

چکیده

سازمان مجازی بعنوان اصطلاحی جدید در مباحث مدیریتی مطرح شده است. کار کردن با همدیگر بصورت الکترونیکی و نه فیزیکی، بدون توجه به مسئله بعد مسافت و زمان جوهره اصلی این بحث است. فراگرد سازمان مجازی ویژگیهای این سازمان، مزایا و معایب و الگوهای مختلف شکل گیری آن در این مقاله مورد بحث قرار می گیرد. سازمان مجازی می تواند سبب ایجاد یک بازار اطلاعاتی شود. بازاری که همواره باز است و قادر به پاسخگویی به مشتری می باشد.

سازمان مجازی (ساختار و الگوها)

کلید واژه ها:

سازمان مجازی^(۱) حضور الکترونیکی^(۲)، ارتباطات^(۳)،
اطلاعات^(۴)، زنجیره ارزش^(۵)

منوچهر مکی*

مقدمه:

افزایش رقابت در دنیای امروز باعث گردیده است تا سازمانها برای کاهش هزینه ها و داشتن جایگاه مطمئن در بازار رویکردهای نوین و الگوهای جدید سازمانی را تجربه کنند. تغییرات سریع در بازارهای جهانی و محلی، تلاش برای کاهش هزینه ها و افزایش فن آوریهای جدید برخی از دلایل سازمانها برای حرکت به سمت مجازی شدن هستند.

بکارگیری فن آوری های اطلاعاتی نظیر اینترنت، پست الکترونیک پست صوتی و همچنین استفاده فراگیر از رایانه و شبکه های رایانه ای مدیران را درگیر چالشهای جدیدی نموده است که یکی از آنها مفهوم

سازمان مجازی است.

۲- پویایی و قابلیت پاسخگویی:

سازمان مجازی روی قابلیت پاسخگویی و انعطاف پذیری برای غلبه بر مشکل بعد مسافت تاکید دارد. سازمان مجازی از دید مشتریان یک سازمان واحد است. ولی در واقع این سازمان از چندین واحد کوچکتر تشکیل شده که بطور مشترک پاسخگویی مشتریان هستند. وابستگی افراد و واحدها در حداقل است و اگر یکی از شرکا به دلیلی قادر به همکاری نباشد بلافاصله شریکی دیگر جایگزین او می شود.

۳- قابلیت اعتماد:

وجود اعتماد بین اشخاص که در فضای مجازی واز راه دور با یکدیگر همکاری می کنند، ضروری است. در این نوع سازمان اعتماد به یکدیگر نقش بسزایی در موفقیت دارد.

۴- اهمیت زمان:

توجه به عامل زمان یک جنبه مهم از روابط در سازمان های مجازی است. این مسئله به افرادی برمی گردد که قابلیت پاسخگویی و در دسترس بودن برای اخذ تصمیمات را در کوتاهترین زمان دارند.

۵- فن آوری:

فن آوری اطلاعات و ارتباطات و داشتن زیر ساختهای اطلاعاتی و ارتباطی قوی از جمله عوامل اصلی در ایجاد هماهنگی در سازمان های مجازی است.

فن آوریهای مختلف مانند رایانه های شخصی، تلفن، پست الکترونیک، کنفرانسهای ویدیویی، اینترنت، پایگاههای اطلاعاتی، پرورشورهای الکترونیکی و.... وجود دارد که هر کدام از آنها می تواند به تقویت سازمان مجازی منجر شود. قابلیت استفاده از فن آوریهای فوق به سرعت در حال گسترش است.

روابط انسانی در سازمان های مجازی

در سازمان های مجازی قابلیت پاسخگویی سریع یک ویژگی برجسته می باشد. به همین دلیل اعضای سازمان می توانند بدون نیاز به هر فرمان یا دستوری عکس العمل نشان دهند. ممکن است تصمیمات در سطوح پایین تر اتخاذ شود. و سطوح بالاتر فقط نقش نظارتی داشته باشند.

