

بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود مدیریت فرهنگی

(مطالعه موردی: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران)

نادر بهاری^۱

دکترمنوچهر انصاری^۲

دکتر بابک سهرابی^۳

چکیده

هدف: پژوهش حاضر بر آن است که نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) را در بهبود مدیریت فرهنگی (مطالعه موردی: سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران) مورد بررسی قرار دهد.

روش پژوهش: این پژوهش براساس هدف تحقیق، از نوع کاربردی است و برحسب نحوه گردآوری داده‌ها (طرح تحقیق) روش پژوهش در تحقیق حاضر، پیمایشی و از نوع توصیفی (غیرآزمایشی) است. شیوه و ابزار در نظر گرفته شده برای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش مدیران فرهنگی هستند که در مجموع ۲۸۷ مدیر را شامل می‌شوند که برای انتخاب نمونه مورد نظر از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده گردید و تعداد ۷۳ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شدند.

یافته‌های پژوهش: نشان می‌دهد که استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود مدیریت خدمات فرهنگی، افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری، کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی مؤثر می‌باشد.

نتیجه‌گیری: استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) موجب بهبود مدیریت فرهنگی (سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران) می‌شود. براساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی برای ارتقای کیفیت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی ارائه شده است.

کلید واژه‌ها: فناوری اطلاعات و ارتباطات، مدیریت فرهنگی، خدمات و محصولات فرهنگی، سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران

مقدمه

زندگی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی افراد جامعه به شدت به فناوری اطلاعات و ارتباطات وابسته است. برخلاف دوران گذشته که اطلاعات و تکنولوژی در اختیار صاحب نظران فن و صنایع قرار داشت و مشروعیت آن نیز به تأیید و تصدیق آنان مرتبط بود، در جوامع جدید اطلاعاتی، مردم عادی نیز به گونه‌ای با تکنولوژی مرتبط شده‌اند که بخشی مهمی از زندگی روزمره

۱. کارشناس ارشد رشته مدیریت اجرایی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) baharinader@yahoo.com

۲. استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران mansari@ut.ac.ir

۳. دانشیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران bsohrabi@ut.ac.ir

آنان بویژه در حوزه فرهنگ شده است. به این دلیل هر نوع سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در خصوص توسعه فرهنگی نمی‌تواند بی‌اعتنا به تحولات حوزه‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطات در سطح ملی و بین‌المللی صورت بگیرد. فرهنگ کنونی سرشار از اطلاعاتی است که از برنامه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای و روزنامه‌ها... دریافت شده و با محتوا و نشانه‌های اطلاعاتی خاص، انتقال می‌یابند (سعیدی، ۱۳۸۵). پیشرفتهای نوین در فناوری اطلاعات و ارتباطات، تمایل سازمانها را در استفاده از فناوریهای مدرن، جهت نیل به اهداف سازمانی و ارزش آفرینی برای مخاطبان، بیش از پیش نمایان ساخته و سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران هم، در عرصه مدیریت فرهنگ از این امر مستثنی نیست. با گذر از عصر صنعتی و ورود به عصر اطلاعات و ارتباطات و به گفته آلون تافلر (عصر دانایی) نیاز روز افزون بشر برای آموزش، متفاوت تر با آنچه در گذشته بوده است، بیشتر حس می‌شود و در همین راستا تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (ICT) که بطور فزاینده در حال گسترش است میتواند به نحو مطلوبی تمامی امور زندگی را تحت تأثیر قرار دهد.

نگرش سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران معطوف به معنویت به عنوان دورنمای اصلی توسعه فرهنگی می‌باشد. طراحی و تبیین مبانی و تلاش برای حفظ هویت فرهنگ ملی و اسلامی کلان شهر تهران با توجه به خصلت‌های ویژه شهری‌اش، عمده ترین چالشی است که فراروی سازمان می‌باشد. سازمان برای شناسایی، پیش بینی و پاسخگویی به این نیازها و چالشهای اساسی، مشارکت گسترده شهروندان را از طریق تقویت نهادهای مدنی در حوزه فرهنگ و هنر و روش‌های علمی درسنجش نیازهای جامعه و نیز انعکاس واقعیت‌های فرهنگی - اجتماعی شهر تهران، در اولویت برنامه‌های خود قرار داده است. این سازمان ایجاد ارتباطات دوسویه با مخاطبین و ارائه خدمات و محصولات فرهنگی متنوع و متناسب را ضامن بقا و توسعه خود می‌داند و از طریق ارتباط فعالانه با سایر سازمان‌های فرهنگی و نیز مسئولین فرهنگی کشور، تعادل و ثبات لازم را در فعالیت‌های خود کسب می‌کند. بنابراین کاملاً آشکار است که با تغییرات ناشی از فناوری اطلاعات، این سازمان نیز، دستخوش تغییراتی می‌شود که برای بهره‌مند شدن از این محیط جدید، نیازمند ترکیب علم و دانش موجود با اطلاعات کامپیوتری و ارتباطات است و با در نظر گرفتن روند توسعه فناوری از جهت کوچک تر شدن، افزایش سرعت و کاهش هزینه‌ها، پرداختن به این مهم بیش از پیش ضروری است. اهداف کلی در این تحقیق، بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود مدیریت فرهنگی (سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران) می‌باشد.

بیان مسئله

در بیست سال اخیر، فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش قابل توجهی را در بهبود امور حرفه‌ای و شغلی ایفا کرده است. بشمار روز جامعه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات را تجربه می‌کند که از ویژگیهای خاص خود برخوردار هستند. زندگی در دنیای جدید نیازمند شناخت کامل و کسب مهارت‌های استفاده از این تکنولوژی‌هاست و بدون داشتن چنین ابزاری، رقابت و زندگی بسیار مشکل خواهد بود و منجر به از دست رفتن فرصتهای فراوانی در زندگی روزانه افراد و جوامع می‌شود. سازمانها نیز باید جهت بکارگیری و استفاده بهینه از فناوری اطلاعات و ارتباطات زمینه سازی لازم و مطلوب را داشته باشند تا بتوانند در این راه، گامهای مهم و صحیح را در عرصه پیشرفت و ترقی طی نموده و موجبات ادامه حیات سازمانی را فراهم نمایند. در عصر اطلاعات و ارتباطات، با ورود اینترنت و وب، بسیاری از کارهای روزمره از جمله: جستجوی منابع از پایگاه داده‌ها (کتابخانه‌ها...)، اطلاع از برنامه‌ها و فعالیتهای آموزشگاه‌ها، آگهی‌ها و خبرهای روز اجتماعی و ورزشی و اقتصادی و مهمتر از همه بهره‌مندی از خدمات و محصولات ویژه مؤسسات و مراکز فرهنگی به صورت غیر حضوری انجام می‌شود.

سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران در سال ۱۳۷۵ بمنظور توسعه فرهنگ و هنر در جامعه ایرانی و نیز ارتقای فرهنگ شهرنشینی در تهران بزرگ تأسیس شده است. توسعه فرهنگی، تعمیق معرفت دینی، تقویت زیبایی‌طلبی و حقیقت‌جویی انسان‌ها، شادزیستن توأم با روحیه سازنده و کسب مهارت‌های زندگی اجتماعی نیازهای اساسی هستند که این سازمان در پاسخ به آنها موجودیت یافته است. با توجه به تغییرات اساسی که همواره در محیط نامطمئن و رقابتی امروز رخ می‌دهد، تحقق چنان اهدافی جدای از مجهز شدن و انطباق با شرایط محیطی و پیشرفتهای تکنولوژیکی نمی‌باشد، چراکه در عصر حاضر پیشرفت به سان شاخه‌های درخت در حال رویش است که راه آینده را می‌گشایند و این شاخه‌ها همان تنوع فراوان و غنای فرهنگهای بشری است که بعنوان یک شاخص سنجش توسعه مطرح می‌باشد بنابراین اگر هدف اساسی بکارگیری تکنولوژی را

پشتیبانی و حمایت از توسعه و پیشرفت در یک جامعه و هدف از توسعه را شکوفایی انسانها و رضایت آنها از تأمین نیازمندیهای اساسی مادی و معنویشان بدانیم، ملاحظه خواهیم کرد که تکنولوژی تنها یک شیوه تولید نیست، بلکه دارای بازتاب در زمینه‌های کلی و رفتارهای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می‌باشد و به عبارت دیگر، علم و تکنولوژی به‌منزله حمل‌کننده فرهنگ جامعه است که در آن ظهور یافته است و در نتیجه به نوعی وسیله ارتباط متقابل فرهنگی است و غفلت از آن موجب می‌شود که ارزش‌های فرهنگی جامعه جنبه حاشیه‌ای پیدا کرده و فرهنگ‌های بیگانه به صورت برگزیده، مدام به ترویج مدل‌های فرهنگی بیگانه پردازند.

اهمیت پژوهش

دنیای امروز بیش از گذشته بایک پدیده ثابت و اجتناب‌ناپذیری همراه است که شدت و سرعت و عدم اطمینان آن بپدیده جهانی شدن، حیرت آورنده که آن را "تغییر" نامیده‌اند و در تمام زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به نحوی ساری و جاری است و در نتیجه بررسی، شناخت، پیش‌بینی و انطباق با این تغییرات محیطی، مستلزم داشتن برنامه‌ها و استراتژیهای مناسب با نگاه به آینده و چشم‌انداز توأم با خلاقیت و نوآوری می‌باشد که برای هر سازمانی هم لازم و هم حیاتی است. یکی از جنبه‌های مهم این تغییر جهانی، تحولات چشمگیر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) می‌باشد که بررسی این تغییرات از نظر ساختاری و درون‌سازمانی و میان‌سازمانی و جنبه‌های اقتصادی و فرهنگی و آموزشی و ارزش‌آفرینی برای مخاطبان از نظر بهبود کیفیت ارائه خدمات و محصولات و افزایش سرعت و دقت و کاهش هزینه‌ها و در کل بهبود بهره‌وری حائز اهمیت است. از آنجا که سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران متولی امر فرهنگ در سطح شهر تهران به صورت خرد و کلان است، لازم است جهت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و جذب و حفظ مخاطبان خود، با توجه به پیشرفت‌های نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، ضمن بررسی زمینه‌های تغییر و بهره‌گیری از شیوه‌های نوین ارائه خدمات و محصولات فرهنگی، در تأمین هدف و ایجاد ارزش، به مزیت رقابتی لازم دست یابد. امیداست انجام این تحقیق و ارائه راهکارهای مناسب، مدیران سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران را در ارائه هر چه مطلوبتر خدمات فرهنگی به شهروندان تهرانی یاری نماید.

اهداف پژوهش

هدف اصلی

بررسی و نمایان ساختن نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود مدیریت فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌باشد.

اهداف فرعی

- ۱- تبیین بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، در اثر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
- ۲- بررسی و نمایان ساختن افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران به میزان قابل توجهی در راستای مؤلفه مشتری محوری، در اثر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
- ۳- بررسی و تبیین کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، در اثر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)
- ۴- تبیین افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، در اثر استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

سؤالات پژوهش

- ۱- آیا استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر بهبود مدیریت فرهنگی تأثیر دارد؟
- ۲- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر کدامیک از ابعاد مدیریت فرهنگی تأثیرگذار است؟

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) موجب بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌شود.
- ۲- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به میزان قابل توجهی در راستای مؤلفه مشتری محوری باعث افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌گردد.
- ۳- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) باعث کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌شود.
- ۴- استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) موجب افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌گردد.

پیشینه پژوهش

در زمینه بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در بهبود مدیریت فرهنگی هیچ پیشینه‌ای موجود نمی‌باشد. لذا تعدادی از طرح‌هایی که به لحاظ روش و موضوع با تحقیق حاضر مشابهت دارند، معرفی می‌گردد.

الف. مطالعات انجام شده در ایران

رحیمی (۱۳۸۳) تحقیقی با عنوان "بررسی دیدگاه مدیران کتابخانه‌های عمومی وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران درباره استفاده از رایانه در آن کتابخانه‌ها" انجام داده است. هدف از انجام این تحقیق پرداختن به نظرات مدیران کتابخانه‌های عمومی وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران، در خصوص استفاده از رایانه در چهار بخش اصلی انتخاب و سفارش منابع، امانت، خدمات فنی و مرجع است. در تجزیه تحلیل نهایی داده‌ها در چهار بخش اصلی کتابخانه، مدیران مهمترین علت استفاده از رایانه را افزایش دقت و سرعت در کارها ذکر نموده‌اند و نقش رایانه در هر چهار بخش یادشده را، نقش انکارناپذیری می‌دانند.

شریفی (۱۳۸۳) در رساله دکترای خود با عنوان "ارائه چهار چوب ادراکی برای نهادینه کردن فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه‌ها" اظهار داشته که برای نهادینه کردن فناوری اطلاعات و ارتباطات باید رویکرد دانشگاه‌ها در استفاده از فناوری دقیقاً مشخص شود، سپس عواملی که هر کدام از این رویکردها را بهتر پیش بینی کرده و تغییرات آن را با شدت بیشتری تعیین می‌کند به تناسب در برنامه‌ریزی برای توسعه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه‌ها مورد تأکید قرار بگیرد.

