اختیارات مدیران ارشد سازمان است.

* **اثرفناوری اطلاعات درعملیات تجاری**
* درسطح صنعتی برخدمات، تولیدات صنعتی، اقتصاد، تولید و بازار اثرمی گذارد
* درسطح سازمان برپنج عامل اصلی رقابت اثرمی گذارد
* درسطح استرتژیک براستراتژی سازمان، درمدیریت هزینه های سطح پایین، تنوع تولید و جایگاه تولید اثرمی گذارد
* **هرم معماری سازمانی**

برای سهولت جامعه نگری در شناخت حوزه عمل فناوری اطلاعات و بازآفرینی سازمان مبتنی بر فناوری اطلاعات رویکرد معماری سازمانی عمدتا از مدل هرم معماری فناوری اطلاعات ارائه شده توسط موسسه ملی استانداردهای فناوری آمریکا تبعیت می‌کند.

برای معماری سازمانی مبتنی بر فناوری اطلاعات رویکردی لایه ‌ای به کار گرفته شده است که از پایین به بالای هرم هر لایه بستر و محمل لایه بالا دستی خود است و از طرفی برنامه‌ریزی برای پیاده‌سازی آن از بالا به پایین صورت می گیرد. همچنین این هرم نشانگر آن است که معماری سازمانی بر مبنای فناوری اطلاعات مستلزم مشارکت تمامی سطوح استراتژیک میانی و عملیاتی سازمان در فرآیند معماری است که این خط سیر در هرم مشهود است یعنی از سطوح بالا به پایین ماهیت استراتژیک به عملیاتی نزدیک می‌شود و این بدان جهت است که این فناوری تمام سطوح سازمانی را متاثر ساخته و در تصمیم‌گیری‌های این سطوح حضور دارد در واقع امروزه اطلاعات به عنوان منبع استراتژیک به موازات سایر منابع سازمانی (منابع مالی، نیروی انسانی، تجهیزات و تکنولوژی) شناخته می شود. از این رو فناوری‌های مربوط به تهیه و به کارگیری اطلاعات نیز اهمیت استراتژیک برای سازمان‌های یافته است.

حال برای شناخت بهتر رویکرد معماری سازمانی بهتر است هرم معماری سازمانی را با دقت بیشتری بنگریم لذا از بالا به پایین لایه های مختلف آن را به اجمال بررسی کنیم:

1. لایه کسب و کار

تجارت سازمان را تشریح می کند. در این سطح مباحثی چون استراتژی های کسب و کار و فناوری سازمان خطی مشی ها دامنه و تصمیم گیری در مورد پارادایم های تجاری فناوری اطلاعات مانند کسب و کار الکترونیک و... از فعالیت‌هایی است که در این سطح انجام می شود. همچنین در این لایه مواردی چون ساختار سازمانی فرآیندهای کسب و کار، سیستم های برنامه ریزی و کنترل و همچنین مکانیسم های اداری و مدیریتی برای حصول به استراتژی‌ها و اهداف سازمانی تشریح و ارتباط میان آنها مدل سازی می شود.

1. لایه اطلاعات

به مرور زمان مشخص شد که مکانیزاسیون فرآیندها و عملیات الزاماً صحت و کارایی آنها را تضمین نمی‌کند. در این لایه مدل های منطقی اطلاعات دسته‌های داده مخازن داده و ارتباط آنها با وظایف سازمان و سیستمهای برنامه های کاربردی شناسایی و تعریف می گردند.

1. لایه برنامه های کاربردی

این لایه در برگیرنده سیستم‌های کاربردی است که برای دستیابی به کارکردهای تعریف شده در لایه های بالایی لازم می آیند مانند سیستم های CRM، ERP، SCM و MIS

1. لایه فناوری یا زیرساخت ها

آن چیزی است که در اذهان عموم از فناوری اطلاعات متصور است . این سطح از فناوری اطلاعات در برگیرنده فناوری های سخت افزاری و نرم افزاری از جمله ریزپردازنده‌ها، رایانه‌های شخصی، شبکه های رایانه ای، زیرساخت های مخابراتی و الکترونیکی بستر های نرم افزاری و... می شود. در حقیقت استقرار سیستم های اطلاعاتی سازمان برمحمل این لایه انجام می گیرد.

* **داشبورد مدیریتی**

داشبورد مدیریتی یک ابزار یا نرم‌افزار است، که حامی هوش تجاری می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌هایی که از قسمتهای مختلف یک سازمان مشتق شده‌اند کار ساده و راحتی نمی‌باشد، بنابراین نیاز داریم که راهکاری توسعه دهیم تا این فرآیند را آسان کند. داشبوردها به نحوی یک چهارچوب برای تمام فرآیند تبدیل داده‌ها به حساب می‌آیند و به عنوان بخشی مهم و حیاتی از هوش تجاری محسوب می‌گردند.

داشبورد مدیریتی که با نام داشبورد استراتژیک هم شناخته می‌شود، اطلاعات مهم و ضروریِ کسب‌وکار را به ‌صورت تصویری و گرافیکی، به مدیرانی که با محدودیت‌های زمانی مواجه هستند، ارائه می‌دهد. ارایـه وضعیت کل مجموعه در یک دید، با استفاده از داشبورد، مدیران را از نقاط قوت و ضعف و حتی نقاط بحرانی و گلوگاه‌های شاخص‌هـای سازمـانی خـود مطلع می‌سازد.

داشبورد مدیریتی، نرم‌افزاری برای کمک بـه تصمیم‌گیری دقیق مدیـران سازمان در پیشبرد اهداف و همچنین ارزيابي عملكرد و نظارت بـر فعالیت‌هـا در راستای هوشمندی کسب ‌وکار می‌باشد.

* **داشبوردها به طور کلی به سه دسته تقسیم می شوند:**

1. استراتژیک(Strategic Dashboard) : داشبوردهای استراتژیک، غالباً به منظور مقایسه وضعیت سازمان با اهداف استراتژیک مورد استفاده قرار می گیرند. این داشبوردها، امکان بازبینی کلی و سریع از وضعیت کنونی سازمان را فراهم کرده و به مدیران برای تصمیم گیری های اجرایی، مانند تنظیم اهداف کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت کمک شایانی می کنند. این داشبوردها با استفاده از اطلاعات دوره ای تهیه می شوند.
2. تحلیلی :(Analytic Dashboard) داشبوردهای تحلیلی، همانطور که از نامشان مشخص است، با آنالیز اطلاعات مدیر را در اتخاذ تصمیم یاری می نمایند. این داشبوردها، شامل بازبینی و مقایسه اطلاعات سنواتی و ارزیابی عملکرد سازمان می باشند. با در اختیار داشتن یک داشبورد تحلیلی، مدیر به آسانی، درکی صحیح از وضع موجود و دلایل آن را در اختیار خواهد داشت. به عنوان مثال، با استفاده از یک داشبورد تحلیلی می توان مشخص کرد که چرا اهداف واحد فروش محقق نگردیده، چه مسائلی دستیابی به این هدف را ناممکن نموده است و … .
3. داشبوردهای عملیاتی :(Operational Dashboard) داشبوردهای عملیاتی، به پایش کارکردهای حیاتی سازمان، پرداخته و این امکان را برای مدیران فراهم می کنند تا از وضعیت چنین کارکردهایی در هر لحظه مطلع باشند. این داشبوردها از اطلاعات آماری استفاده نمی کنند و تحلیل و آنالیزی را بر عهده ندارند. یک داشبورد عملیاتی خوب، در لحظه، سریع و قابل اجرا است. چنین داشبوردهایی بیشتر توسط مدیران بخش های مختلف سازمان استفاده می شوند تا در سطوح اجرایی.

**تاثیر فناوری اطلاعات بر فرهنگ سازمانی**

* **فرهنگ سازمانی**

فرهنگ سازمانی عبارت است از مجموعه ای از ارزش ها، باورها درک و استنباط و شیوهای تفکر یا اندیشیدن که اعضای سازمان در آنها وجوه مشترک دارند و همان چیزی است که به عنوان پدیده ی درست به اعضای تازه وارد آموزش داده می شود و نشان دهنده ی بخش نانوشته و محسوس سازمان است.

هدف فرهنگ سازمانی این است که به اعضای سازمان احساس هویت بدهد و در آنان نسبت به باورها و ارزش های باور نکردنی تعهد ایجاد کند.

هر چه پیچیدگی سازمان کمتر باشد فرهنگ آن قوی تر می شود.

فرهنگ سازمانی، استنباط مشترک اعضا، اشارات و زبان خاص سازمان، شامل طرز فکرها، نگرش و موضع گیری جمعی است و پای بندی کارکنان به ارزش های سازمان می باشد.

سازمان و فرهنگ رفتار متضاد دارند، زیرا سازمان جهت نظم وترتیب تلاش میکند، درحالی که فرهنگ فاقد نظم است. سازمان به مانند جسم، نمایان است ولی فرهنگ همچو روح نامرئی است. سازمان جهت کنترل فرهنگ تلاش می کند ولی فرهنگ تحت کنترل نیست. هماهنگ نمودنِ این دو را مدیریت فرهنگی نام نهاده اند.

فرهنگ سازمانی از یک طرف مرکز ثقل باورهای سازمانی، و در زمان تغییرات، مانعی عظیم جهت مدیران تکنوکرات تلقی می‏گردد.

فرهنگ سازمانی عملکرد را اندازه می گیرد، زیربناهای سازمان، ومعانی موجود دریک سازمان را نشان می‏دهد.  
فرهنگ سازمانی سبک رهبری سازمان، روش ها و سطوح کلاسیک رده ها را نشان میدهد و اندوخته سازمان است. فرهنگ سازمانی همواره در معرض قضاوت واقع میشود میزان قضاوت درمورد یک فرهنگ، میزان هماهنگی آن با وظایف سازمان است. تا زمانی که سازمان، درانجام وظایف خود موفق است، یعنی فرهنگ بوجود آمده مناسب است. بروز نشانه های شکست درسازمان یعنی نوبت به تغییرات فرهنگی رسیده است.

* فرهنگ به عنوان يك عامل قدرت به حساب مي آيد
* فرهنگ سازمانی شکل شما نزد ذهنِ جامعه است
* فرهنگ سازمانی،آموزشی اجباری میدهد
* فرهنگ تعيين كننده مرز سازماني است
* فرهنگ سازمانی متمایز می نماید
* فرهنگ سازمانی کنترل می کند
* **در سازمانها فرهنگ دو نقش عمده بر عهده دارد :**

1. متحد یا یکپارچه کردن اعضا به گونه ای که آنها شیوه رفتار و برقرار کردن ارتباط با یکدیگر را بدانند.

2. به سازمان کمک کند تا خود را با عوامل محیط خارجی وفق دهد.

* **رابطه فرهنگ سازمانی با ساختار سازمان:**

ازدید فرهنگ سازمان، ساختار سبب میشود تا تداوم و ثبات رویه در رفتار کارکنان تقویت شده و به روابط میان عناصر اجتماعی نظیر : افراد، پست ها و واحدهای سازمانی که متعلق به آنهاست اشاره کند.

* **نقشِ سه بُعد اجتماعی سازمان درنظریه های مدرن فرهنگی:**

1. رسمیت
2. پیچیدگی
3. تمرکز

اگر فرد را ساختار و لباس وی را فرهنگ مثال بزنیم، این فرهنگ ( لباس) در تثبیت و تحکیم فرد اثرگزار است. همانطور که ساختار سازمانی از فرهنگ سازمانی متاثر می گردد، خود نیز در تقویت و تحکیم فرهنگ سازمانی موثر بوده و ارتباط دو سویه دارد. تغییراتی که در محیط سازمان رخ می دهد، موجب می گردد فرهنگ سازمانی در شرایط تحول واقع و یا حتی نامناسب گردد.

اساسا ساختارهایی که از انعطاف و قدرت انطباق بیشتری برخوردارند، می توانند به تحکیم و ثبات فرهنگ قوی سازمانی همت گمارند. سازمان های ارگانیک که پیچیدگی، رسمیت و تمرکز کمتر دارند از این دسته اند.

* **فناوری اطلاعات و فرهنگ سازمانی**

بحث در مورد تاثیر فناوری اطلاعات بر افراد، سازمانها و جامعه موضوع تازه‌ای نیست و از ابتدای پیدایش و گسترش فناوری اطلاعات این موضوع مورد بحث قرار گرفته است.

در چند دهه اخیر تکنولوژی مدرن اطلاعات بر موقعیت و عملکرد بسیاری از جوامع، سازمان ها و افراد اثرات قابل ملاحظه‌ای گذاشته و به موازات پیشرفت های شگرفی که در این زمینه بوجود آمده است، سرنوشت جوامع، سازمان ها و افراد هر روز بیش از گذشته به این فناوری مدرن گره می خورد. بدیهی است که در چنین موقعیتی، شناخت تاثیرات فناوری اطلاعات اهمیت فزاینده ای یافته است .

با توجه به این واقعیات باید گفت که فناوری اطلاعات یکی از عوامل مهم محیطی به شمار می آید که بر موقعیت، عملکرد و سرنوشت جوامع، سازمان‏ها و افراد اثرات جدی می‏گذارد.

هنوز هم افرادی وجود دارند که معتقدند بشر به وسیلة تکامل تکنولوژی تهدید شده است. ما در یک ارتباط حیاتی با تکنولوژی قرار داریم. با وجود این، باید در مورد اثرات آن بر خود به عنوان افراد و به عنوان اعضای سازمانها و جامعه آگاه باشیم.

بشر تا کنون دو موج عظيم تحول را پشت سر گذاشته است اين دو موج هر يك، انقلابي بزرگ در فرهنگ ها،روابط و نحوه زندگي بشر به وجود آورده اند،به طوري که موجب محو شدن گستره فرهنگها و تمدنهاي پيشين شده و شيوه هاي جديدي از زندگي که براي پيشينيان غير قابل تصور بوده را جايگزين آن ساخته اند.

**موج اول**: انقلاب کشاورزي بود و هزاران سال طول كشيد تا رسالت خود را به پايان رساند.

**موج دوم**: انقلاب صنعتي بود که موجب پيدايش جامعه صنعتي گرديد.اين موج سيصد سال دوام آورد.موج دوم به انرژيهاي فناپذير کاملا وابسته بود و همين امر موجب گرديد تا کشورها وضعيت جديدي را جستجو کنند که در آن انرژي و مواد اوليه مورد نياز فنا پذير نباشند. تلاش ها و کوشش ها در اين راستا موجب تسريع وقوع انقلاب جديدي که بعدها به نام موج سوم معروف شد،گرديد.