در سازمان مجازی ساعات کار استاندارد مفهومی ندارد و این سازمان ها ممکن است بیست و چهار ساعته فعالیت کنند.

افراد دارای پست و سمت ثابت نمی باشند و هر فرد در حیطه کار خود کل تصمیمات را اخذ می نماید و مهمترین نکته این است که افراد نیازی به حضور فیزیکی ندارند. کارمندان می توانند بوسیله اینترنت یا کنفرانس تلفنی و یا سایر شیوه های ارتباطی از خانه و وظائف خود را انجام دهند و حتی افراد خارج از سازمان نیز می توانند به اطلاعات غیر محرمانه دسترسی داشته باشند. استفاده از سیستم تلفن گویا امروزه بسیار معمول است. مشتریان و شرکا با تلفن گویا تماس گرفته و اپراتور مرکزی بصورت خود کار اطلاعات رادر اختیار آنها

این شکل سازمان ماهیتی کاملاً جدید و متفاوت از سازمان های سنتی دارد. این نوع سازمان قابل مشاهده نیست و نیازی به حضور فیزیکی افراد در یک مکان مشخص ندارد و مسئله ورود و خروج فیزیکی افراد به سازمان دیگر معنایی ندارد. جذب و استخدام نیروی انسانی به شکل فعلی عملاً وجود ندارد و مسائلی مانند سلسله مراتب و ساختار سازمانی مفاهیم جدید می یابند. در سازمان مجازی حفظ ساختار سازمان بصورت ثابت مهم نیست. قابلیت انعطاف ساختار و استفاده از افراد خلاق و هوشمند مهم است تا بتوان سازمان موفقی را ایجاد نمود.

تعریف سازمان مجازی

در دنیای امروز فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی بر محدودیت های زمانی و مکانی غلبه می کنند. لذا ضرورت ایجاد سازمان های مجازی بیشتر احساس می شود. سازمان مجازی سازمانی است که اعضای آن بطور جغرافیایی و فیزیکی با هم فاصله دارند و با استفاده از رایانه، پست الکترونیک و سایر شیوه های ارتباطی با هم در تماس هستند و امور جاری سازمان را به انجام می رسانند. مجازی بودن به این معنی است که چیزی را که واقعاً وجود ندارد بطور مجازی ایجاد کنیم.

یک تعریف دیگر از سازمان مجازی می گوید:

"یک شبکه دائمی از سازمان های مستقل که از طریق فن آوری اطلاعات مهارتها، هزینه ها و توانمندیهای خود را به مشارکت می گذارند، بدین منظور که به بازارهای یکدیگر دسترسی پیداکنند."

تعریف دیگر از سازمان مجازی اشاره می کند که:

"سازمانی است که به طور جغرافیایی پراکنده شده است و فعالیت های آن از طریق ارتباطات الکترونیکی هماهنگ می شود."

مقایسه تعاریف بالا این مفهوم را به اثبات می رساند که سازمان مجازی به شیوه های متفاوتی از درک جهان نیاز دارد و به ویژه کسانی که مایلند در این سازمان ها فعالیت و مشارکت داشته باشند باید دیدگاههای خود را نسبت به سازمان ها و محیط آن اصلاح نمایند.

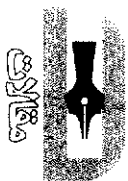
ویژگیهای سازمان مجازی

سازمان مجازی خصوصیات و ویژگی های خاصی را می طلبد در اینجا به برخی از این ویژگی ها اشاره می کنیم.

۱- ارتباطات گسترده:

سازمان مجازی سبب می شود که روابط با شرکای بالقوه بصورت گسترده ای در آید. هر کدام از این شرکا شایستگی ها و توانمندیهای مربوط به خود را دارند.

زمانی که این تواناییها با هم ترکیب می شوند، به زنجیره واحدی تبدیل شده که توانایی رقابتی سازمان را افزایش می دهد. برای مشتریان مختلف با نیازهای پیچیده و متنوع وجود این ارتباطات کاملاً لازم و ضروری است.