کبیری فر (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان "تأثیر گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر تحولات فرهنگی" که به روش تحلیلی - توصیفی انجام شده، هدف تحقیق را آگاهی از جریان حرکت فرهنگ در آینده و برنامه‌ریزی صحیح جهت مواجهه با آن و برخورداری از مزایا و مصون ماندن از معایب آن بیان نموده و به این نتیجه می‌رسد که در قرن حاضر زندگی انسان مدرن بدون برخورداری از فناوری اطلاعات و ارتباطات ممکن نیست و باید از مزایای فراوان این فناوری بهره‌جسته و از آن در زمینه‌های مختلف فرهنگی استفاده شود.

هاشمی (۱۳۸۵) پژوهشی با عنوان "نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به عنوان مکمل مدیریت کیفیت فراگیر (TQM) در افزایش بهره‌وری مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن" به انجام رسانده و بررسی نموده که تا چه حد فناوری اطلاعات و ارتباطات بر افزایش بهره‌وری مدیران مؤثر است؟ فرضیه اصلی نیز بدین شرح مطرح شده که فناوری اطلاعات و ارتباطات بر افزایش بهره‌وری مدیران مؤثر است و برای پاسخ به آن، چهار مؤلفه بهبود مستمر، مشتری محوری، همکاری گروهی و مدیریت نوآوری در نظر گرفته شد. مشخص گردید که از دیدگاه نمونه‌های تحقیق، تمامی عوامل مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش مؤثری (بالاتر از حد متوسط) در افزایش بهره‌وری و با سطح اطمینان ۹۹٪ داشته‌اند.

نوذری (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان "طرح پیشنهادی ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی برای کتابخانه‌های عمومی تحت پوشش سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران" هدف از این پژوهش را ایجاد ارتباط منظم و همکاری متقابل بین کتابخانه‌های مذکور و گسترش جریان اشاعه اطلاعات در جهت تأمین نیازهای اطلاعاتی استفاده‌کنندگان این کتابخانه می‌داند. شبکه اطلاع‌رسانی

از جمله فن‌آوریهای اطلاعاتی و ارتباطی الکترونیکی است که به منظور جلوگیری از کارهای تکراری، کاهش هزینه‌ها، دسترسی آسانتر به منابع، تسریع در امور فنی و گسترش خدمات اطلاع رسانی در کتابخانه‌ها ایجاد میگردد.

ب. مطالعات انجام شده در جهان

یافته‌های پیمایش سال ۱۹۹۷ در آلمان نشان می‌دهد که ۶۴ درصد از شهرهای با جمعیت بیش از ۵۰ هزار نفر آلمان، A شهرهای الکترونیکی \cong Electronic City هستند. این شهرها دارای سیستم‌های اطلاع رسانی اقتصادی (EIS) هستند که حاوی اطلاعاتی در زمینه مدیریت محلی، اقتصاد شهری، فرهنگ، اوقات فراغت، گردشگری، توسعه شهری و محیط زیست است. روی هم رفته در A شهر دیجیتالی \cong Digital city تنها با A فشار یک کلید \cong سیل اطلاعات و خدمات مورد نیاز از طریق شبکه‌های رایانه‌ای فراهم می‌شود. به طوری که ملاحظه می‌شود، رسانه‌های الکترونیکی و سیستم‌های اطلاع رسانی جدید موجب دسترسی گسترده شهروندان به اطلاعات جدید و نیز پیدا کردن نگرشهای عمیق تر نسبت به زندگی اجتماعی شده‌اند. دسترسی به فن‌آوری‌های فرارسانه‌ای و مجازی Hypermedial And Virtual [الکترونیکی _ رایانه‌ای] موجب شفاف شدن و نیز مستند شدن شناخت و در نتیجه گسترش چشم‌اندازها نسبت به زندگی اجتماعی شده است. رسانه‌های الکترونیکی _ رایانه‌ای جدید و امکانات تازه مرتبط با این رسانه‌ها، بر ساختارها و فرایندها و فرهنگ تأثیر گذار هستند. این تأثیرات خود را به دو صورت زیر نشان می‌دهند:

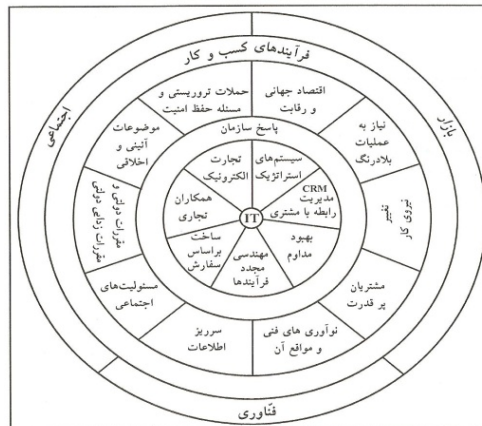
۱. در ارتباط با فرهنگ، از طریق کاربرد طراحی شهری برای ایجاد آگاهی‌های شهری

۲. در ارتباط با ساختارها، از طریق معماری اجتماعات شهری (نجاتی حسینی، ۱۳۸۰)

فرج پهلوی^۱ (۱۹۹۲) در مقاله‌ای با عنوان "مروری به زیر ساختهای تکنولوژی اطلاعات در ایران" بیان می‌کند که در اواسط دهه ۱۳۵۰ رایانه‌ای کردن خدمات کتابخانه‌ای مورد توجه قرار گرفت و کتابخانه مرکزی دانشگاه شهیدچمران اهواز کتابخانه خود را بر روی کارتهای رایانه‌ای ثبت کرد. در پایان دهه ۱۳۵۰ اثر مشکلات اقتصادی و اجتماعی ناشی از وقوع انقلاب اسلامی و پس از ۸ سال جنگ تحمیلی ورود تکنولوژی جدید به تأخیر افتاد ولی بعضی از مؤسسات مقداری از بودجه خود را صرف هزینه تجهیزاتی رایانه‌ای کردند.

نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در گسترش اطلاع رسانی فرهنگی

عصر الکترونیک ابزار و فنون نیرومندی را در اختیار بشر قرار داده است و گسترش وسایل ارتباط جمعی، شبکه‌های تلفنی، ماهواره‌ها و بزرگ راه‌های اطلاعاتی، تمامی جنبه‌های زندگی انسان را پیش از پیش به خدمات و تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطی متکی کرده است. فناوری اطلاعات و اینترنت، اقتصاد و اوضاع اجتماعی - فرهنگی را به چالش کشیده است. مدل زیر (شکل ۱) بیانگر نحوه‌ی ایجاد ارزشی است که مشتریان مایل به سفارش و خرید آن در قالب محصولات و خدمات (فرهنگی) بویژه در سازمانهای خدماتی امروزی (مانند سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران) می‌باشند (کامرانی، ۱۳۸۶).