**موج سوم**: شيوه نويني از زندگي و کسب و کار مبتني بر منابع انرژي متنوع و احيا پذير و روشهاي نوين توليدي ، جايگزين روش هاي رايج در موج دوم شد.

در واقع موج سوم زاييده بررسي و پرداختن به مسائلي است که با متدولوژي هاي دوره هاي پيشين قابل حل نيستند. ويژگي مسائل اين دوره در بزرگي حجم داده ها و اطلاعاتي است که بايد توليد،پردازش و تجزيه و تحليل شوند. اين ويژگي ما را به سوي توسعه فن آوري جديد به نام "فناوري اطلاعات" رهمنون ساخته است که کار با اطلاعات و داده هاي فراوان را براي ما ميسر مي سازد.

متأسفانه بسياري از سازمانها به غلط مي پندارند که با آمدن کامپيوتر به محل کار آنها فناوري اطلاعات به سازمان آمده است اما واقعيت اينست که فناوري اطلاعات معاني بس وسيعتر دارد. به طور معمول اصطلاح فناوري اطلاعات ناظر بر طيف وسيع و متنوعي از نرم افزار ها همچون پست الکترونيک، واژه پردازها ، برنامه هاي ويرايش ويدئويي ، جستجو گرها ي تحت وب و همچنين فناوريهايي که اين قبيل نرم افزار ها را پشتيباني مي کنند (نظير شبکه هاي فيبر نوري) مي باشد. البته از سوي ديگر فناوري اطلاعات نوعي روش جديد انديشيدن نسبت به مسائل در قالب استفاده از روش هاي خودکار به جاي روش هاي دستي تعريف شده است.

براي بيشتر افراد فناوري اطلاعات شامل استفاده از يک مجموعه نرم افزارها، نظير پايگاه داده اي يا شبکه جهاني اينترنت مي شود. در آمريکاي شمالي اصطلاح فن آوري اطلاعات، اغلب براي يکسري نرم افزارهاي ويژه و يا فناوري بنيادين آنها مورد استفاده قرار مي گيرد.

تأثيرات فناوري اطلاعات و تکنولوژي بر روي سازمانهاي مختلف با توجه به فرهنگهاي آن سازمان متفاوت است. براي مثال در دهه 1980 بسياري ار صاحبنظران فناوري اطلاعات انتظار داشتند که افزايش استفاده از رايانه ها منجر به ايجاد دفاتر اداري بدون کاغذ گردد. چرا که کاربران رايانه از اسناد الکترونيک به جاي کاغذ استفاده خواهند کرد. هر چند که در خلال استفاده از بعضي از نرم افزارهاي فناوري اطلاعات ميزان استفاده از کاغذ کم شد، اما به نظر مي رسد ميزان استفاده از کاغذ در مجموع نه تنها در حال کاهش بلکه در حال افزايش است. يافته هاي تحقيقي در شرکت‏هاي نفتي ليبي نشان مي دهد که بين فرهنگ سازماني و فناوري اطلاعات رابطه وجود دارد. به عنوان مثال در کشورهاي آسيايي و شرقي همچنان تمايل به استفاده از اسناد و مدارک کاغذي بيش از کشورهاي آمريکايي و غربي است که اين تمايل ريشه در فرهنگ آن ها دارد که بطور مستقیم بر فرهنگ سازمانی آنها تاثیر گذار است.

* **به طور کلي فناوري اطلاعات سه تأثير عمده بر روي سازمان و فرهنگ سازمانی دارد**:

1. **خودکار سازي جريان عمليات**: بشر همواره در پي راحتي خويش بوده است و تمام اختراعات و اکتشافاتي که صورت پذيرفته است ، ريشه در تسهيل کردن انجام امور دارد . به طور کلي فناوري اطلاعات به دليل قابليت هاي زيادي که در سخت افزار و نرم افزار دارد ،قادر است بسياري از امور را به طور خودکار انجام دهد به طوري که نيازي به دخالت انسان نمي باشد،با ورود فناوري اطلاعات به سازمان ،بسياري از جريان عملياتي که قبلاً از طريق انسان و با مشقت انجام مي پذيرفت ،به صورت خودکار انجام گرفت.

2. **دسترسي راحت به اطلاعات**: زماني براي کسب اطلاعات بايد صد ها کتاب مطالعه مي شد،هزاران کاغذ ورق مي خورد ،با بسياري از افراد به صورت خصوصي ملاقات صورت مي گرفت اما امروزه بواسطه ورود فناوري اطلاعات به سازمان و دسترسي به شبکه هاي جهاني همچون اينترنت ،بسيار راحت مي توان با صرف زمان و هزينه کمتر به اطلاعات به راحتي دسترسي پيدا کرد.

3. **تغيير شکل در سازمان**: شتاب فراوان تغييرات، افزايش عدم قطعيت و افزايش سطوح رقابت در عصر حاضر سبب شده اند تا سازمان هاي آينده با سازمانهاي گذشته متفاوت باشند . سازمان هايي که بتوانند با درک بهتر محيط داخلي و خارجي پيرامون خود فرصتهاي بيشتري را بوجود آورند و استراتژي هاي مناسب تري را اتخاذ نمايند، مي توانند با سرعت بيشتري به تعاملات و تحولات محيط خارج پاسخگو باشند . فناوري اطلاعات به ايجاد تغييرات در سازمان ها که آن هم عمدتاً تغييراتي در ماهيت کار، ادغام وظايف سازماني و تبديل نيروهاي رقابتي است، کمک مي کند. در سال هاي اخير، يکي از غالب ترين نگرش ها همانا ايجاد تغييرات در کسب و کار سازمان ها و افزايش سرعت پاسخگويي به تعاملات و تحولات محيطي، استفاده از فناوري اطلاعات به عنوان زمينه ساز و تسهيل کننده آن، مي باشد. در همين رابطه يوريچ معتقد است: "تکنولوژي اطلاعات چگونگي انجام کارها توسط پرسنل را تغيير خواهد داد."

**تاثیر فناوری اطلاعات بر یادگیری سازمانی**

یکی از ویژگی های اساسی سازمان های جدید، شکل گیری آنها برمبنای یادگیری است. بنابراین مدیران و کارکنان، همواره درحال یادگیری بوده و مهارتهای جدید کسب میکنند. چرا که قدرت هر سازمان متناسب با میزان آموزش دائمی مدیران و کارکنان آن است. سازمانها قبلا در محیطی پایدار به سرمی بردند و وقایع آینده تقریبا قابل پیش بینی بودند، به طوری که مدیران میتوانستند درشرایط مطمئن برنامه یزی کنند. اما محیط به شدت درحال تغییراست و تغییرات تکنولوژی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی به سرعت سازمان را تحت تاثیر قرارمی دهند. بنابراین سازمان جهت بقا، نیازمند تطبیق خود با دگرگونی های محیطی است و جهت تطبیق، باید همواره در خود تغییرات مطلوب را ایجاد کند تا بتواند کارآمدی خود را در جهت تحقق اهداف برآورده سازد و این امر میسر نمیگردد، مگربا افزایش یادگیری.

یکی ازمهم ترین ابزارهای نهادینه کردن، فرآیند یادگیری درسازمان است. یادگیری سازمانی فرآیندی پویاست که سازمان را قادر می سازد تا به سرعت با تغییر سازگار شود. این فرآیند شامل تولید دانش جدید، مهارتها و رفتارها میشود. و به وسیله کارکرد ویادگیری همکارانه نیروی کار آنها تقویت شده و منجر به عملکرد بهترسازمان میشود. یادگیری سازمانی مستلزم توانایی بالای گروهی اعضای سازمان به منظور ارائه عملکرد اثربخش می باشد. کیفیت یادگیری سازمانی ازآن جهت اهمیت دارد که هم برتدوین استراتژی وهم بر اجرای آن تاثیرگذار است و زمانی که گروه موفق شود عامل موثر در بالا بردن یادگیری، اثربخشی سازمان رابیابد، یادگیری سازمان به وقوع پیوسته است.

یک سازمان یادگیرنده صرفأ به دلیل برخورداری از دانش و خلق دانش، یک سازمان یادگیرنده محسوب نمیشود بلکه زمانی یادگیرنده است که بتواند از دانش حاصله استفاده نموده و تغییراتی را در رفتار و عملکردش ایجاد نماید یعنی در واقع یاد بگیرد.

زمانی میتوان ادعا کرد که یادگیری رخ داده است که در رفتار و عملکرد افراد تغییری ایجاد شده باشد. یک سازمان یادگیرنده نیز در فراگیری از همین قاعده تبعیت میکند. در واقع سازمان در طول زمان یاد میگیرد، تغییر میکند و عملکردهایش متحول میشود. در سازمان یادگیرنده الگوهای جدید تفکر، رشد می یابد، اندیشه های جمعی و گروهی ترویج میشوند و افراد چگونگی آموختن را به اتفاق هم می آموزند.

سازمان یادگیرنده را به تعبیری میتوان سازمان دانش آفرین نامید.

* **فناوری اطلاعات و یادگیری سازمانی**

فناوری اطلاعات نوعی تسهیل کننده یادگیری ازطریق ضبط، تنظیم، مرتب سازی وانتشار الکترونیکی داده ها و اطلاعات درسراسر جهان است.

به این ترتیب سازمانهای امروزی برای بقای خود ناچارهستند تغییرساختار دهند یا خود را به ابزارهایی مجهز کنند تا توان مقابله با تحولات جهانی را (فناوری اطلاعات) داشته باشند.

تکنولوژی های اطلاعاتی می توانند بر یادگیری سازمانی تأثیرگذار باشند. این سیستم ها از طریق تأثیر بر عوامل زمینه ای نظیر ساختار و محیط بر یادگیری سازمانی تأثیر مستقیم می گذارند. هم چنین اطلاعات کارکنان را نیز تحت تأثیر قرار داده و موجب افزایش دانش ایشان می گردند.

با ورود فناوری اطلاعات به سازمان، عملکردهای مدیریت سازمان دستخوش تغییر می شود. این تغییر در صورتی می تواند موثر باشد که در ابتدا فعالیتهایی که فناوری اطلاعات میتواند انجام دهد را شناخته و زمینه بروز این فعالیتها را فراهم نمائیم. متعاقب آن مدیران با شرائط جدید آشنائی لازم را پیدا نموده تا بتواند با بهره گیری از ظرفیت هائی که فناوری اطلاعات می تواند ایجاد کند، سبب ارتقاء دانش سازمان شود. مدیران با تجربه آموزش را سرلوحه کار قرار می دهند و به یادگیری و یاددهی مشتاق هستند. کارکنان در محیطی که جستجوی دانش و دیدگاههای جدید، یک هنجار قابل قبول محسوب می شود، انگیزه بیشتری دارند تا تغییرات بازار را جستجو کنند و برای آنها پاسخهای جدید بیابند.

فناوری اطلاعات با فراهم نمودن بسترهای نرم افزاری و سخت افزاری برای کارمندان، محیطی برانگیزاننده را در سازمان ایجاد می نماید که آنها بتوانند در محیط داخلی سازمان خود با کمترین هزینه به منابع آموزشی دسترسی داشته باشند و با ایجاد فضای تعاملی با همکاران و سایرین و برخورداری از ترکیبی از شیوه های آموزشی به نیازهای انگیزشی فردی در ارتباط با شغل خود دست یابند.

این فناوری است که با ارائا نرم افزارهای یادگیری، بسیاری از مشکلات یادگیری در شیوه های سنتی را برطرف می نماید.

**تاثیر فناوری اطلاعات بر بهره وری**

هدف بهره وری به حداکثر رساندن استفاده از منابع، نیروی انسانی، مواد خام تولیدی و . . . به شیوه ای علمی و با کاهش هزینه های تولید، به منظور درآمد بیشتر و سود شرکت یا سازمان است. ضمن آنکه موجب توسعه اجتماعی و رشد اقتصادی بیشتر می شود.

بهره وری یعنی نگرش و رفتاری مناسب برای استفاده بهینه و مطلوب از مجموعه قابلیت ها ، تواناییها، فرصت ها، سرمایه ها و منابع و نیروها که همراه با فعالیتهای فردی و جمعی است و به سود افراد اجتماع خواهد بود .

بهره وری یک سازمان به شدت به تکنولوژی وابسته است. برای سازمانی که میخواهد در بازار موفق باشد یا باقی بماند، بهره وری شرطی است لازم، اما نه کافی.

* **عوامل موثر در بهره وری سازمان ها**

1. **عوامل داخلی:** مجموعه عواملی هستند که تحت کنترل سازمان بوده و سازمان می تواند با بکارگیری تکنیک ها و روش های مدیریتی روی آن ها تاثیر گذارد. که به دو دسته سخت افزاری (ماشین آلات و تجهیزات، مواد و محصول) و نرم افزاری (افراد، روشهای کار، روش های مدیریت) تقسیم می شوند.
2. **عوامل خارجی:** مجموعه عواملی هستند که تحت کنترل سازمان ها نبوده و عوامل خارج از سازمان باعث پیدایش آن ها هستند. نکته مهم در خصوص عوامل خارجی این است که تغییرات این عوامل (تغییرات اقتصادی، کاربرد فنون جدید) برای کلیه سازمان ها یکسان است و سازمانهای موفق با بررسی و پایش این عوامل موفقیت خود را تضمین می کنند.

* **بهره وری معیاری است که موارد زیر را شامل می شود**

1) میزان تحقق اهداف

2) چگونگی استفاده کارآمد از منابع جهت ایجاد تولید مفید

3) آنچه بدست آمده در مقایسه با آنچه امکان داشته

4) مقایسه عملکرد بهره وری

* **فناوری اطلاعات و بهره وری**

بهبود بهره ‌وری یکی از اهدافی است که سازمان‌ها همزمان با توسعه سرمایه گذاری در فناوری دنبال می‌کنند. اما رشد کند آمارهای بهره‌وری باعث بروز برخی نگرانی‌ها شده است به طوریکه برخی صاحب نظران بهره‌ور بودن فناوری اطلاعات را مورد تردید قرار داده‌اند. محققان یافته‌اند که بروز تاثیرات فناوری اطلاعات مستلزم صرف زمان است و در کوتاه مدت مشخص نمی‌شود.