قرار می‌دهد و در صورت لزوم ارتباطات لازم را برقرار می‌کند.

در سازمان مجازی کنترل مستقیم مدیریت بر پرسنل کاهش می‌یابد نکته مهم این است که کارمندان باید بشکل خود جوش عمل نموده و این نکته را درک کنند که شغل آنها همیشگی نیست و در کار آنان استخدام مادام‌العمر همانند مدیریت ژاپنی وجود ندارد.

الگوهای گوناگون شکل‌گیری سازمان مجازی

در مورد شکل‌گیری سازمان‌های مجازی الگوی مختلفی ارائه شده است.

وینگاند در ۱۹۹۷ مدلی را طرح می‌کند که دارای ویژگی‌های زیر می‌باشد:

الف- ترکیب پودمانی: سازمان مجازی از چندین سازمان و واحد کوچکتر تشکیل شده که همین امر سبب تصمیم‌گیری غیر متمرکز می‌شود.

ب- عدم تجانس: واحدهای مختلف سازمان مجازی هر کدام دارای توانایی ویژه و شایستگی خاص در یک زمینه می‌باشند. این مسئله موجب می‌شود که هر واحد دارای اثر بخشی متفاوتی باشد و در واقع این واحدها یکدیگر را تکمیل می‌کنند و همگی به شکل مکمل دارای اثر بخشی حداکثری هستند.

استرادر در سال ۱۹۹۸ فراگرد تشکیل سازمان مجازی را در چهارگام خلاصه می‌کند. این گامها عبارتند از:

۱- شناسایی: در این مرحله فرصتها و راه‌حلهای تعیین و مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و سپس بهترین آن انتخاب می‌شود.

۲- شکل‌دهی: ساختار واقعی یک سازمان مجازی در این مرحله شکل می‌گیرد تعیین افراد و شرکایی که قرار است با سازمان همکاری داشته باشند و نحوه اشتراک و میزان سهم مشارکت هر کدام از افراد و شرکا در این قسمت مشخص می‌شود.

۳- عملیات و فرآیند: در این قسمت طراحی، بازاریابی، امور مالی، تولید و توزیع مشخص می‌شود. وظائف هر بخش و گروه و نحوه انجام عملیات افراد مشمول در این مرحله تعیین می‌شود. در سازمان‌های مجازی عملیات بصورت هدفمند بین سازمان‌های همکار تقسیم می‌شود و در این مورد صلاحیت و توانایی آنها ملاک اصلی می‌باشد.

ابعاد سازمان مجازی

سئوالی که در این جا مطرح می‌شود این است که چه جنبه‌ها و ابعادی از سازمان می‌تواند مجازی شود. پنج بعد اصلی وجود دارد. که می‌تواند بطور مجازی سازماندهی شوند و هر کدام قابلیت تبدیل از فیزیکی به مجازی را دارند.

این ابعاد عبارتند از:

۱- محل سازمان

۲- ارتباطات و مرزهای سازمان

۳- فراگردهای سازمان

۴- ساختارهای سازمان

۵- تولیدات و خدمات

نکته‌ای که باید بدان توجه کنیم این است که همه سازمان‌ها نمی‌توانند در تمام این ابعاد مجازی شوند. مجازی شدن سازمان بستگی به اهداف و وظائف آن دارد ولی اکثر سازمان‌ها می‌توانند یک یا چند مورد از جنبه‌های فوق را به طوری مجازی انجام دهند. اکنون هر کدام از ابعاد فوق را به تفصیل شرح می‌دهیم.