شکل ۱- تأثیر فشارهای بازار، فشارهای فناوری و فشارهای اجتماعی - فرهنگی بر سازمان و نحوه پاسخگویی سازمان با کمک IT

در بسیاری از فعالیتهای خدماتی بویژه در حوزه فرهنگ نیز، مهم‌ترین تحول تحت تاثیر فناوری نوین ارتباطی، این است که عناصر مشترک فرهنگ‌های مختلف در حال آمیخته شدن است. در مجموع، آثار تحولات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فرهنگ را می‌توان چنین بر شمرد:

سازمان‌های آینده، محتاج به ایجاد انرژی جدیدی هستند تا از طریق آن سازمان را تجدید حیات بخشند، البته این به آن معنا نیست که تنها می‌بایست ساختار سازمانی را دگرگون کرد، بلکه بهبود در تخصص و مهارتها، باز مهندسی نظامها و باز بینی فرایند عملیات و فعالیتهای، دگرگونی و تجدید ساختارهای مالی و اجرایی و مدیریتی و استفاده از ابزار پیشرفته برای بهینه سازی از منابع، همراه با ایجاد نظم و انضباط در تفکر یا بینش و منشهای مدیریت، در انتخاب راهبردها و راهکارها، همگی از جمله عوامل تجدید انرژی و افزایش توانمندیهای سازمان تلقی می‌شوند (مؤمنی، ۱۳۸۰).

یک تکنولوژی پیچیده با محیطی نامطمئن ایجاب می‌کند که کارکنان و اعضای سازمان، اطلاعات بیشتری پردازش کنند تا بتوانند رویدادهای غیرمنتظره را بهتر درک نمایند و در برابر آنها واکنش مناسب از خود نشان دهند. وابستگی متقابل یا دو طرفه بین دواير سازمانی باعث خواهد شد که ارتباطات و هماهنگی‌های بیشتری بین آنها بوجود آید. بنابراین، سازمان باید به گونه‌ای طرح‌ریزی شود که در آن اطلاعات به صورت افقی و عمودی رد و بدل گردد، تا امور به‌طور مقتضی انجام شود و در سایه هماهنگی همه جانبه، سازمان به مقصود و مقصد خود برسد (نادلر و توشمان^۱، ۱۹۸۸). به طور کلی، ساختار سازمان باید به گونه‌ای باشد که با نیازهای اطلاعاتی متناسب گردد و اگر چنین نباشد، یا اینکه اطلاعات کافی به افراد نرسد، آن‌ها مجبورند ناخواسته هزینه و زمان زیادی را، صرف پردازش اطلاعات غیرضروری و بی مورد نمایند که تداوم آن موجب کاهش اثر بخشی سازمانی می‌شود (دفت^۲، ۲۰۰۲). در شرکت‌های امروزی (کرایسلر) هنوز هم ارتباطات افقی در سطح گسترده‌ای به کار گرفته می‌شود و اثری مثبت و بسیار مهم در سازمان دارد. در این شرکت‌ها با به کارگیری تیم در سطح افقی، همه کسانی که روی یک طرح کار می‌کنند (طراحان، مهندسان، تولید کنندگان، نمایندگان بازاریابی، امور مالی، خرید و حتی عرضه کنندگان خارج از شرکت) در یک مکان و زیر یک سقف گرد هم می‌آیند. این امر هماهنگی زیادی ایجاد کرده و باعث شده که شرکت‌های این چینی به طور کلی از موفق‌ترین شرکت‌های دنیا باشند (تایلور^۳، ۱۹۹۴). سیستم‌های اطلاعاتی کامپیوتری به مدیران و کارگران خط تولید کمک می‌کند تا درباره مسأله‌ها، فرصت‌ها، فعالیت‌ها یا تصمیمات، به صورت مرتب اطلاعات را رد و بدل نمایند. شرکت "با والی انرژی" که یک شرکت ۲۶۴ میلیون دلاری است و در زمینه اکتشافات و تولید فعالیت می‌کند، سیستم اطلاعاتی کامپیوتری خود را به گونه‌ای طرح‌ریزی مجدد کرد تا ارتباط بین زمین شناسان، مهندسان تولید و مهندسان شرکت‌های طرف قرار داد، در سراسر دنیا بهبود یابد (لیندگرن^۴، ۱۹۹۴). ایجاد ارتباط افقی در سطح بالاتر به صورت تماس‌هایی است که مدیران درگیر یک مسئله، به صورت مستقیم بین خود برقرار می‌کنند. در شرکت‌های بزرگ مثل آی. بی. ام و جنرال الکتریک، مدیران تشویق می‌شوند تا با یکدیگر تماس مستقیم داشته باشند. تماس مستقیم می‌تواند هماهنگی سازمان را بسیار بالا ببرد (اتوره^۵، ۱۹۹۳). شرکت ژیلت برای هماهنگ کردن فعالیت‌های خود در سطح جهانی، گروهی از مدیران تولید را مسئول این کار کرد. یک مدیر تولید این مسئولیت را دارد که پانزده کشور بازاریابی و فروش را (در مورد تیغ‌های دوبله) هماهنگ کند، که با استفاده از روش‌های تبلیغاتی و بازاریابی و فروش هریک از این کشورها، مقدار زیادی صرفه جویی کرده است. شرکت جنرال موتورز، برای بازار یابی و فروش هریک از مدل‌های جدید خود، کسانی را با عنوان "مدیر نام و نشان تجاری" تعیین کرده است (ناگتون^۶، ۱۹۹۵). شرکت بوئینگ برای طراحی و تولید هواپیمایی مدل ۷۷۷ و برای هریک از قسمت‌های مهم بدنه و موتور هواپیما دو بیست و پنجاه تیم تشکیل داد، طوریکه همه این تیم‌ها، هماهنگ و یکپارچه‌اند (گالبریت^۷، ۱۹۹۴). استفاده از فناوری اطلاعاتی به عنوان یکی از ابزارهای استراتژیک، کاربردهای بسیار زیادی دارد.

1. Nadler & Tushman
2. Daft
3. Taylor
4. Lindgren
5. Ettore
6. Naughton
7. Galbraith

شرکت فریتو - لی از سیستم پشتیبانی تصمیمات به گونه‌ای استفاده کرده است که این سیستم به صورت نوعی اسلحه، یکی از ابزارهای استراتژیک در آمده و شرکت را قادر ساخته است تا سهم بیشتری از بازار را نصیب خود سازد (بارتیمو^۱، ۱۹۹۰).

روش پژوهش

روش پژوهش در تحقیق حاضر بر اساس هدف تحقیق از نوع کاربردی است و برحسب نحوه گردآوری داده‌ها (طرح تحقیق)، پیمایشی و از نوع توصیفی (غیرآزمایشی) است. در این پژوهش علاوه بر استفاده از منابع کتابخانه‌ای در جهت تدوین مبانی نظری پژوهش، از پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شده است.