فناوري اطلاعات، بسياري از سازمان‌ها را قادر ساخته است تا ساختار سازمانيشان را متحول سازند. تيم‌هایي از افراد با مهارت‌هاي کاري و فناوري‌هاي اطلاعاتي مختلف با يکديگر کار مي‌کنند تا سازمان به اهدافش نائل شود. فناوري اطلاعات مي‌تواند به عنوان يک ابزار در سازمان در نظر گرفته شود. کليد استفاده بهينه از يک ابزار، استفاده مناسب و صحيح از آن است. زماني که فناوري اطلاعات به شکل مناسبي مورد استفاده قرار گيرد، مي‌تواند فرايندهاي کاري و تصميم گيري غير متمرکز را بهبود بخشد و زماني که سازمان‌ها فناوري اطلاعات را در جهت بهبود فرايندهاي کاري و عدم تمرکز در تصميم گيري به کارگيرند، افزايش بهره‌وري سازمان را مشاهده خواهند کرد .

فناوری اطلاعات با افزایش بهره وری و کارایی، به سازمان اجازه می دهد دانش متخصصان را تحت کنترل درآورده و امکان دستیابی وسیعتری به اطلاعات را فراهم نموده و موجب توسعه نیروی انسانی و در نهایت سریعتر انجام شدن عملیات سازمان می شود.

فناوری اطلاعات از کانال نوآوری در فرآیند کسب و کار می تواند در بهره وری موثر واقع شود. مکانیسم ارتباط فناوری اطلاعات بر بهره وری در بین صنایع مختلف کاملاً متفاوت است.

کاربردهای مختلف فناوری اطلاعات باید متناسب با فرآیندهای کسب و کار حاکم بر بخش مورد بررسی تعیین و انتخاب شود.

اغلب سازمان ها بین 3 تا 11% از کل درآمدشان را در زمینه سیستم های اطلاعاتی سرمایه گذاری می کنند. با تمام این پول هایی که صرف تکنولوژی اطلاعات می شود باید انتظار داشت که تکنولوژی اطلاعات خط مقدم این سازمان ها را بهبود بخشد و یا اینکه بهره وری آن ها را افزایش دهد.

اما عنوان می شود که بسیاری از سرمایه گذاری های انجام شده در مورد فناوری اطلاعات به ویژه در برخی از کشورهای جهان از جمله ایران در حد مورد نظر بهره وری نداشته اند.

بهبود بهره وری یکی از اهداف به کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان ها است، اما همواره از زمان آغاز به کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان ها، ابهام هایی وجود داشته است. سازمان ها در شرایط به سرعت در حال رشد تغییر برای کسب سود بیشتر با کمترین هزینه و حفظ بازار و به طور کلی بقا و رشد با هم در رقابت هستند و برای رسیدن به اهداف خود و افزایش ورودی ها و خروجی های سازمان و در نهایت بهره وری سازمان باید توانایی واکنش سریع در برابر تهدیدات و فرصت های موجود در چنین محیط پویایی را داشته باشند. با توجه به آزادسازی تجارت در سطح جهان و جهانی شدن اقتصاد، بهبود بهره وری بنگاه ها امری مهم و گریز ناپذیر است.

از سویی با گذار از عصر تولید انبوه به عصر مدیریت اطلاعات و دانش، کلیه فرآیندها و فعالیتهای سازمان ها تحت تاثیر تغییر بنیادی قرار گرفته است.

فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند باعث بهره وری نیروی کار و بهره وری سازمان شود اما نیاز به آن دارد که برخی از زیرساخت های لازم فراهم شود، فراهم بودن همین زیرساخت است که موجب تغییر و تحول در کل سازمان و رشد و بهره وری می شود.

تکنولوژی IT تنها یک وسیله برای رسیدن به هدف بهره وری است و عوامل دیگر به طور مستقیم و غیر مستقیم بر آن تاثیر می گذارند.

* **شیوه های تاثیر فناوری اطلاعات بر بهره وری**

فناوری اطلاعات به چندین شیوه بهره وری را تحت تاثیر قرار می دهد. فناوری اطلاعات خود نقش ورودی دارد و در کاهش ورودی های دیگر و نیروی کار، زمین، تجهیزات و وسایل، هزینه های حمل و نقل، پست و ارتباطات، کاغذ و ملزومات اداری، زمان و انرژی و تامین منابع با کیفیت تر و ارزانتر در اثر دسترسی به تامین کنندگان بیشتر تاثیرگذار است.

وجود تجهیزات ICT مقدار سرمایه قابل دسترسی را برای نیروی کار افزایش می دهد کـه بهـره وری نیروی کـار در عرصه اقتصـادی افزایش پیـدا می کند و موجب رشد اقتصادی می شود.

بزرگترین سود ICT زمانی است که سرمایه گذاری با تغییرات سازمانی و ترفیع سرمایه انسانی ترکیب شود. آنچه که بهره وری را افزایش می دهد نمی تواند ناشی از یک عاملIT باشد بلکه عوامل دیگری چون فراهم کردن زیرساخت ، افزایش مهارت کارکنان و . . . در این امر دخیل هستند.

* **چند نمونه از تاثیر فناوری اطلاعات بر بهره وری**

1. افزایش سرعت

محاسبه و پردازش سریع اطلاعات و انتقال فوری آن، زمان انجام کار را کاهش و در نتیجه بهره وری را افزایش می دهد. فن‌آوری اطلاعات امکان جست و جو و دستیابی سریع به اطلاعات را نیز فراهم می کند.

1. افزایش دقت

در مشاغل مبتنی‌بر انسان، دقت انجام کار متغیر است، اما فن‌آوری اطلاعات دقتی بالا و ثابت را تأمین و تضمین می کند. در انواع فعالیت های پردازشی و محاسباتی دقت رایانه به مراتب بیشتر از انسان است.

1. کاهش اندازه فیزیکی مخازن اطلاعات

با توسعه فن‌آوری اطلاعات و به کارگیری آن، دیگر لزومی ‌به حمل و نگهداری حجم زیادی از کتاب های مرجع تخصصی وجود ندارد. براحتی می توان در هر دیسک فشرده، اطلاعات چندین کتاب را ذخیره کرده و یا منابع موردنیاز را از طریق شبکه های رایانه ای دریافت کرد.

1. رفع بعضی‌ از فسادهای اداری

استفاده از فن‌آوری اطلاعات، شفافیت در انجام کارها را افزایش می دهد و بسیاری از واسطه ها را حذف می کند. این دو مزیت کلیدی منجر به رفع بعضی ‌از فسادهای اداری بویژه در سطوح پایین می شوند.

1. ایجاد امکان کار تمام‌ وقت

به ‌کمک فن‌آوری اطلاعات، بسیاری از استعلام ها و مراجعات افراد و غیره از طریق شبکه های رایانه‌ای و به‌صورت خودکار انجام می گیرد. بنابراین، می توان به‌صورت ۲۴‌ساعته از آن بهره گرفت.

1. ایجاد امکان همکاری از راه‌ دور

مخابرات، تلفن، تله‌کنفرانس، ویدئو کنفرانس و همچنین سیستم های همکاری و غیره نمونه هایی از کاربردهای فن‌آوری اطلاعات در این زمینه هستند.

1. کاهش هزینه های سیستم یا سازمان دربلند مدت

با توجه به موارد فوق، بویژه افزایش سرعت که باعث انجام تعداد کار بیشتر می شود و انجام کار تمام‌ وقت، بهره وری سیستم افزایش می یابد و در نتیجه باعث کاهش مقدار زیادی از هزینه ها می شود.

* **سیر تکاملي فناوری اطلاعات وتاثیرآن بربهره وری**

1. **روند اول:** محققان به مطالعه و بررسي ICT به طور مستقیم و با استفاده از روش­های سنتي ارزیابي بهره وری پرداخته اند. در این روند برخي از مطالعات رابطه مثبتي را بین فناوری اطلاعات و بهره­وری نشان مي دهند که در این روند بحث پارادوکس بهره­وری و پاسخ دادن به این پارادوکس معرفي مي شود.
2. **روند دوم:** محققان برای پاسخ دادن به علل پارادوکس بهره­وری و نیز یافتن رابطه بین فناوری اطلاعات و بهره­وری، به مطالعه تاثیر فن آوری اطلاعات در سنجه های میاني بهره­وری نظیر تنوع، کیفت زمان و تحویل به موقع عوامل ورودی و خروجي غیر قابل لمس که در تراز مالي شرکت ها ثبت نمي شوند ، پرداختند،
3. **روند سوم:** بیان مي شود که سازمانها برای اینکه بهره ­وری بالاتری از سرمایه گذاری در زمینه فناوری اطلاعات داشته باشند، چه سرمایه گذاری مکمل دیگری همزمان با سرمایه گذاری فناوری اطلاعات باید انجام دهند.

* **اثر ICT بر بهره وری نیروی کار**

شاخص های تعریف شده برای بررسی اثر ICT بر بهره وری نیروی کار عبارتند از:

1. نسبت کارکنان هر واحد که از کامپیوتر استفاده می کنند به کل نیروی کار آن واحد
2. نسبت کارکنان هر واحد که از اینترنت استفاده می کنند به کل نیروی کار
3. نسبت واحدهای صنعتی که از اینترنت برای کسب اطلاعات استفاده می کنند
4. نسبت واحدهای صنعتی که از اینترنت برای ارائه اطلاعات استفاده می کنند

افزایش بهره وری و حفظ آن یکی از مهمترین اهدافی است که مدیران سازمانها به آن می پردازند .در عصر حاضر سازمانها با استفاده از مهمترین منبع و اصلیترین سرمایه، یعنی اطلاعات دست به فعالیت می زنند و در جهت اهداف استراتژیکی گام برمی دارند . بکارگیری سیستمهای اطلاعاتی و فناوریهای نوین بخصوص فناوری اطلاعات (IT) در سازمانها و جوامع مهمترین ابزار برای رسیدن به بهبود بهره وری بوده و باعث شتاب بخشیدن حرکت در این مسیر می باشد . لذا کاربرد و استفاده سیستمهای اطلاعاتی (IS) در یک سازمان و ایجاد بستر مناسب جهت پیاده سازی آن ابزار خوبی برای افزایش سطح بهره وری آن سازمان می باشد و کاربرد نادرست آن می تواند مشکلاتی را به سازمان تحمیل کرده و نیز باعث کاهش بهره وری گردد .

**تأثیر فناوری اطلاعات بر تولید و کیفیت کالا**

فناوری اطلاعات، محیطهای تولیدی را در کلیه سطوح اعم از مدیریت، طراحی، برنامه ریزی، ساخت و ارتباط با مشتری تحت تأثیر قرار می دهد. در این راستا مفاهیم جدیدی همچون "تولید الکترونیکی"، "تولید مبتنی بر اینترنت"، "مهندسی مجازی" و "کارخانه مجازی" مطرح می گردند.

روند تولید از مشتری آغاز و به مشتری ختم می گردد. بهره گیری از فناوری اطلاعات موجب ارتقاء کارآئی و اثربخشی خواهد شد.

در مراحل بازاریابی و دریافت نیاز مشتری، تحلیل نیاز و استخراج مشخصات فنی محصول، عملیات مهندسی شامل طراحی و شبیه سازی، فعالیتهای مرتبط با ساخت محصول، برنامه ریزی، کنترل کیفیت و تحویل کالا به مشتری همه و همه به گونه ای تحت تأثیر فناوری اطلاعات قرار می گیرند.

* **فناوری اطلاعات در طراحی و آنالیز محصول**

فناوری اطلاعات در کلیه مراحل طراحی اعم از طراحی مفهومی، طراحی دقیق و همچنین شبیه سازی، تجزیه و تحلیل و تست محصول تإثیر بسزائی می گذارد. بکارگیری ابزارهای مطرح در زمینه طراحی به کمک کامپیوتر "CAD: Computer Aided Design" و تست به کمک کامپیوتر "CAT: Computer Aided Test"، نمونه هائی از چنین تأثیری می باشند.

استفاده از سیستمهای اطلاعاتی و هوش مصنوعی یکی از زمینه های کاربردی فناوری اطلاعات در طراحی محسوب می شود. امروزه کامپیوترها می توانند با استفاده از دانش حاصل از تجربیات خبرگان، انسان را در عملیات طراحی یاری دهند و در مراحل عالی آن جابگزین افراد خبره گردند. همچنین با توجه به وجود شبکه های کامپیوتری که ابعاد جغرافیائی را از بین می برد، امکان تعاملات هر چه بیشتر بین تیمهای طراحی و آنالیز محصول فراهم آمده و می توان طراحی مشترک را انجام داد.

* **فناوری اطلاعات در برنامه ریزی فرآیند تولید**

هدف از برنامه ریزی فرآیند تولید، شرح توالی عملیات تولید یک قطعه شامل انتخاب ماشین آلات، نوع عملیات، ابزارها، مواد و غیره است. فناوری اطلاعات می تواند کمک شایانی در این مقوله ارائه دهد. بعنوان مثال می توان به استفاده از سیستمهای اطلاعاتی و هوشمند در برنامه ریزی فرآیند به کمک کامپیوتر "CAPP: Computer Aided Process Planning" اشاره کرد. اگر از هوش مصنوعی در این حوزه استفاده شود، کامپیوتر خود به انجام برنامه ریزی فرآیند تولید بدون دخالت انسان می پردازد.

* **فناوری اطلاعات در برنامه ریزی و کنترل تولید**

برنامه ریزی و کنترل تولید، اعم از برنامه ریزی و کنترل موجودی، برنامه ریزی و کنترل عملیات تولید و برنامه ریزی و کنترل جریان مواد نیز از روشهای مبتنی بر فناوری اطلاعات بهره می برند.

بعنوان مثال می توان به بازرسی کالا با استفاده از کامپیوتر "CAI: Computer Aided Inspection" و استفاده از کامپیوتر در کنترل کیفیت "CAQC: Computer Aided Quality Control" اشاره کرد. همچنین با بهره گیری از فناوری اطلاعات، عملیات کنترل و نظارت بر تولید بصورت مبتنی بر وب و از راه دور نیز میسر خواهد بود.

* **فناوری اطلاعات در ساخت محصول**

در عملیات ساخت نیز بهره گیری از کامپیوتر "CAM: Computer Aided Manufacturing" ماشین های کنترل عددی مبتنی بر کامپیوتر "CNC: Computer Numeric Control" و کنترل عددی مستقیم "DNC: Direct Numeric Control" ، همچنین سیستمهای کنترل تطبیقی "AC: Adaptive Control" و رباتهای هوشمند نمونه هائی از بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات می باشند.