محل سازمان

محل فیزیکی دائمی برای یک سازمان مجازی ممکن است واقعاً وجود نداشته باشد اما سازمان ممکن است حضور الکترونیکی در بازار داشته باشد. بسیاری از سازمان‌های مجازی با حداقل تجهیزات فعالیت می‌کنند. تجهیزات فیزیکی را در صورت نیاز می‌توان اجاره نمود. کارمندان در منازل خود وظائف محوله را انجام می‌دهند و از طریق فن آوری اطلاعاتی و ارتباطی با هم در تماس هستند.

ارتباطات و مرزهای سازمان:

ارتباطات و مرزهای سازمان معمولاً با فعالیتهای سازمان مرتبط هستند. این ارتباطات شامل ارتباطات داخلی مانند ارتباطات کارمندان با فراگردهای سازمان و ارتباطات خارجی مانند ارتباطات فروشندگان، تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری یا فراگردهای سازمان می‌باشد.

در سازمان‌های مجازی یک بانه مجازی ایجاد می‌شود که مشتریان می‌توانند از طریق اینترنت به آن دسترسی داشته باشند. امروزه فروش و یا سفارش خرید بسیاری از محصولات بوسیله اینترنت انجام می‌شود.

فراگردها و کارکردهای سازمان

فراگردهای تجاری و فعالیتهای یک سازمان با ارتباطات سازمانی رابطه تنگاتنگ دارد. این امر برای بدست آوردن محصولات و یا توزیع اطلاعات می‌باشد. خودکارسازی مبادلات تجاری بوسیله استفاده از رایانه در طی چهل سال گذشته به یک پدیده فراگیر تبدیل شده است. یک دانشگاه مجازی می‌تواند مواد آموزشی و برنامه‌های خود را بر حسب تقاضای دانشجویان بوسیله اینترنت و رایانه‌های شخصی ارسال کند. ثبت نام، پرداخت و انجام تکالیف می‌تواند از طریق اینترنت انجام شود. سوالات و پاسخها می‌تواند از طریق پست صوتی یا تصویری ارسال گردد. تقاضا برای استخدام یا اطلاعات مورد نیاز از طریق اینترنت نمونه‌ای دیگر از این شیوه می‌باشد. متقاضیان تقاضاها را تکمیل کرده و برای سازمان ارسال می‌کنند تا مورد بررسی قرار گیرد. امروزه بسیاری از شرکت‌ها، دانشگاهها و یا موسسات از متقاضیان می‌خواهند که سوابق و در خواستههای خود را به شکل اینترنتی ارسال نمایند.

نکته جالب توجه اینکه تبلیغ برای تولیدات و خدمات از طریق اینترنت رشد چشمگیری یافته است و بسیاری از موسسات و

شرکت‌ها این شیوه تبلیغ را برای معرفی تولیدات و خدمات برگزیده اند.

نمونه‌های فوق‌مقاله‌ای ساده از فراگردها در سازمان مجازی است.

تولیدات و خدمات

تقاضا برای برخی تولیدات و خدمات الکترونیکی و مشاوره‌ای می‌تواند از طریق اینترنت سفارش داده شود و از همان طریق برای مشتری ارسال شود. تصاویر خدمات و محصولات می‌تواند در بروشورهای الکترونیکی ذخیره و بطور الکترونیکی سفارش داده شود.

اقلام فیزیکی پس از تأیید و پرداخت اینترنتی توسط مشتری، بوسیله سازمان ارسال می‌شود. یک نمونه از خدمات مجازی می‌تواند در مورد موزه‌ها بکار رود. تصاویر موزه می‌تواند توسط بازدیدکننده درخواست شود. متقاضیان می‌توانند موزه‌ای مجازی را انتخاب کنند و پس از تأیید پرداخت بدون ترک منزل از طریق رایانه از موزه بازدید کنند. برنامه‌های تلویزیونی و شبکه‌های کابلی در اروپا و آمریکا نمونه‌ای دیگر از این نوع خدمات است.

ساختار سازمانی

ساختار سازمانی به درجه پیچیدگی، رسمی بودن و تمرکز سازمان تأکید دارد. تیم‌های مجازی تیم‌هایی مردمی هستند که بصورت الکترونیکی با هم در تعامل می‌باشند و ممکن است هیچگاه بطور فیزیکی با هم روبرو نشوند.