روایی و پایایی

روایی و اعتبار در اصل به صحت و درستی اندازه‌گیری محقق برمی‌گردد. برای تعیین روایی پرسشنامه، پس از طراحی پرسشنامه بر پایه مدل نظری و پیشینه پژوهش، جهت بهره‌گیری از نظرهای تخصصی و اصلاحی چند نفر از خبرگان به منظور اطمینان بیشتر از درست بودن گویه، ابتدا ۲۰ پرسشنامه بین جمعی از مدیران در جامعه آماری توزیع گردید و کلیه ابهامات افراد جامعه آماری در رابطه با سؤالات مشخص شده و آخرین اصلاحات و آماده سازی فرم نهایی پرسشنامه زیر نظر استاد راهنما انجام پذیرفت و پرسشنامه نهایی تهیه و توزیع گردید.

در این پژوهش برای تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. در صورتی یک پرسشنامه پایاست که مقدار آلفای کرونباخ بزرگتر از مقدار ۰/۷ باشد و هر چه این مقدار به عدد ۱ نزدیکتر باشد پرسشنامه از پایایی بالاتری برخوردار می‌باشد. در پرسشنامه اخیر، از یک نمونه ۲۰ تایی، عدد پایایی و مقدار آلفا برابر ۰/۹۵۷۵ می‌باشد که از مقدار ۰/۷ بزرگتر است و می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه پایاست.

جامعه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش رؤسای مراکز (فرهنگسراها، مجتمع‌ها و خانه‌های فرهنگ و کتابخانه‌ها، نگارخانه‌ها و مسئولین آموزش) هستند که در مجموع ۲۸۷ مدیر را شامل می‌شوند که برای انتخاب نمونه مورد نظر از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده گردید و تعداد ۷۳ نفر از آنها به عنوان نمونه انتخاب شدند.

ابزارهای گردآوری اطلاعات

شیوه و ابزار در نظر گرفته شده برای جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه است. به دلیل پراکندگی جغرافیایی این مراکز در سطح شهر و نیز جهت کاهش احتمالی عدم همکاری برخی از مدیران، تمام پرسشنامه‌ها بپیوست نامه همکاری معاونت برنامه‌ریزی و توسعه سازمان، بصورت حضوری و با ارائه توضیحات لازم و کافی، در اختیار مدیران قرار گرفته و جمع‌آوری گردید.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، ابتدا متغیرهای تحقیق به کمک روشهای آمار توصیفی (جدول فراوانی و نمودار دایره‌ای) که به بررسی متغیرهای جمعیت شناختی تحقیق شامل سن، جنسیت، میزان تحصیلات، سابقه خدمت و نوع مسئولیت می‌پردازد، پردازش شده و سپس آمار تحلیلی مطرح می‌گردد. در آمار تحلیلی این تحقیق جهت بررسی نرمال بودن متغیرهای تحقیق از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (Klomogorov-Smirnov) و به منظور بررسی و آزمون فرضیات و ابعاد آن از آزمون میانگین یک جامعه آماری (One sample t-test) و همچنین برای رتبه‌بندی ابعاد فرضیات چهارگانه و شناسایی نقاط قوت و ضعف مراکز سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران از آزمون فریدمن استفاده گردیده است. پس از گردآوری

پرسشنامه‌ها و استخراج اطلاعات آنها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS این اطلاعات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتایج حاصل در قالب جداول word و excel تهیه و تنظیم گردید.

یافته‌های پژوهش

ویژگیهای جمعیت شناختی مدیران فرهنگی هنری سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران به گونه‌ای است که از میان اعضای نمونه آماری که رؤسای مراکز فرهنگی هنری می‌باشند (فرهنگسراها، مجتمع‌ها و خانه‌های فرهنگ و کتابخانه‌ها، نگارخانه‌ها و مسئولین آموزش)، ۶۳٪ افراد زن و ۳۷٪ زن بوده و ۱۱٪ دارای مدرک تحصیلی دیپلم، ۱۹٪ فوق دیپلم، ۵۷٪ لیسانس، ۱۱٪ فوق لیسانس و ۱٪ دکتری هستند. براساس سابقه خدمت هم ۴۹٪ بین ۵-۱۰ سال، ۴۴٪ بین ۱۰-۱۵ سال، ۴٪ بین ۲۰-۱۵ و ۲٪ بین ۲۵-۲۰ سال می‌باشند و بالاخره از نظر نوع مسئولیت ۹٪ رئیس فرهنگسرا، ۲۴٪ رئیس خانه فرهنگ، ۲۵٪ رئیس کتابخانه، ۱۱٪ رئیس نگارخانه و ۳۰٪ مسئول آموزش هستند.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

در پژوهش حاضر ابتدا جهت سنجش نرمال بودن توزیع داده‌های نمونه از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف حاکی از آن است که توزیع داده‌های مربوط به کلیه متغیرهای هر چهار فرضیه تحقیق، نرمال است. به منظور آزمون فرضیه‌ها از آزمون میانگین یک جامعه آماری استفاده شده است. در آزمون فرضیه‌های این پژوهش، در رابطه با کلیه فرضیه‌ها، آزمون صفر و آزمون مقابل آن در نظر گرفته شده و سپس در رابطه با هر فرضیه آماره آن محاسبه شده است. بر اساس سطح معنی داری بدست آمده برای هر آماره، چنانچه کمتر از ۰/۰۵ بوده باشد، فرضیه صفر رد شده و فرضیه مقابل آن تأیید می‌شود. از سوی دیگر، در صورتی که سطح بالا و پایین فاصله اطمینان هر دو مثبت باشد، نتیجه‌گیری می‌شود که مقدار میانگین از مقدار آزمون که برابر با عدد ۳ در نظر گرفته شده، بیشتر است و بدین ترتیب با احتمال ۹۵٪ فرضیه مبنی بر وجود آن متغیر رد شده است.

بررسی و آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از آزمون میانگین یک جامعه آماری

بررسی و آزمون فرضیه اول: استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) موجب بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌شود.

جدول ۱- آمار استنباطی بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و ابعاد آن

آمار استنباطی						
مقدار مانگین برابر با ۳						
متغیرها	t	درجه آزادی	عدد معناداری	تفاوت میانگینها	۹۵ درصد فاصله اطمینان برای تفاوت	
					حد پایین	حد بالا
ارائه آموزشهای بموقع جهت افزایش دانش و مهارت	۱۲/۰۴۸	۷۲	۰/۰۰۰	۱/۲۳۳	۱/۰۳	۱/۴۴
تبادل الکترونیکی داده‌ها بین مراکز سازمان	۱۲/۰۴۸	۷۲	۰/۰۰۰	۱/۲۳۳	۱/۰۳	۱/۴۴
دسترسی به منابع الکترونیک	۱۲/۹۷۴	۷۲	۰/۰۰۰	۱/۱۵۱	۰/۹۷	۱/۳۳
ارتباط دائم با دریافت کنندگان خدمت	۸/۳۰۲	۷۲	۰/۰۰۰	۰/۹۰۴	۰/۶۹	۱/۱۲
افزایش فرصتهای جدید و مطلوب	۹/۴۸۸	۷۲	۰/۰۰۰	۰/۹۳۲	۰/۷۴	۱/۱۳
بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی	۱۳/۶۹	۷۲	۰/۰۰۰	۱/۰۹	۰/۹۳۱۶	۱/۲۴۹۲

جدول ۲- نتیجه گیری درباره وضعیت بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و ابعاد آن

وضعیت اثرگذاری	متغیرها
اثر دارد	ارائه آموزشهای بموقع جهت افزایش دانش و مهارت
اثر دارد	تبادل الکترونیکی داده‌های مراکز سازمان
اثر دارد	دسترسی به منابع الکترونیک
اثر دارد	ارتباط دائم با دریافت کنندگان خدمت
اثر دارد	افزایش فرصتهای جدید و مطلوب
اثر دارد	بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی

بررسی و آزمون فرضیه دوم: استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به میزان قابل توجهی در راستای مؤلفه مشتری محوری باعث افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران میگردد.

جدول ۳- آمار استنباطی افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری و ابعاد آن

آمار استنباطی						متغیرها
مقدار میانگین برابر با ۳					t	
۹۵ درصد فاصله اطمینان برای تفاوت		تفاوت میانگین‌ها	عدد معناداری	درجه آزادی		
حد بالا	حد پایین					
۱/۳۷	۰/۹۶	۱/۱۶۴	۰/۰۰۰	۷۲	۱۱/۴۸۵	پاسخگویی سریع و بموقع به مشتریان
۱/۱۳	۰/۷۳	۰/۹۳۲	۰/۰۰۰	۷۲	۹/۳۰۶	ارائه خدمات ویژه و منحصر به فرد
۱/۰۵	۰/۶۵	۰/۸۴۹	۰/۰۰۰	۷۲	۸/۴۳۱	ارتقای کیفیت خدمات و محصولات
۰/۸۸	۰/۴۳	۰/۶۵۸	۰/۰۰۰	۷۲	۵/۸۴۸	جذب مشتری
۱/۰۱	۰/۵۸	۰/۷۹۵	۰/۰۰۰	۷۲	۷/۳۲۰	حفظ مشتری
۰/۰۵۱۹	۰/۷۰۷۰	۰/۸۷	۰/۰۰۰	۷۲	۱۰/۱۷	افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری

جدول ۴- نتیجه گیری درباره وضعیت افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری و ابعاد آن

وضعیت اثرگذاری	متغیرها
اثر دارد	پاسخگویی سریع و بموقع به مشتریان
اثر دارد	ارائه خدمات ویژه و منحصر به فرد
اثر دارد	ارتقای کیفیت خدمات و محصولات
اثر دارد	جذب مشتری
اثر دارد	حفظ مشتری
اثر دارد	افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری

بررسی و آزمون فرضیه سوم: استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) باعث کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌شود.

جدول ۵- آمار استنباطی کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و ابعاد آن

آمار استنباطی						
مقدار میانگین برابر با ۳						متغیرها
۹۵ درصد فاصله اطمینان برای تفاوت		تفاوت میانگین‌ها	عدد معناداری	درجه آزادی	t	
حد بالا	حد پایین					
۱/۰۴	۰/۶۱	۰/۸۲۲	۰/۰۰۰	۷۲	۷/۶۴۹	ارائه خدمات باکمترین هزینه
۱/۱۳	۰/۷۱	۰/۹۱۸	۰/۰۰۰	۷۲	۸/۶۲۶	بی‌نیازی از بایگانی‌های حجیم
۱/۶۲	۱/۲۱	۱/۴۱۱	۰/۰۰۰	۷۲	۱۳/۷۱۰	استفاده بهینه از فضاهای موجود
۱/۲۹	۰/۹۰	۱/۰۹۶	۰/۰۰۰	۷۲	۱۰/۹۸۳	افزایش کارایی
۱/۳۴	۰/۹۳	۱/۱۳۷	۰/۰۰۰	۷۲	۱۰/۹۵۴	جایگزینی شیوه‌ها و ابزارهای نوین کارآمد بجای روش‌ها و ابزارهای سنتی
۰/۲۵۰۰	۰/۹۰۳۴	۱/۰۷	۰/۰۰۰	۷۲	۱۲/۳۸	کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی

جدول ۶- نتیجه‌گیری درباره وضعیت کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و ابعاد آن

وضعیت اثرگذاری	متغیرها
اثر دارد	ارائه خدمات باکمترین هزینه
اثر دارد	بی‌نیازی از بایگانی‌های حجیم
اثر دارد	استفاده بهینه از فضاهای موجود
اثر دارد	افزایش کارایی
اثر دارد	جایگزینی شیوه‌ها و ابزارهای نوین کارآمد بجای روش‌ها و ابزارهای سنتی
اثر دارد	کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی

بررسی و آزمون فرضیه چهارم: استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) موجب افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌گردد.

جدول ۷- آمار استنباطی افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و ابعاد آن

آمار استنباطی						
مقدار میانگین برابر با ۳						متغیرها
۹۵ درصد فاصله اطمینان برای تفاوت		تفاوت میانگین‌ها	عدد معناداری	درجه آزادی	t	
حد بالا	حد پایین					
۱/۵۵	۱/۱۱	۱/۳۲۹	۰/۰۰۰	۷۲	۱۲/۰۳۱	ارائه خدمات با حداقل زمان ممکن
۱/۴۶	۱/۰۱	۱/۲۳۳	۰/۰۰۰	۷۲	۱۰/۹۱۶	افزایش سرعت دریافت و انتقال اطلاعات
۱/۱۰	۰/۶۶	۰/۸۷۷	۰/۰۰۰	۷۲	۷/۹۵۲	تبادل نظر برای اتخاذ تصمیمات بموقع
۱/۳۳	۰/۹۲	۱/۱۲۳	۰/۰۰۰	۷۲	۱۱/۰۹۳	انجام درست فرایندهای کاری از مسیرهای کوتاه‌تر و مطلوب‌تر
۱/۵۲	۱/۰۸	۱/۳۰۱	۰/۰۰۰	۷۲	۱۱/۶۶۹	جمع‌آوری و طبقه‌بندی آمارها و اطلاعات موجود
۰/۳۶۱۹	۰/۹۸۳۳	۱/۱۷	۰/۰۰۰	۷۲	۱۲/۳۵	افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی

جدول ۸- نتیجه گیری درباره وضعیت افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و ابعاد آن

متغیرها	وضعیت اثرگذاری
ارائه خدمات با حداقل زمان ممکن	اثر دارد
افزایش سرعت دریافت و انتقال اطلاعات	اثر دارد
تبادل نظر برای اتخاذ تصمیمات بموقع	اثر دارد
انجام درست فرایندهای کاری از مسیرهای کوتاه تر و مطلوبتر	اثر دارد
جمع آوری و طبقه بندی آمارها و اطلاعات موجود	اثر دارد
افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی	اثر دارد

آزمون تحلیل واریانس فریدمن ابعاد فرضیه‌ها

خروجی Spss شامل دو جدول می‌باشد. در جدول اولی مشخصات آماری و آماره χ^2 ارائه گردیده و در جدول دومی، میانگین رتبه‌های هر بعد ارائه شده است. با توجه به خروجی Spss مقدار عدد معنی داری (sig) از سطح معنی داری استاندارد ($\alpha = 5\%$) کمتر است. بنابراین فرض H. در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید نمی‌شود. بنابراین می‌توان گفت ابعاد تمام فرضیه‌ها رتبه‌های یکسانی ندارند. در ذیل جدولهای مربوطه ارائه می‌گردد.

جدول ۹- جدول معنی داری آزمون فریدمن ابعاد فرضیه اول (بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی)

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۷۳	تعداد
۲۴/۲۶	χ^2
۴	درجه آزادی
۰/۰۰۰	عدد معنی داری (sig)

جدول ۱۰- جدول میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن ابعاد فرضیه اول (بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی)

رتبه	میانگین رتبه	ابعاد بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی
۲	۳/۳۰	ارائه آموزشهای بموقع جهت افزایش دانش و مهارت
۱	۳/۳۲	تبادل الکترونیکی داده‌ها بین مراکز سازمان
۳	۳/۱۰	دسترسی به منابع الکترونیک
۵	۲/۶۲	ارتباط دائم با دریافت کنندگان خدمت
۴	۲/۶۶	افزایش فرصتهای جدید و مطلوب

جدول ۱۱- جدول معنی داری آزمون فریدمن ابعاد فرضیه دوم (افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری)

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۷۳	تعداد
۲۶/۶۲	χ^2
۴	درجه آزادی
۰/۰۰۰	عدد معنی داری (sig)

جدول ۱۲- جدول میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن ابعاد فرضیه دوم (افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری)

رتبه	میانگین رتبه	ابعاد افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری
۱	۳/۵۸	پاسخگویی سریع و بموقع به مشتریان
۲	۳/۰۴	ارائه خدمات ویژه و منحصر به فرد
۳	۲/۹۷	ارتقای کیفیت خدمات و محصولات
۵	۲/۵۶	جذب مشتری
۴	۲/۸۵	حفظ مشتری

جدول ۱۳- جدول معنی داری آزمون فریدمن ابعاد فرضیه سوم (کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی)

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۷۳	تعداد
۳۹/۳۳	χ^2
۴	درجه آزادی
۰/۰۰۰	عدد معنی داری (sig)

جدول ۱۴- جدول میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن ابعاد فرضیه سوم (کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی)

رتبه	میانگین رتبه	ابعاد کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی
۵	۲/۵۴	ارائه خدمات با کمترین هزینه
۴	۲/۶۸	بی‌نیازی از بایگانی‌های حجیم
۱	۳/۶۵	استفاده بهینه از فضاهای موجود
۳	۳/۰۱	افزایش کارایی
۲	۳/۱۱	جایگزینی شیوه‌ها و ابزارهای نوین کارآمد بجای روش‌ها و ابزارهای سنتی

جدول ۱۵- جدول معنی داری آزمون فریدمن ابعاد فرضیه چهارم (افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی)

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۷۳	تعداد
۳۱/۸۵	χ^2
۴	درجه آزادی
۰/۰۰۰	عدد معنی داری (sig)

جدول ۱۶- جدول میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن ابعاد فرضیه چهارم (افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی)

رتبه	میانگین رتبه	ابعاد افزایش دقت و سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی
۱	۳/۳۴	ارائه خدمات با حداقل زمان ممکن
۳	۳/۱۳	افزایش سرعت دریافت و انتقال اطلاعات
۵	۲/۴۱	تبادل نظر برای اتخاذ تصمیمات بموقع
۴	۲/۸۶	انجام درست فرایندهای کاری از مسیرهای کوتاه‌تر و مطلوب‌تر
۲	۳/۲۷	جمع‌آوری و طبقه‌بندی آمارها و اطلاعات موجود

جدول ۱۷- جدول معنی داری آزمون فریدمن ابعاد مدیریت فرهنگی

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۷۳	تعداد
۲۶/۱۱	χ^2
۳	درجه آزادی
۰/۰۰۰	عدد معنی‌داری (sig)

جدول ۱۸- جدول میانگین رتبه‌ها در آزمون فریدمن ابعاد مدیریت فرهنگی

رتبه	میانگین رتبه	ابعاد افزایش دقت و سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی
۲	۲/۶۰	بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی
۴	۱/۹۲	افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راستای مؤلفه مشتری محوری
۳	۲/۵۹	کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی
۱	۲/۸۸	افزایش سرعت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی

نتیجه‌گیری

در کشور ما اگر چه گام‌هایی در بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در زمینه‌های مختلف برداشته شده است ولی موضوع هنوز ناشناخته مانده است. چنانچه مدیریت را یک اقدام نظام یافته جهت تحقق اهداف سازمان بدانیم، نقش فناوری اطلاعات در طراحی نظام و دستیابی به اهداف به خوبی قابل تبیین است. اطلاعات در سازمان‌های ما کمتر به عنوان یک دارایی سازمانی تلقی می‌شود و کمتر به نقش استراتژیک آن در تصمیم‌گیری‌ها و تحقق اهداف توجه می‌شود. نگرش سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران معطوف به معنویت به عنوان دور نمای اصلی توسعه فرهنگی می‌باشد و طراحی و تبیین مبانی و تلاش برای حفظ هویت فرهنگ ملی و اسلامی کلان شهر تهران با توجه به خصلت‌های ویژه شهری اش، عمده‌ترین چالشی است که فراروی سازمان می‌باشد. این سازمان ایجاد ارتباطات متقابل و پاسخگویی به مخاطبین را ضامن بقا و توسعه خودمی داند، از این رو در تعامل با مخاطبین به برقراری ارتباطات دوسویه و ارائه خدمات و محصولات فرهنگی به صورت متنوع و متناسب با نیاز گروه‌های مختلف مخاطبین، توجه خاصی می‌نماید. بنابراین کاملاً آشکار است که با تغییرات ناشی از فناوری اطلاعات، این سازمان نیز، دست‌خوش تغییراتی می‌شود که برای بهره‌مند شدن از این محیط جدید، نیازمند ترکیب علم و دانش موجود با اطلاعات رایانه ای و ارتباطات است که بادر نظر گرفتن روند توسعه فناوری از جهت کوچک تر شدن، افزایش سرعت و کاهش هزینه‌ها، پرداختن به این مهم بیش از پیش ضروری است.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که "استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی در سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران مؤثر می‌باشد" بنابراین لازم است که مدیران فرهنگی هنری جهت تبادل الکترونیکی داده‌ها بین مراکز سازمانی، ارائه آموزش‌های به موقع در راستای افزایش دانش و مهارت و نیز دسترسی به منابع دیجیتال و فضای مجازی و الکترونیکی بکوشند.