بکارگیری فناوری اطلاعات در ساخت، موجب انعطاف پذیری زیاد فرآیند تولید می شود و سیستمهای تولیدی منعطف "FMS: Flexible Manufacturing Systems" را پدید می آورد. نمونه سازی سریع یا “Rapid Prototyping”یک فناری است که هدف از آن توبید سریع نمونه فیزیکی اولیه از محصولی است که با استفاده از روشهای کامپیوتری طراحی شده تا برای بهینه سازی طرح در اختیار طراح قرار گیرد.

* **کسب و کار یکپارچه مبتنی بر کامپیوتر**

رویکرد بهره گیری از کامپیوتر در کلیه فعالیتهای یک کارخانه "CIM: Computer Integrated Manufacturing" که محدود به مرزهای کارخانه می باشد با توسعه فناوری اطلاعات بسوی کسب و کار یکپارچه مبتنی بر کامپیوتر "CIB: Computer Integrated Business" میل می کند. در این الگو، محیط بیرون از کارخانه که شامل مشتریان و تأمین کنندگان می باشد نیز با فعالیت ها و محیط درون کارخانه از طریق شبکه های رایانه ای، مرتبط می گردد.

به عبارت بهتر در چرخه از مشتری تا مشتری بخش برونی کارخانه نیز با استفاده از شبکه های رایانه ای می تواند به بخش درونی کارخانه متصل و تبادل اطلاعات داشته باشد. و بنابراین کارخانه با دیدگاهی وسیع تر از تولید که کسب و کار می باشد، مدیریت خواهد شد.

* **مزایای استفاده از فناوری اطلاعات در تولید**

برخی از مزایای استفاده از فناوری اطلاعات در تولید عبارتند از:

* کاهش زمان تحویل محصول
* کاهش هزینه و افزایش دقت
* ارتقای نقش انسان در فعالیت های تولیدی
* اطلاع رسانی دقیق و سریع
* ارتباط نزدیک با مشتریان
* ارتباط نزدیک با تأمین کنندگان مواد
* انعطاف پذیری در تولید محصول و امکان سفارشی سازی
* امکان همکاری نزدیک با شرکا در کلیه فعالیتهای تولیدی
* افزایش بهره وری تولید و توان رقابت در جهان ( با توجه به جهانی سازی)
* هوشمند سازی فرآیندها که موجب حرکت به سوی کارخانه های هوشمند"Smart Factory" خواهد شد
* ایجاد و تقویت مهندسی همزمان به معنی امکان ارتباط همزمان کلیه بخشهای مرتبط با تولید و توزیع محصول از قبیل واحدهای طراحی، ساخت و بازاریابی که موجبات تبادل افکار در همه مراحل تولید را پدید آورده و از انحرافات احتمالی جلوگیری می کند.

**تأثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت استراتژیک**

**((مایکل پورتر: استراتژی صرفا بهتر کار کردن نیست بلکه انجام کارهای متفاوت از گذشته و یا انجام همان کارها به طریقی متفاوت است. روش های دیروز هر چند در زمان خود موفقیت آمیز بوده باشند الزاما امروزه اثربخش نخواهند بود. دلیل این امر تحولات محیطی می‌باشد.))**

در محیط پر تلاطم کسب و کار امروز، موفقیت سازمانها در گرو جهت گیری همه بخش های سازمان در راستای مسیر استراتژیک است. پایه های مدیریت استراتژیک بر اساس میزان درکی است که مدیران از شرکت‌های رقیب ، بازارها، قیمت‌ها، عرضه کنندگان مواد اولیه، توزیع کنندگان، دولت ها ، بستانکاران، سهامداران و مشتریانی که در سراسر دنیا وجود دارند قرار دارد و این عوامل تعیین کنندگان موفقیت تجاری در دنیای امروز است. یکی از مهمترین افزارهایی که مدیریت سازمان ها برای موفقیت در آینده می توانند از آن استفاده کنند مدیریت استراتژیک خواهد بود.

* **مدیریت استراتژیک مبتنی بر اصول عمده ای می باشد که برخی از مهمترین آنها به شرح زیر است:**
* آینده را نمی‌توان پیش‌بینی کرد ولی می‌توان آن را آفرید،
* تنها یک راهکار مشخص الزاما به موفقیت منتهی نمی شود و جهت رسیدن به موفقیت می‌توان راهکارهای متعددی پیش رو داشت .از سوی دیگر هر یک از راهکارهای مزبور نیز لزوما به موفقیت ختم نمی شود زیرا ممکن است آینده ادامه روند گذشته، حال یا آنچه تصور می‌رود نباشد،
* سازمان‌ها نیز مانند انسانها از یک سو تمایل به سازش با تغییرات محیط خود دارند و از سوی دیگر متمایل به کارآفرینی، نوآوری و خلق راهکارهای جدید متناسب با شرایط محیطی هستند. پر واضح است که گرایش نخست منجر به دور افتادن از مسیر و گرایش دوم منجر به تحقق فلسفه وجودی سازمان می شود و این هر دو در مدیریت استراتژیک مدنظر است.

به طور کلی مدیریت استراتژیک شامل برنامه ریزی، اجرا و کنترل برنامه های استراتژیک است و به خصوص در مواردی که سازمان اهداف روشن و بینشی درست برای حرکت و کنترل نداشته باشد یا محیط بیرون سازمان متلاطم و پویا باشد یا سازمان بیش از اندازه درون گرا بوده یا تمرکز بیش از حدی بر جزئیات و مشکلات کوتاه مدت داشته باشد راه گشا و سودمند است. مدیریت استراتژیک امروزه به عنوان آخرین رهاورد بشر برای اداره سازمان ها و همه مدیران ارشد مطرح است .

* **فناوری اطلاعات و مدیریت استراتژیک**

با نگاهی دقیق به مفهوم مدیریت استراتژیک می توان به ضرورت استفاده از آن با توجه به تغییرات محیطی که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن تصمیمات سازمانی لزوم به کار گیری برنامه ای جامع برای مواجهه با این گونه مسائل بیشتر از گذشته ملموس می‌شود. این برنامه ریزی چیزی جز برنامه ریزی استراتژیک نیست .مدیریت استراتژیک با تکیه بر ذهنی پویا، آینده نگر جامعه نگر و اقتصادی راه حل بسیاری از مسائل سازمانهای امروزی است.

در همین راستا، یک برنامه سیستم اطلاعاتی جامع برای توسعه و استفاده موفقیت‌ آمیز سیستم های اطلاعاتی در سازمان ها ضروری و حیاتی است. برنامه ریزی راهبردی و کلان تکنولوژیک از هرز رفتن سرمایه ‌گذاری‌های مستمری که به ناگزیر طی سالیان متمادی در زمینه تکنولوژی اطلاعات انجام می‌شود جلوگیری کرده و این سرمایه گذاری ها را به صورت هدفمند در جهت برنامه های کلان و راهبردی سازمان به کار می‌گیرد. برای این مهم فرایند برنامه ریزی سیستم اطلاعاتی باید بخش کاملی از تلاش‌های برنامه ریزی کلی سازمان باشد.

امروزه که بیشترین سرمایه گذاری سازمانها بر روی فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی صورت می گیرد، سازمانها در جهت رسیدن به اهداف استراتژیک خود چاره ای جز استفاده از فناوری اطلاعات به عنوان یک منبع استراتژیک ندارند و اینجاست که مفهوم تاثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت استراتژیک معنی پیدا میکند.

فناوری اطلاعات (IT) وتكنولوژیهای رايانه ای از دوران رايانه های مركزی عظيم الجثه به عصراينترنت و فناوریهای ارتباطي پيشرفته تكامل يافته است. درگذشته، IT تنها وظیفه انتقال، كنترل وارزيابی اطلاعات را درسازمانها عهده دار بود. اما، امروزه تحقيقاتي كه درحوزه فناوری اطلاعات ومديريت استراتژيک انجام شده، بر تاثير همه جانبه IT در اتخاذ و شكل گيری تصميمات استراتژيک و ايجاد جريان اطلاعات، در كليه فرايندهای سازماني تاكيد كرده اند.

مديريت نوين سازمانهای امروزی، بدون توجه به فناوريهای نوين اطلاعات كه مبتني بر كامپيوتر، نرم

افزارهای كامپيوتری، شبكه های ارتباطي كه امكان استفاده از منابع مشترک را در سازمان فراهم مي آورد، وسيستمهای اطلاعات مديريتي، كه به عنوان سيستم های كامل نرم افزاری برای انجام امور مختلف مديريتي به كار گرفته مي شوند، محكوم به شكست است.

سرمايه گذاری در فناوری اطلاعات سازمانها در سي سال گذشته به تدريج افزايش يافته است . اما هنوز 90 درصد هزينه های سالانه در اين بخش ، به راه اندازی و نگهداری تجهيزات موجود اختصاص دارد . تنها 10 درصد بودجه صرف سرمايه گذاری هدفمند بسته به صلاحديد مديران مي شود . اما اين سرمايه گذاری ويژه است كه به هماهنگي و پیشبرد استراتژی سازمان منجر مي شود .

به کارگیری فناوری اطلاعات به شیوه ای شایسته و بهنگام در توازن با استراتژی ها ، اهداف و نیازهای کسب و کار تاثیری به سزا دارد.

در گذشته، IT تنها وظیفه انتقال، کنترل و ارزیابی اطلاعات را در سازمانها عهده دار بود. اما امروزه تحقیقات انجام شده در حوزه فناوری اطلاعات و مدیریت استراتژیک بر تاثیر همه جانبه IT در اتخاذ و شکل گیری تصمیمات استراتژیک و ایجاد جریان اطلاعات در کلیه فرآیند های سازمانی تاکید کرده اند.

بکارگیری فناوری اطلاعات به شیوه ای شایسته و بهنگام در توازن با استراتژی ها ، اهداف و نیازهای کسب و کار تاثیری به سزا دارد.

* **مهمترین دستاوردهای حاصل از مزایای استفاده از فناوری اطلاعات در برنامه ریزی استراتژیک**

1. صرفه جویی در سرمایه گذاری در زمینه فناوری اطلاعات و هدفمند نمودن آن
2. فراهم سازی بستر مناسب برای پیاده سازی سیستم های اطلاعاتی یکپارچه
3. متحول شدن و نوسازی زیرساخت‌های موجود فن آوری اطلاعات سازمان در راستای هماهنگی با آخرین فناوری های روز
4. تشخیص مسائلی که باید در برنامه ریزی استراتژیک سیستمهای اطلاعاتی مشخص و بررسی شوند
5. تشخیص فواصل و شکاف‌های وضعیت موجود با معماری مطلوب
6. شناسایی و بررسی موانع
7. طراحی گزینه ها و جایگزین های ممکن
8. تحلیل مقایسه های جایگزین ها و انتخاب گزینه برتر
9. تعیین برنامه ها و راهبردهای پیاده سازی
10. تشخیص منابع مورد نیاز برای دستیابی به وضعیت مطلوب آنها

**تأثیرفناوری اطلاعات بر مدیریت منابع انسانی**

مدیریت منابع انسانی را شناسایی، انتخاب، تربیت و پرورش نیروی انسانی سازمان به منظور نیل به اهداف سازمان تعریف کردند مدیریت منابع انسانی از جمله مسئولیتهای اصلی مدیریت در سازمان به شمار می‌رود و همه مدیران سطوح متعدد سازمان به نوعی از این مسئولیت برخوردارند.از این رو مدیریت منابع انسانی را بهره برداری از سرمایه های انسانی شرکت برای نیل به اهداف سازمانی می دانند.

درمحیط تجارت امروزی افراد ودانش آنها بعنوان حیاتی ترین دارایی سازمان محسوب میشوند. بدیهی است که هرشرکت یا سازمانی باید نسبت به آن با اطلاع بوده وآماده پذیرش تغییرات جدید باشد وزمینه را برای جهت گیریهای جدید فناوری اطلاعات برای نیروهای انسانی اش فراهم نماید.

* **مولفه های توسعه منابع انسانی**
* ایجاد آگاهی علمی و ارتقای دانش کارکنان
* تولید رفتار های علمی و متعادل در کارکنان
* ایجاد ارزش افزوده به عنوان کیفیت در کارکنان
* ارتقای قابلیت های کارکنان
* توسعه مهارت‌های انجام کار
* به روز کردن اطلاعات کارکنان
* توانایی حل مسائل به شکل علمی
* درست انجام دادن کار
* تصمیم گیری عقلایی
* رشد شخصیت هماهنگ در کارکنان
* توانایی ترکیب اطلاعات و ساختن مجموعه های جدید
* **فناوری اطلاعات و مدیریت منابع انسانی**

فناوری اطلاعات وارتباطات نه فقط متخصصان فناوری اطلاعات وکارکنانی که فناوری اطلاعات را درمحیط کاریشان بطور منظم استفاده میکنند تحت تاثیرقرارداده، بلکه محیط سازمان وبطورکلی دنیای اجتماعی را نیزتحت تاثیر قرارداده است زیرا مدیران وکارمندان با استفاده از فناوری اطلاعات وتغییرات آن میتوانند انتظار وقوع تحولات اساسی وموفقیت بیشتر در سازمان را داشته باشند.

تداوم یک سازمان ومنابع انسانی آن مستلزم بکارگیری صحیح فناوری اطلاعات میباشد. درواقع نقش فناوری اطلاعات به اندازه ای پررنگ است که بسیاری از نظریه پردازان، مدیران وسازمانها را به اتخاذ استراتژی های مرتبط با این فناوری ها برای موفقیت سازمان توصیه میکنند. مدیران موفق باید نقش هایی را که فناوری اطلاعات میتواند برای مدیریت وموفقیت منابع انسانی سازمانشان ایفا کند را بررسی نموده وبااستفاده از آن زمینه انجام هرچه بهتر وظایف را برای کارمندانشان فراهم آورند تا به اهداف خود دست یابند.

بطورکلی فناوری اطلاعات همه جنبه های جامعه انسانی را کم و بیش تغییر داده است واهمیت آن هم درفضای تجاری وهم درفضای خصوصی بطورقابل ملاحظه ای افزایش یافته است وبدون شک کارکنان یک سازمان ومحیط کاریشان ازنظرطراحی شغل، شرایط کار و... تحت تاثیرفناوری اطلاعات قرار گرفته است.