تیم‌های مجازی شامل اعضای از همان سازمان و یا اعضای سازمان‌های دیگر می‌باشد. این مسئله اهمیتی ندارد که اعضا تیمها بصورت فیزیکی حضور داشته باشند و می‌توانند از راه دور با هم در تماس باشند. شرکت‌های مجازی در تلاشند که زنجیره ارزش خود را به تأمین کنندگان و مشتریان گسترش دهند و آنها را در منافع سازمان مشارکت دهند و بدین وسیله هم رضایت تأمین کنندگان را جلب نموده و هم خدمات بهتری را به مشتریان خود ارائه دهند.

مزایا و معایب سازمان مجازی:

مانند هر نوع سازمان و پدیده دیگر سازمان مجازی دارای مزایا و معایبی می‌باشد که باید با توجه به آنها مفاهیم سازمان مجازی را مورد بحث و بررسی قرار دهیم.

مزایا:

- کاهش هزینه‌های عملیاتی
- کاهش هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات
- حضور همه جانبه در بازار
- قابلیت دسترسی از هر جا و هر محل
- دسترسی زمانی در تمامی ساعات شبانه روز
- توزیع وظائف بر اساس شایستگی افراد و بدون توجه به محل

استقرار فیزیکی

۷- قابلیت تماس افراد با یکدیگر بدون توجه به زمان، محل یا مرزهای سازمان

۸- برطرف شدن کمبود مهارتها در نقاط دور افتاده و محلی

معایب

برخی از معایب سازمان مجازی عبارتند از:

- نیاز به تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری و شبکه‌های رایانه‌ای اضافی در سازمان را افزایش می‌دهد.
- سیستم‌های حفاظتی نرم افزاری و سخت افزاری بیشتری مورد نیاز می‌باشد.
- بدلیل اختلاف زمانی در نقاط مختلف جهان ممکن است امکان تماس‌های کاری به راحتی میسر نباشد.
- فرهنگ سازمانی مبتنی بر اعتماد برای موفقیت بلند مدت سازمان ضروری است
- پرسنل سازمان باید کاربردهای فن آوری اطلاعات را آموزش ببیند.

نتیجه گیری:

سازمان مجازی شکل جدیدی از سازمان است که با شرایط محیطی آینده متناسب می‌باشد. در جوامع امروزی به خاطر رشد سریع فن آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی سازمان‌ها باید ساختارهایی کاملاً منعطف و با ویژگی‌های جدید را انتخاب کنند. نیازهای سازمانی و فن آوریهای جدید سبب ایجاد شیوه‌های جدید سازماندهی افراد، فراگردها، محصولات و خدمات و ارتباطات و مرزهای سازمانی هستند. فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی سازمان‌ها را قادر می‌سازد که بطور مجازی جنبه‌های مختلف وظایف خود را سازماندهی کنند. تیم‌های مجازی، شرکت‌های مجازی، دانشگاه‌های مجازی محصولات مجازی و جوامع مجازی برخی از نتایج حاصل از مجازی نمودن فعالیتها می‌باشد. ■

منابع:

- الوانی، مهدی، سازمان مجازی، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- Davidow, W. H. & M. S. Malone, The virtual corporation Harber usiness (1992)
- Goldman, Steven L., Roger N. NageL & Kenneth Preiss, Van Noster. and Rheinhold, Agile competitors and Virtual organization
- Grenier, R. & Metes, G., Going. virtual, upper. saddle River, Nj Prentice.-Hall (1998)
- Lipnack, j. & stamps, j., virtual Teams, New York John wiley asons inc (1997)
- www.virtual organization.net
- www.msu.edu
- www.skyrme.com
- www.seanet.com
- www.anthrosources.net

*عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی طبرستان - چالوس