فرضیه دوم "استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در راستای مؤلفه مشتری محوری، موجب افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران می‌شود" نیز مورد تأیید قرار گرفت و از آنجایی که در عصر اطلاعات، برای جذب و حفظ مشتری، محیط رقابتی بسیار پیچیده و نامطمئن است، بنابراین ضروری است که مدیران فرهنگی هنری برای پاسخگویی سریع و بموقع به مشتریان، در ارائه خدمات ویژه و منحصر به فرد و ارتقای کیفیت خدمات و محصولات بستری لازم را جهت بکارگیری بیش از پیش ICT فراهم آورند.

نظر به تأیید این فرضیه پژوهش که "استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران مؤثر می‌باشد" مدیران فرهنگی هنری می‌توانند برای استفاده

بهینه از فضاهای موجود، جایگزینی شیوه‌ها و ابزارهای نوین کارآمد به جای روشها و ابزارهای سنتی، افزایش کارایی و بی‌نیازی از بایگانی‌های حجیم زمینه‌های بکارگیری روز افزون فناوری اطلاعات و ارتباطات را مهیا نمایند.

پیشنهادات

نظر به اینکه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، نقش بسزایی در بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی دارد، پیشنهاد می‌شود سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران نسبت به کاربرد این فناوری در کلیه سطوح شغلی و فرآیندهای کاری اقدام نماید تا موجبات شکوفایی هرچه بیشتر سازمانی فراهم شود. بنابراین با توجه به وضعیت رتبه‌بندی ابعاد مدیریت فرهنگی، تلاش در جهت حفظ و ارتقاء وضع موجود در مورد افزایش سرعت و بهبود مدیریت ارائه خدمات و محصولات فرهنگی بدیهی بوده و نیازه به‌بهبود وضعیت در مورد کاهش هزینه‌های ارائه خدمات و محصولات فرهنگی و افزایش بهره‌وری مدیران فرهنگی در راسنای مؤلفه مشتری محوری ضروری است. همچنین لازم است که مدیران فرهنگی هنری با پرداختن به موضوعات مهم ذیل، زمینه‌های حرکت در مسیر رشد و بالندگی روافزون سازمانی را فراهم نمایند:

- جذب، بکارگماری و آموزش به روز، بموقع و مستمر کارکنان فرهنگی
- گسترش و توسعه مراکز فرهنگی از نظر فضا و تجهیزات و امکانات رایانه‌ای
- امکان دسترسی آسان کارکنان و مخاطبین مراکز فرهنگی به شبکه‌های داخلی و خارجی
- مرتفع نمودن مشکلات بودجه‌ای و مسائل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و نیروهای متخصص فرهنگی

منابع

- دفت، ریچاردال. (۲۰۰۲، ۱۳۸۳). **تئوری و طراحی سازمان**. ترجمه علی پارسائیان؛ محمداعرابی. تهران: پژوهشهای فرهنگی، ص. ۶۲.
- رحیمی، حسین. (۱۳۸۳). **بررسی دیدگاه مدیران کتابخانه‌های عمومی وابسته به سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران درباره استفاده از رایانه در آن کتابخانه‌ها**. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- سعیدی، رحمان. (۱۳۸۵). **جامعه اطلاعاتی، شکاف دیجیتالی، چالش‌ها و فرصت‌ها در کشورهای جهان سوم**. تهران: خجسته، ص. ۲۷.
- شریفی، اصغر. (۱۳۸۳). **ارایه چهارچوب ادراکی برای نهادینه کردن فناوریهای اطلاعات و ارتباطات در دانشگاهها**. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- کامرانی، مریم. (۱۳۸۶). **مبانی فناوری اطلاعات**. بابل: علوم رایانه، ص. ۳۸.
- کبیری فر، فاطمه. (۱۳۸۳). **تأثیر گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر تحولات فرهنگی**. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت امور فرهنگی و برنامه‌ریزی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- مؤمنی، هوشنگ. (۱۳۸۰). **مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات**. تهران مرکز نشر دانشگاهی، ۳۳۱.
- نجاتی حسینی، محمود. (۱۳۸۰). **اطلاع‌رسانی و فرهنگ**. تهران: خانه کتاب، ص. ۱۰۷.
- نوذری، مژگان. (۱۳۸۷). **طرح پیشنهادی ایجاد شبکه اطلاع‌رسانی برای کتابخانه‌های عمومی تحت پوشش سازمان فرهنگی هنری شهر تهران**. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
- هاشمی، بهرام. (۱۳۸۵). **نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به عنوان مکمل مدیریت کیفیت فراگیر (TQM) در افزایش بهره‌وری مدیران دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن**. پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

.Bartiomio, jim ; lois, Therrien. (1990). **How softwar Is Making Food salesa piece of cake**. Business week, z July, p.54-55.

.Ettorre, Barbara. (1993). **Simplicity cuts a New pattern**. Management Review, pp.25-29.

.Farajpahlou, Hossein. (1992). **A. information technology in ran an over view of the instructure the international information and library review**. 259-260.

- .Galbraith ,Jay R.(1994). **competing with Flexible lateral organizations, and ed.** (Reading Mass, Addison, Wesley), 17-18: laurie p.oleary,1994, curing the Monday Blues: A. U.S Navy Guide For stractring cross_Functional Teams, National Productivity Review,pp.43-51.
- .Lindgren, Bab.(1994). **Going Horizontal.** Enterprise, pp.22.
- .Nadler,David;Tushman,Michael.(1988).**Strategic organization Design Glenview.** Scott Foresman,p.15.
- .Naughton,keith;kathleen,kerwin.(1995).**At GM, Two Heads may be worse Than one.** Business weak,p.46.
- .Taylor,Alex.(1994).**Will Success spoil Chrysler ?** fortune , 10 january,pp.89.