برای اجرای مدیریت الکترونیک منابع انسانی واثربخشی وکارایی فناوری اطلاعات در این سازمان ها به زیرساخت ها وعواملی مانند ایجاد فرهنگ فناوری اطلاعات، امنیت اطلاعات، آموزش صحیح استفاده از فناوری اطلاعات به کارکنان سازمان نیاز می باشد.

سازمانها، استفاده از فناوری اطلاعات وارتباطات مجازی توسط منابع انسانی در کلیه سطوح را برای انجام کار پذیرفته اند و مهمترین نتیجه آن این است که بجای اینکه کارکنان را بسوی کار حرکت دهند کار را بسوی کارکنان هدایت می کنند. یکی از زیرمجموعه های این پذیرش، انجام کاربه صورت پروژه ای است که درواقع به سپردن بخشی از کاربه یک سازمان دیگربا زمان مشخص گفته میشود.

فناوری اطلاعات به عنوان مجموعه افکار تولید شده که به وسیله مکانیسم های سخت افزاری و نرم افزاری در اختیار افراد و سازمان‌ها قرار می‌گیرد و نقش عمده را در توسعه منابع انسانی ایفا می‌کند .

ارائه دانش لازم و تغییرو جهت دهی به آن در منابع انسانی از طریق فناوری اطلاعات انجام می‌گیرد و کارکنان یک سازمان ویا جامعه را در ابعاد مختلف توسعه می‌دهد . فناوری اطلاعات در توسعه مهارت حرفه ای ، کمک به نهادینه شدن تغییر و نوآوری، تقویت مهارت ادراکی، تقویت مهارت تصمیم گیری، به وجود آوردن روحیه پژوهشی در کارکنان و نیز کمک به شکل گیری تفکر استاندارد نقش موثری دارد و می تواند موجب ایجاد توسعه انسانی متوازن و چند جانبه گردد.

از طرف دیگراین نکته را نبایستی از نظر دور داشت که فرهنگ، سن و جنسيت افراد سازمان ( منابع انسانی سازمان) در استفاده از فناوري اطلاعات تاثير گذار است. بعنوان مثال ديده شده است که سن اثر مستقيم با استفاده از فناوري اطلاعات دارد. کارکنان مسن سازمان کمتر علاقمند به استفاده از کامپيوتر، اينترنت و به طور کلي پردازش اطلاعات به صورت الکترونيکي هستند. آنها مي پندارند با ورود کامپيوتر به سازمان مقام و منزلت خود را از دست مي دهند. زماني افراد جوان براي کسب اطلاعات و آگاهي از نحوه چگونگي انجام کارها به سراغ افراد مسن و با تجربه سازمان مي رفتند اما با ورود فناوري اطلاعات به سازمان ديگر نمي توانند ابهامات را برطرف سازند، بنابراين احساس پوچي کرده و تمام آنچه را که آموخته اند بي فايده مي دانند و اين بزرگترين ضربه آنهم در سالهاي پاياني خدمتشان مي باشد. امروزه با وجود ماشين حساب و کامپيوتر هنوز بسياري از مغازه داران سنتي از چرتکه استفاده مي کنند. شايد عده اي آنرا عادت بدانند ولي اين کار نشاندهنده مقاومت آنهاست، آنها از اينکه دانش ضمني خود را که سالها بر اساس تجربه بدست آورده اند را به راحتي با فايل بندي کردن بر روي ابزارهاي فناوري اطلاعات در معرض استفاده همه قرار دهند هراس دارند و از اين بابت جايگاه خود را متزلزل مي بينند. تحقيقات ديگري حاکي از آن است که با آمدن فناوري اطلاعات به سازمانها نه تنها در روند کار پرسنل مسن پيشرفتي حاصل نشد بلکه بعضا استعفا دادند.

* **ورود فناوری اطلاعات در حوزه منابع انسانی امکانی است برای:**

((ایجاد، ثبت، ذخیره سازی، بازیابی، انتقال، پردازش، نمایش و انتشار اطلاعات صحیح ، دقیق و به هنگام در حوزه نیروی انسانی))

پیامد کلی اقدام این بهبود مدیریت اثربخش و ارتقاء عملکرد های منابع انسانی در بخش های گوناگون سازمان میباشد.

**مزایا ومعایب کارمجازی (پروژه ای):**

|  |  |
| --- | --- |
| **مزایا** | معایب: |
| جلوگیری از اتلاف وقت | انتقال مالکیت کاری به شرکت دیگر |
| کاهش هزینه های سربار | خلا امنیتی نرم افزاری و سخت افزاری |
| انجام کاربا کیفیت وسرعت بالا در زمان مشخص |  |
| نوآوری وپرورش کارمندان شرکت درکنارکارمندان پروژه |  |

* **اهداف فناوری اطلاعات در مدیریت منابع انسانی سازمان**

ایجاد فرصت برای تفکر بهتر و بهبود فرایند منابع انسانی

**تأثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت دانش**

دانش نخستین منبع راهبردی برای شركتها در قرن بیست و یک است. پژوهشگران و متخصصان تلاش می كنند دریابند، چگونه منابع دانش به صورت مؤثری گردآوری و مدیریت شود تا بتوان به عنوان مزیتی رقابتی از آن استفاده كرد.

مدیریت دانش به معنی اداره كردن دانش موجود و نیز خلق و جذب دانش جدید است. در دنیای امروز که مباحث و علوم نوین در حال شكل گرفتن بوده و پایه های رقابت از افزایش كارآیی به سمت دسترسی به اطلاعات تغییریافته است، مدیریت دانش از ضروریات كار مدیریت است.

نكته مهم این است كه تنها اكتفا به دانش موجود در عصر توسعه روزافزون دانش ، هرگز راهگشا نیست و بنابراین مدیران برای عقب نماندن از حركت رو به جلوی سازمانهای رقیب، مجبور به تشویق دانش آفرینی در سازمان های خود هستند.

مدیریت دانش نیازمند سیستمی است كه بتواند فرایند تولید ثروت و ارزش با استفاده از داراییهای فكری و مبتنی بر دانش را پشتیبانی نماید.

امروزه بدون مدیریت صحیح منبع ارزشمند و استراتژیک دانش، ارائه محصولات و خدماتی با کیفیت مناسب و اقتصادی، بعضاً غیرممکن می باشد.

نکته اساسی مدیریت دانش، تنظیم و انتقال دانش درباره مشتریان، فرآیندها، محصولات، و خدمات موجود در همه سطوح سازمان است.

مدیریت دانش بدنبال دورنمایی جالب توجه از شیوه به سامان درآوردن دانش ها به نحوی کارآمد است.

* **دانش بر دو نوع است:**

1. دانش صریح (آشكار)
2. دانش ضمنی (پنهان)

دانش صریح (آشکار): این نوع از دانش، به صورتی درآمده است که قابل مستند سازی و ارائه به دیگران است. (توسط اسناد و فیلم نشان داده می شود)

دانش ضمنی (پنهان): دانشی است که دانشور، آن را از طریق تجربه بدست آورده و تجسم باورها و ارزش های اوست. و مهم ترین پایه برای خلق دانش جدید می باشد.

* **مؤلفه های فناوری مدیریت دانش**
* ورودی های دانش: ابزار جمع آوری دانش از قبیل اسكنر،میكروفون ها، هارددیسك
* پایگاه داده ها: حاوی میزان گسترده ای ازاطلاعات اساسی مثل اطلاعات فروشندگان، اطلاعات فرآورده ها، آمار فروش، اطلاعات مشتری، اطلاعات بازار نیروی كار و منابع
* موتور بازیابی اطلاعات: واسطه ای برای دسترسی به پایگاه های دانش مانند یك موتور جستجو
* سیستم الكترونیك مدیریت اسناد: انتشارات الكترونیكی، نقشه الكترونیكی دانش، پایگاه دانش، تابلوی اعلانات الكترونیكی
* **شیوه های مختلف تاثیر فناوری اطلاعات برفرآیند مدیریت دانش**
* فناوری اطلاعات فرآیند جمع آوری، ذخیره و تبدیل دانش با سرعت بالا را تسهیل میكند.
* فناوری های پیشرفته اطلاعاتی، جریان های گسسته دانش را با یكدیگر ادغام می نماید. این ادغام موانع برقراری ارتباط بین بخشهای مختلف سازمان را از بین می برد.
* فناوری اطلاعات انواع روش های تولید دانش (جامعه پذیری، درونی سازی، بیرونی سازی، و تركیب) را بهبود و توسعه می دهد و محدود به انتقال دانش صریح نیست.
* فناوری اطلاعات علاوه بر نقش تواناسازی، به عنوان یكی از زیرساخت های مهم در پیاد ه سازی فرآیند مدیریت دانش نیز شناخته شده است.
* **فناوری اطلاعات و مدیریت دانش**

در اقتصاد امروز که بر پایه دانش محوري است و دانش به عنوان منبعی هم عرض با دیگر منابع به شمار رفته و تنها دارایی استراتژیک سازمان ها براي بقا در این عصر است، مدیریت دانش عمدتا از مسئولیت هاي فناوري اطلاعات به شمار می رود. زیرا در جمع آوري، تبدیل و انتقال داده ها، اطلاعات و دانش نقش کلیدي دارد.

عامل موفقیت سازمان های هزاره سوم در صحنه های رقابتی، حركت به سوی مدیریت دانش و دانش محوری است. آنچه موجب تسهیل فرایند مدیریت دانش و تبدیل آن به مزیت رقابتی شده است ، نقش پشتیبانی كننده فناوری اطلاعات است.

مدیریت دانش امر جدیدی نیست، تمدن های بشری از نسلی به نسل دیگر اقدام به نگهداری و انتقال دانش، برای درك گذشته و پیش بینی آینده، می نمودند. امروزه توسعه فناوری اطلاعات نقش بسزائی در خلق، نگهداری و مدیریت دانش ایفا نموده است.

رابطه میان فناوري اطلاعات و مدیریت دانش، که ناشی از چرخه تبد یل داده به اطلاعات و اطلاعات به دانش است، موضوع قابل تاملی است.

آنچه که موجب تسهیل فرایند مدیریت دانش و تبدیل آن به مزیت رقابتی شده است، نقش پشتیبانی کننده فناوری است. فناوری اطلاعات به شیوه های مختلفی مدیریت دانش را تحت تاثیر قرار می دهد، از جمله می توان به این موارد اشاره کرد: بهبود و توسعه انواع روش های توسعه دانش، ادغام جریان ها ی گسسته اطلاعاتی و از بین بردن موانع ارتباطی بین بخش های مختلف سازمان، انجام فرایند جمع آوری، ذخیره و تبدیل دانش با سرعت بالاو ... به عبارت دیگر می توان گفت که بیشترین ارزش فناوری افزایش قابلیت دسترسی و تسریع انتقال دانش است.

فناوری اطلاعات مشتمل بر جمع آوری، سازماندهی، ذخیره و انتشار و بکارگیری اطلاعات از قبیل صدا، تصویر، متن با استفاده از کامپیوتر و ابزارهای ارتباط راه دور بوده که تبادل علم را به روشی غیر از عرضه مستقیم دانش انجام داده و به اعضای یک تیم، کمک می کند تا داده های علمی را از متخصصان بیرونی با تخصص های خاص بدون توجه به موقعیت های فیزیکی شخص موردنظر دریافت نمایند، علاوه بر آن، می تواند پاسخگوی نیازهای همکاری تیم با هم تیمی هایشان و با دیگر سهامداران پروژه باشد.

همانطور که فناوري اطلاعات و مدیریت دانش نقش حیاتی در افزایش عملکرد سازمان ها دارند، کیفیت فناوري اطلاعات و مدیریت دانش نیز بسیار مهم است و می تواند باعث موفقیت و یا شکست سازمان ها شود. در دسترس بودن ابعاد دانش به مدیریت کمک می کند از سیستم هاي اطلاعات مدرن، تسهیل روند اداري، افزایش بهره وري کارکنان ، بهبود خروجی، صرفه جویی در وقت و پول استفاده بهینه نماید.

فناور­یهایی مانند شبكه های سطح محلی، اینترانت، اینترنت، ایمیل، پایگا ههای اطلاعاتی سازمان و... همگی نقش مؤثری در مدیریت دانش ایفا كرده اند. پیدایش فناور ی هایی مانند اینترنت و سیستم های مبتنی بر دانش، توزیع دانش و اجرای مدیریت دانش را تسهیل می كنند. کاربرد ابزارهای فناوری اطلاعات درایجاد، ذخیره سازی، انتقال و بکارگیری دانش سازمانی یکی از اقدامات نوین مؤثر محسوب می شود.

مدیریت دانش نیازمند سیستمی است كه بتواند فرایند تولید ثروت و ارزش با استفاده از داراییهای فكری و مبتنی بر دانش را پشتیبانی نماید.

بکارگیري فناوري اطلاعات و مدیریت دانش در سازمان مزایاي بی شماري دارد. تلفیق مدیریت فناوري و دانش براي سازمان ها این امکان را فراهم می آورد که با احتمال قادر به تشخیص فرصت هاي پدیدار شده در بازار بوده و مزیت رقابتی خود را افزایش دهند. همچنین به سازمان ها کمک می کند تا اطلاعات وتخصص هاي مهمی که قسمتی از حافظه سازمان ها هستند و معمولاً یک حالت بدون ساختار در سازمان

دارند را شناسایی، انتخاب، سازماندهی، توزیع و منتقل نماید.

* **مزایاي کاربرد فناوري اطلاعات به همراه مدیریت دانش در سازمان ها**

1. فرایندها با کارآمدي بیشتر انجام می گیرند
2. بازارها و فرصتهاي جدید مشخص می شوند
3. در تغییرات و نوآوري ها ،سازمان می تواند تغییرات را شناسایی کند و بدانها واکنش درست نشان داده، خود را به موقع تغییر دهد.
4. به کارگیري بهتر منابع انسانی
5. جلوگیري از افت دانش
6. بهبود تصمیم گیري
7. انعطاف پذیري و انطباق پذیري

**تأثیر فناوری اطلاعات بر مدیریت بازاریابی**

انواع بازاریابی که درکشورهای مختلف مورد استفاده قرارمی گیرند، متفاوتند و بسیارمتنوع هستند. اما باید دید که مدیران روش های مختلف وانواع بازاریابی را با چه هدفی دنبال می کنند.

هدف اصلی مدیران ومالکین شرکت ها از پیاده سازی انواع بازاریابی درشرکت ها، ایجاد یک برند قوی یا یک برند معروف یا مواردی ازاین دست است.همه متخصصین مدیریت بازاریابی می دانند که فروش درسایه بازاریابی حاصل می شود و درصورتی که کلیه فرآیندهای مربوط به بازاریابی ازقبیل تحقیقات بازاریابی، شناسایی نیازها وخواست های مشتریان و درنهایت روشهای کسب رضایت مشتریان باید به درستی طی شود تا ازشرکت شما یک برند با هویت مثبت درذهن مشتریان تشکیل گردد.

اما چگونه می توان مطمئن بود که مسیری را که مدیران شرکت درآن گام نهاده اند، به سمت وسوی درستی پیش می رود. روشی که بتوان به این قطعیت رسید که انواع بازاریابی به درستی درشرکت مورد استفاده قرارگرفته است وهمچنین اهداف مدیران درنیل به یک برند قوی درجامعه محقق می گردد، ازطریق تحقیقات بازاریابی جامع دست یافتنی است. البته ضروری است که ما پس ازانجام تحقیقات بازاریابی صحیح ودقیق جهت بکارگیری انواع بازاریابی (باروش های علمی) برنامه استراتژیک بازاریابی و برنامه بلندمدت وهمچنین برنامه های کوتاه مدت برای مدیریت بازاریابی سازمانی خود تدوین کنیم.

یک شرکت برای آن که موفق باشد باید اهداف خود را بر روی آرزوهای مشتری و الزامات بازار تنظیم کند. بنابراین بازاریابی ازاین منظر یک ابزارمدیریت است.

* **فناوری اطلاعات و مدیریت بازاریابی**

فناوری اطلاعات درکشورهای پیشرفته به صنعتی تبدیل شده که روی آن سرمایه گذاریهای بسیاری انجام می شود.

تحولات علمی دهه های اخیربر اهمیت اطلاعات افزوده واطلاعات را بعنوان یک قدرت مهم وهموزن با قدرت نظامی، سیاسی واقتصادی درسطح جهان مطرح کرده است. بازاریابی نیزعلمی پویاست که می تواند با تحولات انقلاب انفورماتیک خود را سازگارسازد. ازاین رو آگاهی ازمهارتهای فناوری اطلاعات برای موفقیت دریک بازاریابی حرفه ای لازم وضروری است. تاثیرفناوری اطلاعات دربازاریابی باید منجربه جذب مشتری و ایجاد پتانسیل خرید یا ثبت سفارش شود. البته استفاده ازاین فناوری مستلزم به کاربردن ابزارهای مختلفی چون مدیریت برنامه زمانی، حفظ ارتباط با مشتریان قدیمی و فعلی، ارسال اطلاعات، تبلیغات جهت دار به وسیله ایمیل وکانالهای آنلاین بازاریابی است. دردنیای تکنولوژی امروز دیگر فناوری اطلاعات با حرفه بازاریابی مدرن درهم تنیده شده است.

* **اهمیت اطلاعات درتبلیغات وبازاریابی**

ثبت پیوسته واکنش های مشتریان (پس فرست ها) و بررسی پیوسته آن ها و نیز آن چه مشتریان درارتباط با بخش فروش شرکت مطرح کرده اند یک کار کاملا ضروری است.

این اطلاعات باید توسط نرم افزارهای مناسب، ثبت و به هنگام شود.

"اطلاعات" از دیرباز نقش مهمی در تبلیغات وبازاریابی داشته است. این اهمیت به مرور زمان و با استفاده از ابزار و وسایل ارتباط جمعی تحول یافته است.

درعصرکنونی گرچه اطلاعات ارزش کالایی پیدا کرده است، لیکن همچنان موثرترین فاکتور برای فروش کالاهای دیگرمحسوب میشود.

رونق تکنولوژی همواره دسترسی به مشتریان برای توسعه و توزیع بهتر و مؤثرتر محصولات مورد نیاز آنها، ارائه خدمات دیداری نمایندگان شرکت با مشتری وارتباط با مشتریان در گروههای بزرگ را ازطریق ویدئو کنفرانس برای شرکتها تسهیل کرده است. بازاریابان با استفاده از رایانه می توانند پایگاه داده ای دقیق ایجاد کرده و برای هدف قراردادن مشتریان ازآن استفاده کنند. آنها این کار را با پیشنهادات طراحی شده برای برآورده کردن نیازهای مشتریان انجام می دهند.

الگوهای خرید با موج جدیدی ازارتباطات و ابزار تبلیغاتی در رسانه ها و ویدئوهای تعاملی که ازدکه ها درفرودگاهها ومراکزخرید منعکس می شوند ایجاد شده وازاین راه بازاریابان می توانند مشتریان انتخاب شده را با پیامهای با دقت بالاهدف قراردهند.

ازطریق تجارت الکترونیک، مشتریان می توانند طراحی، سفارش وپرداخت هزینه برای محصولات و خدمات خود را ارائه دهند بدون اینکه از خانه خارج شوند. با استفاده ازصفحه های نمایش می توان فروشگاههای مجازی آنلاین را جهت فروش محصولات شرکت خود طراحی کنند. اگر بازاریابی امروزه رونق وسیعی دارد به علت پیشرفت علم درحوزه های کامپیوتر، مخابرات وفناوری اطلاعات است. برجسته ترین شاهراه اطلاعات وستون فقرات فناوری، اینترنت است. اینترنت هر روزه گسترده تر می شود و شبکه های جهانی کامپیوتر بدون هیچ گونه محدودیتی رو به رشد هستند.

با استفاده ازاینترنت ارتباط کارکنان دفاتر از راه دور، بیشترین سرعت درتوسعه و توزیع محصولات و اطلاعات خرید و فروش آنها و ایجاد روابط نزدیک با مشتریان وتامین کنندگان به سادگی صورت می پذیرد. شرکت ها در شبکه جهانی وب توانسته اند علاوه بردسترسی به میلیون ها مشتری جدید، هزینه های تبلیغات تلویزیونی محصولات خود را به شدت کاهش دهند.

همواره فرآیند تحولات تکنولوژی در وسایل ارتباط جمعی، تغییرات درکیفیت و چگونگی ﺭﺍ ﻧﻴﺰ ﺩﺭ ﭘﻲ ﺩﺍﺷﺘﻪ است و این تغییرات به تدریج فضای گسترده ای را برای عرضه مناسب تر کالاها توسط تولیدکنندگان وسهولت دستیابی به کالا را برای مصرف کنندگان ایجاد نموده است.

قطعاهریک ازابزارهای تبلیغاتی، محدودیتها و مزیتهایی را در بردارد که این ویژگی ها آن را از سایر وسایل ارتباط جمعی متمایزساخته است. استفاده ازاینترنت نیز بعنوان یک وسیله تبلیغاتی قابلیتهای بسیاری را دراختیار تولید کنندگان ومصرف کنندگان قرارمی دهد لیکن محدودیتهایی را نیز ایجاد می نماید.

با وجود این هر روزه بازاریابی و خرید و فروش از طریق اینترنت گسترش و افزایش بیشتری می یابد و ناظران معتقدند که استفاده از روش اینترنت درسالهای آینده به صورت انفجارآمیزی جایگزین طرق دیگرمی شود. زیرا مدت زمانی را که مصرف کنندگان برای خرید از فروشگاه صرف می کنند با استفاده ازهمان زمان بابت تفریح یا استراحت مقایسه می کنند و بدین لحاظ اهمیت بازاریابی مستقیم واستفاده از اینترنت بیشتر آشکار می شود.

آمارموجود نیز حاکی ازاین است که از5/7 میلیارد نفرجمعیت جهان، 230 میلیون نفر ازکامپیوترهای شخصی استفاده می کنند و این میزان روز بروز افزایش می یابد. همچنین با توجه به اینکه بیش از 50درصد مردم جهان دارای تلفن می باشند، پتانسیل موجود برای استفاده ازاینترنت قابل افزایش است.

این چشم اندازجذاب و موقعیت ویژه، کارشناسان و دست اندرکاران را برای طراحی راهکارهای مناسب جهت کاهش محدودیتها و افزایش قابلیتهای دیگراینترنت برانگیخته است و این امید می رود که در آینده ای نه چندان دور، شیوه های موثرتری دراینترنت برای تبادل کالا میان تولیدکنندگان ومصرف کنندگان ایجادگردد.

وسایل ارتباط جمعی بعنوان محملان اطلاعات درچند دهه اخیرتاثیر قابل توجهی در پیشرفت فناوری اطلاعات داشته است. توسعه تکنولوژی ارتباطی درقالب ماهواره ها، کامپیوترها، تلویزیون های کابلی، کنفرانسهای ویدئویی، شبکه کامپیوتری و...امکان دستیابی شهروندان را به اطلاعات با سرعتی بیش از گذشته و حجم قابل توجه میسرساخته است. زمانی تلویزیون بعنوان یک وسیله ارتباط جمعی موثردرارایه تبلیغات ازموقعیت حساسی برخورداربود. زیراهم تمهیدات مطمئن فروش کالاها وخدمات را فراهم نموده وهم شیوه زندگی مصرف گرایی راتقویت می کرد. تلویزیون پیش ازآن نیز، دررواج مصرف گرایی با خصیصه خانه نشینی فرد، سهم زیادی را بعهده گرفته بود. ازسوی دیگر همچنان که این وسایل وسایرتکنولوژیهای اطلاعات به درون خانه ها بیشتر نفوذ می کنند، به همان اندازه نیز برنامه هایشان تحت تاثیرنظرات کسانی قرارمی گیرد که مصرف بیشتر را توصیه و القا می کنند. این ویژگی همواره مورد توجه کارگزاران بنگاههای اقتصادی قرارگرفته بود. به گونه ای که دراوایل دهه 1970 بیش از پنجاه درصد ظرفیت تولیدی تکونولوژیهای برتر بریتانیا (کامپیوتر،الکترونیک وغیره) شدیدأ به تبلیغ (موادخوراکی، قهوه، غلات وغیره) توسط شرکت های تحت پوشش بنگاههای اقتصادی خارجی اختصاص یافته بود.

بازاریابان با استفاده از رایانه های بسیارقوی که امروزه دردسترس دارند می توانند با ایجاد پایگاه داده های دقیق واستفاده از آنها برای هدف قراردادن مشتریان با پیشنهادات طراحی شده جهت برآورده شدن نیازهای آنها فعالیتهای ویژه ای را در دستورکارخود قراردهند.

الگوهای خرید با موج جدیدی ازارتباطات و ابزارتبلیغاتی دررسانه ها و ویدئوهای تعاملی که ازدکه ها در فرودگاهها و مراکز خرید منعکس می شوند، ایجاد شده وازطریق آن بازاریابان می توانند مشتریان انتخاب شده را با پیام های با دقت بالاهدف قراردهند.

ازطریق تجارت الکترونیک، مشتریان می توانند طراحی، سفارش وپرداخت هزینه برای محصولات وخدمات خود را ارائه دهند بدون اینکه ازخانه خارج شوند. با استفاده ازصفحه های نمایش می توان فروشگاههای مجازی آنلاین را جهت فروش محصولات شرکت خودطراحی کنند. اگر بازاریابی امروزه رونق وسیعی دارد بعلت پیشرفت علم درحوزه های کامپیوتر، مخابرات وفناوری اطلاعات است. برجسته ترین شاهراه اطلاعات وستون فقرات فناوری اینترنت است. اینترنت هرروز گسترده ترمی شود وشبکه های جهانی کامپیوتربدون هیچ گونه محدودیتی رو به رشد هستند.

با استفاده ازاینترنت ارتباط کارکنان دفاتر از راه دور، بیشترین سرعت درتوسعه و توزیع محصولات و اطلاعات خرید وفروش آنها و ایجاد روابط نزدیک با مشتریان وتامین کنندگان با سادگی صورت می پذیرد. شرکت ها درشبکه های جهانی وب توانسته اند علاوه بردسترسی به میلیون هامشتری جدید، هزینه های تبلیغات تلویزیونی محصولات خود را به شدت کاهش دهند.

تبدیل شدن به یک بازایاب حرفه ای وموفق مستلزم کسب دانش ومهارت های لازم دربه کارگیری فناوری اطلاعات درکنار دیگر روش های مرسوم می باشد. این بدین معنی است که شما می بایست اطلاعات کافی درمورد تئوری بازاریابی بعنوان یک اصل وهمچنین درکی قوی ازبه کارگیری فناوری اطلاعات د اشته باشید.

اطلاعات شامل: نحوه تبلیغات، علایق و نیازهای مصرف کننده، بازارهای فروش، موانع فروش و....میباشد.

به بیان دیگرمی توان گفت این دو یعنی "اطلاعات" و"تبلیغات" بعنوان دو اصل اساسی در تجارت و بازرگانی همواره ازملزومات یکدیگر بوده اند.

* **جدیدترین روش های بازاریابی وتبلیغات اینترنتی دنیا**

1. تبلیغات بصورت بنرهای انیمیشن درچند وب سایت پربازدید

2. تبلیغات درگوگل

3. تبلیغات درشبکه های اجتماعی

4. ایمیل مارکتینگ

5. تبلیغات بنری که توسط سایت های تیلیغات کلیکی انجام می شود

6. تبلیغات متنی درسایت های با رنک بالای گوگل

7. تیزرهای تبلیغاتی خلاقانه با نمایش درشبکه های ویدئو آنلاین

8. تبلیغات دربرنامه های اندروید وIOS آیفون

9. رپرتاژ آگهی درخبرگزاری ها و سایت های خبری با لینک به سایت شما

* **بازاریابی** **دیجیتال**

بازاریابی دیجیتال، بازاریابی هدفمند، قابل اندازه گیری و تعاملی محصولات و خدمات با استفاده از فناوریهای دیجیتال در جهت رسیدن به مشتری نهائی است.

از مهمترین ویژگیهای اینترنت در امر تبلیغات و بازاریابی، دو طرفه بودن آن است و کاربران و مشتریان هنگام مراجعه به وب سایت میتوانند با منبع آن ارتباط برقرار کرده و نوع اطلاعات مورد نیاز خود را تعیین کنند.

* **ویدئو مارکتینگ**

ویدئو مارکتینگ یکی از جریانات موفق سال 2016 بوده است و نشانه ای برای افول آن در سال 2017 نمی بینیم. آمارها از موفقیت روند پیشرفت ویدئو مارکتینگ حکایت دارند. یک پژوهش نشان می دهد افراد پس از دیدن یک ویدئو در مورد محصول، 64 تا 85 درصد بیشتر علاقه مند به خرید آن می شوند و71 درصد بازاریابان اظهار کرده اند که ویدئو مارکتینگ بیش از هر روش بازاریابی دیگری به تصمیم نهائی برای خرید محصول منجر می شود.

در عصر دیجیتال، بازاریابی حرفه ای و موفق مستلزم کسب دانش و مهارت های لازم در بکارگیری فناوری اطلاعات در کنار دیگر روشهای مرسوم می باشد. این بدین معناست که می بایست اطلاعات کافی در مورد تئوری بازاریابی بعنوان یک اصل و همچنین درکی قوی از بکارگیری فناوری اطلاعات داشت. قطعأ برخورداری از چنین مهارتهایی برگ برنده ای برای موفقیت در بازاریابی خواهد بود.

* **استراتژی محتوا و کمپین در بازاریابی در عصر دیجیتال**

1. محتوا و کمپین دو پایه بازاریابی در عصر دیجیتال هستند
2. محتوا، آتش کمپ کسب و کار
3. برای جذب جمعیت نیاز به آتش بازی هست
4. ترکیب کمپین و محتوا، کلید موفقیت در بازاریابی در عصر دیجیتال

موفقیت سازمان در بازاریابی در عصر دیجیتال، فقط با ترکیب دو عنصر محتوا و کمپین با نسبت مناسب با نوع و فعالیت سازمان به دست می آید. باید با کمپین های پر نور و پر سر و صدا، مخاطبین بیشتری را به سمت سازمان خود جلب کرد و در کنار آن، با طراحی استراتژی، محتوایی مناسب و برنامه ریزی محتوایی کارآمد، آتش را در کمپ سازمان روشن و زنده نگاه داشت.

مخاطبین با مشاهده کمپین به سمت آن جذب می شوند و از جائی به بعد، مسئولیت نگهداری و تقویت و توانمند سازی مخاطبین، با استفاده از محتوائی که تولید شده، انجام می شود.

فراموش نکنیم که ترکیب مناسب و کارآی این دو عنصر در کنار یکدیگر می تواند باعث جذب و نگهداشت مخاطب در کسب و کارهای مبتنی بر فناوری در عصر دیجیتال شود.

**تاثیرات مثبت ومنفی فناوری اطلاعات برسازمان ومدیریت**

بحث درمورد تاثیرفناوری اطلاعات برافراد، سازمانها وجامعه موضوع تازه ای نیست و از ابتدای پیدایش و گسترش فناوری اطلاعات این موضوع موردبحث قرارگرفته است.

استفاده ازرایانه وفناوری اطلاعات برخی ازتغییرات را درسازمانها ایجادکرده است. این تغییرات درحوزه هایی مثل ساختار، اقتدار، قدرت، محتوای شغل، سلسله مراتب شغلی کارکنان، نظارت وشغل مدیران دیده می شود.

* **تاثیرات مثبت فناوری اطلاعات برسازمان ومدیریت**

1. سلسله مراتب سازمانی

فناوری اطلاعات برای افزایش بهره وری وکارایی، حیطه کنترل گسترده تر وکاهش تعداد متخصصان را مجازمی داند. فناوری اطلاعات به سازمانها اجازه می دهد تا دانش متخصصان را تحت کنترل درآورد و نیاز به تخصصهای فنی را درسازمان کاهش می دهد. این منطقی است که پس ازاینکه سطوح مدیریتی در سازمانها کمترشد، درآن سازمانها به مدیران صفی وستادی کمتری نیاز خواهد بود. این روند بیشتربه وسیله پدیده کاهش یا کوچک شدن اندازه مدیریت میانی نمایان می شود.

1. واحدهای ویژه

تغییر درساختارسازمانی، امکان ایجاد یک مرکزتکنولوژی، یک مرکزتجارت الکترونیک، یک بخش سیستم های پشتیبانی تصمیم و یا یک بخش سیستم های هوشمنداست . بدین ترتیب واحدهای ویژه ای جهت مدیریت اطلاعات و فناوری اطلاعات درسازمان ایجاد می شود.

1. تمرکز قدرت یا اختیار

اینکه آیا استفاده گسترده از فناوری اطلاعات منجر به تمرکز یا نبود تمرکز درعملیات کسب و کار و مدیریت خواهد شد یا نه ممکن است به فلسفه مدیریت عالی بستگی داشته باشد. هرچه میزان کنترل و تاثیر کارکنان رده پایین سازمان برفرآیند تصمیم گیری درسازمان بیشترباشد، می توان نتیجه گرفت که تمرکز در سازمان کمترشده است و اگر با بکارگیری فناوری اطلاعات درسازمان، میزان کنترل وتأثیرمدیران برفرآیند تصمیم بیشترشود، تمرکزبیشترخواهد بود. بنابراین نمی توان دراین مورد یک الگوی مشخص و واضح ارائه داد.

1. قدرت وموقعیت

با توجه به اینکه اطلاعات یک منبع قدرت است، با ورود سیستم های اطلاعاتی درسازمان میزان اطلاعات تحت کنترل افراد تغییر خواهد کرد و بدین ترتیب قدرت افراد(قدرت ناشی از اطلاعات) تغییرخواهد کرد.

1. محتوای شغل

یکی ازاثرات فناوری اطلاعات برمحتوای برخی مشاغل هم درسازمانهای دولتی وهم درسازمانهای خصوصی است. تغییرات درمحتوای شغل هنگامی رخ می دهد که کار طراحی مجدد شود وازآنجایی که با ورود و توسعه فناوری اطلاعات، ماهیت برخی از فعالیتهای سازمان تغییرمی کند، طراحی مشاغل تغییرکرده و به تبع آن محتوای شغل نیز تغییر خواهد کرد.

1. تغییرات درشرایط احراز شغل وآموزش

با توجه به اینکه فعالیت با فناوری اطلاعات، فنون جدید کاری را می طلبد، شرایط احراز شغل و آموزش کارکنان نیز بدین ترتیب تغییر خواهدکرد. زیرا مهارتهای سابق کارکنان پاسخگوی این نیازها نخواهدبود.

1. تغییرات درنظارت

این حقیقت که اطلاعات به صورت خطی و به صورت الکترونیک ذخیره می شود، احتمال و امکان نظارت بیشتر را فراهم می کند. فناوریهای اطلاعات در واقع وسیله ای برای تسهیل کنترل ونظارت هستند.

1. تاثیربر شغل مدیران

تاثیراحتمالی دیگر بر روی شغل مدیران می تواند تغییر درالزامات رهبری باشد. چیزی که به طورعمومی ویژگیهای خوب رهبری محسوب می شود، ممکن است با استفاده از فناوری اطلاعات به طورقابل ملاحظه ای تغییر داده شود. برای مثال هنگامی که ارتباطات رو در رو یا چهره به چهره به وسیله پست الکترونیک وکنفرانس کامپیوتری جایگزین می شود، ویژگیهای رهبری که به ظاهر و لباس نسبت داده می شود، حداقل می شود.

* **تاثیرات منفی فناوری اطلاعات برسازمان ومدیریت**

1. تاثیربررضایت شغلی

اگرچه برخی شغلها ممکن است به وسیله فناوری اطلاعات به طور اساسی خیلی غنی شوند، شغلهای دیگرممکن است خیلی تکراری و کمتر رضایت بخش بشوند.

برای مثال درابتدای سال1970، محققان پیش بینی کردند که سیستمهای اطلاعاتی مبتنی بر کامپیوتر نظر یا رای مدیریتی را در تصمیم گیری کاهش می دهند و بنابراین مدیران ناراضی ایجادمی کنند.

1. کاستن از صفات انسانی

یک انتقاد غالب در مورد سیستم های پردازش داده های سنتی، اثرمنفی بالقوه آنها بر شخصیت{فردیت}افراد است. آنها فعالیتهایی را که کامپیوتری می شوند را فاقد صفات انسانی و فاقد شخصیت می کنند. برخی از افراد احساس می کنند که به خاطرکامپیوتری شدن فاقد هویت و صفات انسانی هستند. ازطرف دیگر برخی افراد آنقدر به وب معتاد می شوند که فعالیتهای روزمره ومنظمشان را در محل کار یا خانه از قلم می اندازند ومشکلات سازمانی و اجتماعی جدیدی ایجاد می کنند.

1. اثرات روانی

اگر افراد تشویق شوند تا ازمحل زندگی شان خرید کنند و درهمانجا کار کنند، اثرات روانی بدی مثل افسردگی وتنهایی به وجودمی آید. دربعضی ازکشورها، این طبیعی است که بچه ها درخانه ازطریق فناوری اطلاعات به مدرسه بروند، اما فقدان تماس و ارتباط می تواند به توسعه های اخلاقی، شناختی و اجتماعی شان آسیب بزند.

1. تشویش اطلاعاتی

یکی از تاثیرات منفی عصر اطلاعات اضطراب یا تشویش اطلاعاتی است.

* اشکال متفاوت تشویش اطلاعاتی عبارتند از:
* تشویش درموردناتواناییهایمان درنگهداری حجم داده ها
* تشویش درمورد کیفیت اطلاعات در دسترس بر روی وب. این اطلاعات اغلب به روزنیستند وناقص هستند
* منابع<برخط>زیاد
* تشویش در مورد اینکه خیلی خوب آگاهی داده نمی شود یا خیلی دیر اگاهی داده می شود

بین 60 تا 80 درصد افرادی که اطلاعات خاصی را بر روی وب جستجومی کنند، نمی توانند آنچه را که می خواهند پیداکنند. این مسئله همچنین بر تشویش اطلاعات می افزاید، زیرا هنگامی که داده ها خیلی زیاد باشند، تفاوت بین داده واطلاعات و حقیقت و دانش، مبهم می شود. برای برخی کاربران اینترنت، تشویش از حجم بیش ازاندازه اطلاعات ناشی می شود که ممکن است بی خوابی، خواب کم یا ناکافی را موجب می شود.

1. تاثیربرایمنی وسلامتی

رایانه و سیستم های اطلاعاتی بخشی ازمحیط شغل هستند که ممکن است به طورمعکوسی برایمنی وسلامتی افراد اثر بگذارند. درادامه این اثرات رامطرح می کنیم:

الف: استرس شغلی

افزایش در حجم کار و یا مسئولیتها می تواند استرس شغلی را افزایش دهد. اگرچه رایانه ای کردن به سازمانها (به وسیله افزایش بهره وری) سود می رساند، همچنین موجب افزایش حجم کاری نیزمی شود. برخی کارکنان احساس می کنند که درحجم بیشتری از کار غوطه ور شده اند و احساس تشویش درمورد شغل وعملکردشان می کنند. این احساسات تشویش می تواند به طور معکوسی بر بهره وری کارکنان تاثیر بگذارد. مدیران می توانند به وسیله توزیع مجدد حجم کارمیان تعداد بیشتری از کارکنان استرس شغلی ناشی از این مسئله را کاهش دهند. اولین کسانی که در برابر سیستم های نوین کاری درسازمان مقاومت می نمایند کارکنان می باشند که این امر نیز دارای هزینه هایی برای شرکت مانند ترس کارکنان وعدم تطبیق در روزهای نخست با سیستم را ایجاد می نماید. مانند سیستم دبیرخانه که بطور تدریجی ازگردونه کاری شرکت ها حذف گردید.

ب: نمایش تصویری

ظهورترمینال های نمایش تصویری می تواند بر بینایی افراد تاثیر منفی بگذارد.

ج: آسیبهای ناشی ازفشارکارهای تکراری

یکی دیگراز خطرات بالقوه ایمنی وسلامت، آسیبهای ناشی از فشارکارهای تکراری مثل کمردرد، کشش ماهیچه درمچ دست و انگشتهاست که این نوع ازآسیبها مربوط به استفاده بلندمدت از صفحه کلید است.

1. پیشرفت سریع فن آوری وعدم امکان جذب این فن آوری های جدید از سوی سازمانها
2. پیدایش هکرها برای دستبرد به اطلاعات شخصی و محرمانه

با توجه به الکترونیکی شدن کلیه سیستم های حمل ونقل ، فروشگاهها و.....درصورت اختلال ویا هک این سیستم ها ارائه خدمات این سازمان ها مختل شده و کارآیی آن به صفر خواهد رسید.

1. تعدیل نیرو

با ورود فناوری اطلاعات به عرصه کارسازمانها سعی در به خدمت گرفتن هرچه بهتر آن در تمامی زمینه ها نموده اند که در نتیجه نیاز شرکت به افراد (نیروی انسانی) کاهش یافته و باعث تعدیل نیرو در سازمان می گردد؛ مانند بایگانی سوابق که با وجود سیستم های کامپیوتری دیگر واحدی با شکل فیزیکی وجود نخواهد داشت و پرسنل آن نیز دیگر مورد نیاز سازمان نخواهد بود و یا واحد حسابداری که با وجود سیستم های جدید دیگر این واحد درسازمان های کوچک ازبین رفته و تمام عملیات توسط سیستم انجام می پذیرد. با عنایت به موارد ذکرشده سازمان نیروهایی که صرفا ازقوای بدنی استفاده نموده و از نیروی دانش بهره نمی برند را تعدیل خواهد نمود و همچنین حذف یک گروه از شغلها یا ادغام چند شغل با هم باعث تعدیل نیرومی شود.

1. هزینه های نگهداری

انسان گاهی از سلامت کامل برخوردار نبوده و در بستر بیماری قرارمی گیرد. سیستم های اطلاعاتی نیز ممکن است در برخی موارد دچار نقص هایی گردند که نیاز به تعمیرات توسط متخصصین باشد که این خود ایجاد هزینه برای شرکت می باشد.

1. هزینه به روز رسانی

سیستم های اطلاعاتی هر روز در حال پیشرفت می باشند که این به هنگام شدن برای سازمان دارای هزینه های بسیاری ازقبیل به روز نمودن دانش مدیران، به روزنمودن خود سیستم و....دارد.

1. آسیب پذیری به واسطه اختلال در سیستم

کسب وکارها به راحتی ممکن است به واسطه مختل شدن سیستم های اطلاعاتی آسیب پذیرشوند، این امربستگی به آن دارد که آن کسب وکار تا چه اندازه وابسته به فناوری اطلاعات باشد.

1. عدم وجود قانون کپی رایت

نرم افزارهای خارجی بسیارارزان تر از ارزش واقعی خود در ایران پخش میشوند که این سبب دلسردی و عدم انگیزه برای خلق یک اثر نرم افزاری خواهد شد.

اکثر دست اندر کاران تولید نرم افزار در کشور ما شرکتهای کوچک نرم افزاری با پشتوانه های مالی اندک هستند. این شرکت ها عمدتا به دلیل محدودیت منابع از رویکرد توسعه تکنولوژی به منظورآشنایی با ابزار و روشهای نوین تولید نرم افزارغافل میشوند.

ازطرف دیگر، بیشترین مشتریان مهم حوزه نرم افزار در کشور ما را سازمانهای دولتی ونیمه دولتی تشکیل میدهند. قراردادهای تولید نرم افزار، قراردادهایی ناپخته و یک طرفه هستند ومجریان چنین پروژه هایی، با وجود آگاهی نسبت به ضعفهای آن بیشتر اوقات به دلایل اقتصادی مجبور به پذیرش آنها هستند.

1. دستمزد نامناسب

در بعضی از زمینه های فناوری اطلاعات و نرم افزارهای حمایت و ارزش کاری و دستمزد مناسب و استاندارد تعیین نشده است و کسی که در این حوزه فعالیت دارد احتمالا باید وقت وهزینه های زیادی صرف کند. این امر اثرات منفی در ذهن و روحیه فرد میگذارد. حتی در یک ارگان و سازمان خصوصی هم این موضوع صدق میکند.

1. کنترل انسان توسط فناوری اطلاعات

مخصوصا در بخش سخت افزاری خیلی اوقات باید فردی ناظر باشد و کارهای تکمیلی را انجام بدهد و یا در صورت بروز خطا درصدد رفع آن باشد و یا در بخش نرم افزاری این موضوع میتوان گفت انسان تابع کدها و قوانین برنامه ها میشود و حتی در صورت موارد استثنا نرم افزار قادر به درک آن و حس انسانی یا انعطاف پذیرنیست.

1. الگوهای متفاوت

روش برنامه ریزی استراتژیک در دوران جدید با برخی از سازمانها نیازمند تغییرات مختلفی است و پیروی از یک الگوی کلاسیک در فناوری اطلاعات پاسخگوی شرایط جدید این دوران نیست.

این بدین معنی است که مدلها و متدهای معماری فناوری اطلاعات با سازمان به خوبی یکپارچه نمی شوند.

1. اشتباهات فرآیندی در بکارگیری فناوری اطلاعات

در بسیاری موارد استقرار ابزارها و روشهای فناورانه در سازمانها به دلیل عدم شناسایی درست نیازمندیها و شرایط سازمان منجر به طراحی و پیاده سازی فرآیندهایی میگردد که در زمان اجرا باعث بروز اشکال در جریان امور شده و بدلیل سیستمی بودن، اصلاح آن نیز مشمول زمان خواهدبود. مثلا نمایش اطلاعات حسابهای یک مشتری درسایت عمومی بانک تنها با وارد کردن شماره ملی فرد!

1. تقلب

منظور از تقلب یا تخلف، هرفرآیند غیرقانونی است که شامل فریب، پنهان کاری یا نقض اعتماد باشد. بدیهی است که به کارگیری روش های جدید کلاهبرداری، تقلب و تخلف در سازمان ها و متقابلا عدم توانایی سازمان ها در پیشگیری و کشف آنها، یکی از تهدیدها و ریسک های عملیاتی مهم درسازمان ها است. ازاین رو، سازمان ها باید با رویکرد پیشگیری، شناسایی و کشف تقلب ها و تخلف ها، اقداماتی را در پیش گیرند تا از تقلب و تخلف جلوگیری نمایند. شناسایی تقلب و یا تخلف به مجموعه عملیات یا اقداماتی که براساس روش ها یا متدهایی، سعی در کشف و شناسایی تخلف ها و یا تقلب های صورت گرفته و یا در حال وقوع، منسوب می شود.

1. ریسک بالا

دسترسی کارکنان به اطلاعات می تواند یک تهدید بزرگ برای سازمان باشد. نظارت برعدم سوء استفاده آنان بسیارمشکل است. بعنوان مثال یک کارمند غیرمتعهد می تواند به سادگی اطلاعات را درفلش مموری خود ریخته و آنها را در اختیار شرکت رقیب قراردهد.

1. مهاجرت طبقه خلاق و نخبه

رشد فناوری باعث شده تا امرمهاجرت راحت تر از گذشته باشد. درحالیکه بسیاری به آمارهای مهاجرت می نگرند، باید به دلایل و انگیزه های آن توجه شود. فناوریهای نوین این امکان را به کاربران می دهد تا تفاوت ها را احساس کنند و بتوانند به راحتی ارتباط برقرارکرده و راههای مهاجرت به مکانهایی که امتیازات بیشتری به آنان را میدهند را پیدا کنند. البته این نکته را باید در نظرگرفت که این مشکل مختص کشورهای درحال توسعه نیست و کشورهای توسعه یافته رانیز در برمی گیرد. مهاجرت ها باعث کاهش افراد طبقه خلاق در جامعه می شود و تبعاتی مانند رکود علمی و فرهنگی را در پی خواهد داشت.

1. خطر شنود و سرقت اطلاعات و تجاوز به حریم خصوصی کاربران

درصورت دسترسی یافتن افراد غیرمجاز به بانک های داده های شرکت خدمات دهنده، امنیت اطلاعات سازمان وحریم خصوصی کاربران به مخاطره می افتد. همچنین با توجه به اینکه در ابرعمومی، تبادل اطلاعات با خدمات دهنده در بستر اینترنت صورت می پذیرد، خطر شنود شدن اطلاعات همواره وجود دارد. هر چند که با رمزنگاری صحیح ارتباطات می توان احتمال موفقیت سارقان در دست یافتن به اطلاعات را از طریق شنود به حداقل رساند.

1. تاثیربرجا به جایی شغلی

یک مبحث جالب توجه، تحرک شغلی یا جا به جایی شغلی است. امروزه شما می توانید دریک وب سایت مقدار پولی که به یک شغل درهر مکانی پرداخت می شود را پیدا کنید، استفاده از ویدئو کنفرانس برای مصاحبه ها وعاملان یا نمایندگان هوشمند برای یافتن شغلها وکارکنان جدید، احتمال ترک خدمت کارکنان را افزایش می دهد.

**برخی از نرم افزارهای پر کاربرد در مدیریت**

* **سیستم اطلاعات مدیریت**

**MIS: Management Information System**

سیستم اطلاعات مدیریت به مجموعه عناوین و ابزاری اطلاق می شود كه اطلاعات مورد نیاز مدیران سازمان را در زمینه ها و حیطه های مسئولیت حرفه ای آنان، بادقت، در زمان مناسب و شكلی مطلوب فراهم می كند.

عملیات این سیستم شامل جمع آوری داده ها، پردازش داده ها و تبدیل داده های خام به اطلاعات ارزشمند، ذخیره و بازیابی داده ها و اطلاعات و تولید خروجی هایی نظیر گزارشات مدیریتی میباشد.

سیستم اطلاعات مدیریت، سیستمی یکپارچه برای فراهم آوردن اطلاعات به منظور پشتیبانی از برنامه ریزی و کنترل عملیات یک سازمان است.

در واقع یك سیستم اطلاعات مدیریتی (MIS) بر خلاف سیستمهای پردازش تراکنش TPS)) ها به ارائه اطلاعات خام و سطح پایین نمی پردازد و اطلاعاتی را ارائه می كند كه در اخذ تصمیمات مدیریتی حایذ اهمیت باشند. این امر در مواجهه با حجم انبوه اطلاعات،اهمیت خود را نشان میدهد و با پردازشهای مفیدی كه انجام میدهد به مدیران در انجام وظایف خود یاری میرساند.

این نرم افزار می تواند تصاویری از مغایرتها و انحرافات از برنامه های تعیین شده را آشكار سازد. چنین اطلاعاتی ازطریق تهیه گزارشات مدیریت در قالبها و تصاویر منطقی و قابل تعبیر و تفسیر و تحلیل در اختیار مدیریت قرار می گیرد.

* **زیرمجموعه های سیستم MIS**
* سیستمهای اطلاعاتی مدیریت نیروی انسانی
* سیستمهای اطلاعاتی مدیریت مالی وحسابداری
* سیستمهای اطلاعاتی مدیریت تولید
* سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی وفروش
* **برخی از نمونه‌های MIS**
* سیستم مدیریت فروش
* سیستم‌های کنترل موجودی
* سیستم‌های بودجه‌بندی
* مدیریت سیستم‌های گزارش دهی (MRS)
* مدیریت منابع انسانی (HRM)
* **MIS چهار نوع گزارش تولید می‌کند:**

1. اطلاعات تفصیلی
2. اطلاعات تاریخی
3. اطلاعات خلاصه
4. اطلاعات استثنائی

* **سیستم پشتیبان مدیران ارشد**

**ESS: Executive-Support System**

برای کمک به تصمیم گیریهای غیر ساختار یافته و استراتژیک مدیران ارشد به کار می‌رود و از قابلیت های گرافیکی و ارتباطی استفاده می کنند.

* **اطلاعات ورودی:** انبوهی از داده های داخلی و خارجی
* **پردازش:** ترسیم، شبیه‌سازی، تعامل
* **اطلاعات خروجی:** طرح‌ها، پاسخ به پرس و جو
* **کاربران:** مدیران ارشد
* **سیستم برنامه ریزی منابع سازمان**

**ERP: Enterprise Resource Planning**

در سازمانها فرآیندهای داخلی و جریان‌های اطلاعاتی وجود دارند که با یکپارچه کردن آنها منافع زیادی نصیب سازمان می شود. در سازمان های بزرگ سیستم های مختلف اطلاعاتی وجود دارند که وظایف مختلف، سطوح سازمان و فرآیندهای سازمان را پشتیبانی می کنند.

اکثر این سیستم ها برای چند وظیفه یا چند واحد یا چند فرآیند سازمانی تهیه شده و اصطلاحا یکپارچه و برای کل سازمان نیستند. لذا مدیران در اکثر مواقع زمان زیادی را باید صرف کنند تا داده های مختلف را از سیستم های مختلف جمع آوری و پردازش نماید تا بتوانند تصویر کلی از وضعیت عملیات سازمان نشان دهند.

برنامه ریزی منابع سازمان یک بسته نرم افزاری قابل تنظیم و از پیش استاندارد شده تجاری است كه هدف آن یکپارچگی اطلاعات و جریان آن ها بين تمامي بخش های سازمان از جمله دپارتمان های مالی، حسابداری، منابع انسانی، زنجیره عرضه و مدیریت مشتریان با رویکرد مشتری گرایی و پاسخ به بازار و مبتنی بر تجربیات موفق می باشد.

برنامه ریزی منابع سازمان سعی دارد تا عملکرد همه واحدهای شرکت را در یک سیستم کامپیوتری یکپارچه نموده و نیازهای مختلف خاص هر واحد را پاسخ گوید.

این نرم افزار دارای اجزاء و یا ماژولهایی برای برنامه ریزی، تولید، فروش، بازاریابی، توزیع، حسابداری، مدیریت منابع انسانی، مدیریت پروژه، مدیریت خدمات و نگهداری و تعمیرات، مدیریت حمل و نقل و بازرگانی الکترونیک است.

معماری و ساختار آن بگونه ای است که یکپارچگی اطلاعات سطح سازمان را فراهم نموده و جریانی روان از اطلاعات بین بخشهای مختلف سازمان فراهم می آورد.

* **برخی از مزایای استفاده ازERP**
* ایجادیکپارچگی اطلاعاتی در سازمان و افزایش سازگاری در اطلاعات موجود
* امکان استفاده از روش های استاندارد و متداول در جهان
* مهندسی مجدد فرایندهای سازمانی و کاهش زمان انجام آنها
* تبدیل فرآیندهای سازمانی از حالت ضمنی به حالت صريح
* تغییر تمرکز از برنامه نویسی کامپیوتری در سازمان به بهبود فرایندها
* بهبود کیفیت اطلاعات و سرعت دستیابی به آن
* بهبود تعاملات با مشتریان، تامین کنندگان و پیمانکاران
* **عوامل موثر در پیاده سازی موفق یک پروژه ERP**
* انتخاب راه حل مناسب
* انتخاب تامین کننده مناسب
* انتخاب ناظر و مشاور
* نحوه بومی سازی نرم افزار در سازمان با توجه به استراتژی، فرهنگ و ساختار سازمان
* تعهد و حمایت مدیریت سازمان از پیاده سازی نرم افزار
* کنترل پروژه مناسب در طول فرایند پیاده سازی در زمان مشخص و بودجه پیش بینی شده
* **شرح خدماتERP**
* **فاز اول: شناخت**

ابزارهای شناخت عبارتند از:

* مستندات موجود
* مصاحبه
* پرسشنامه
* تکنیک دلفی
* **فاز دوم: تحلیل**
* **فاز سوم: تعیین وضعیت مطلوب**
* **فازچهارم: ارزیابی، انتخاب و پیشنهاد**
* **سیستم مدیریت روابط با مشتری**

**CRM: Customer Relationship Management**

به همه فرایندها و فناوریهایی گفته می‌شود که در شرکت‌ها و سازمان‌ها برای شناسایی، انتخاب، ترغیب، گسترش، حفظ و ارائه خدمت به مشتریان به کار می‌رود.

يك CRM خوب از منابع مختلف اطلاعات مشتريان را جمع آوری مي كند و ابزارهای تحليلی مناسبی برای پاسخ به سوالاتی نظير سوالات زير فراهم مي كند:

* + ارزش يك مشتری در طول دوره زندگی چيست؟
  + وفادارترين مشتری كيست؟
  + سودمندترين مشتری كيست؟
  + سودمندترين مشتريان چه محصولي خريداری مي كنند؟
  + ...
* **اهداف CRM**
* خدمات بهتری به مشتريان ارائه دهد
* بازدهی و اثربخشي مراکز تلفنی تماس با مشتری را افزايش دهد
* ارائه محصولات جنبی موثرتر خواهد بود
* کارمندان فروش را در عقد سريعتر قراردادهای فروش ياری دهد
* فرايندهای فروش و بازاريابی را تسهيل کند
* مشتريان جديدی براي خود پيدا کند
* گردش مالی مشتريان خود را افزايش دهد

موفق باشید

اشرف اشرف پور