

Journal of Applied Managerial Market Research

JAMMR



فصلنامه

پژوهش های کاربردی مدیریت بازار



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

سال دهم، شماره ۳۷، زمستان ۱۴۰۳



ONLINE ISSN: 2538-533X

Sponsored and Indexed by
CIVILICA
We Respect the Science



jammr.ir

OPEN



ACCESS



CC BY 4.0 DEED

Attribution 4.0 International

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار

Journal of Applied Managerial Market Research

JAMMR



صاحب امتیاز و سردبیر: علی ایرانمنش

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار
مدیر مسئول: دکتر الهام هادی

Journal of Applied Managerial Market Research
مدیر هنری: دکتر سارا ارجمند

ویراستار: دکتر زهرا شیردره

هیئت تحریریه: دکتر حسن اسماعیل پور، دکتر اصغر مشبکی، دکتر ناصر حری، دکتر پیمان غفاری، دکتر شراره
رخشان، دکتر مجتبی رحمانی، دکتر محمد شریعتی، مهندس حسین ایگدر.

نشانی: اصفهان، خیابان پروین، خیابان حکیم شفایی سوم، مجتمع آرمان، واحد ۶۴

کد پستی: ۸۱۹۹۸۶۵۸۵۳

تلفن: ۰۳۱۳۱۳۱۹۶۶۸

پست الکترونیک: info@jammr.ir

وب سایت: www.jammr.ir

بررسی تأثیرات فناوری اطلاعات بر فرایندهای رفتار سازمانی

سید سجاد حسینی مقدم
sajjad_hoseini@yahoo.com

چکیده

این پژوهش به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر سازمان‌ها و اثرات آن بر رفتار سازمانی می‌پردازد. در این زمینه تحقیقات کمی صورت گرفته و آنچه که در اینجا ذکر می‌شود، مطالعه برخی تحقیقات و مقایسه آنها با برخی از مشاهدات، حدس‌ها و گمان‌ها در این زمینه است. در این مقاله با این موضوع آشنا خواهیم شد که فناوری اطلاعات چگونه در سازمان‌های امروزی نقش ایفا می‌کنند و اصولاً چه عملکردی از خود به جا گذاشته و زمینه ساز رشد و تحول می‌شوند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات باعث ایجاد برخی رفتارهای سازمانی و نیز تغییر برخی دیگر می‌شود.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، مدیریت، سازمان، رفتار سازمانی.

مقدمه

در دنیای امروز که سازمان‌ها دائماً در حال تغییر هستند با مشاهده انقلاب اینترنتی می‌بینیم که اینترنت چگونه روابط بازرگانی و دنیای سازمانی را دچار تحولات و تغییرات بسیاری کرده است. به عنوان مثال تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، آموزش مجازی، کتابخانه مجازی نمونه‌های هستند که ضرورت باز نویسی در نحوه فروش تولیدات سازمان‌ها اعم از کالا و خدمات، ضرورت تغییر در ارائه سرویس به مشتریان را بیان می‌دارد و اینترنت و فناوری‌های وابسته نیز بر رفتار سازمانی اثر خود را گذاشته و خواهد گذاشت.

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار

Journal of Applied Managerial Market Research سازمان الکترونیکی

سازمان الکترونیکی سازمانی است که در آن اطلاعات وارده به سازمان به داده‌های دیجیتال (اعم از تصویر یا متن) تبدیل شود و با اعمال کنترل‌های مختلف در سازمان به جریان بیفتد. در این سیستم‌ها تمام اطلاعات صادره و داخلی از ابتدا به صورت دیجیتال تولید و نگهداری می‌شود. این سیستم‌ها قابلیت‌های زیادی در زمینه کارتابل الکترونیکی، جست و جوی آسان و سریع اطلاعات، گزارش‌پی‌گیری اطلاعات وارده/صادر، پاسخگویی سریع و به موقع به مراجعان، اعمال کنترل مناسب بر کاربران، ثبت و نگهداری بهینه اطلاعات را دارا هستند. در تعریف دیگر سازمان‌های الکترونیکی سازمان‌هایی هستند که مأموریت کلی آنها، رسیدن به هدف، در راستای عملکردهای الکترونیکی منسجم، هماهنگ و نیمه متمرکز است.

در اینجا بایستی در مورد مفاهیم موجود، کاملی به دست آید تا درک مفاهیم برای خوانندگان آسان گردد؛ بنابراین دو واژه‌ای که به نظر موجب ابهام می‌شوند تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی هستند. واژه تجارت الکترونیکی در حال تبدیل شدن به یک برجسب استاندارد برای تشریح جنبه فروش کسب و کار

الکترونیکی است. تجارت الکترونیکی ارائه محصولات و دریافت سفارشات را در سایت های وب را دربر می گیرد. اکثر مقالات و رسانه ها به اینترنت در کسب و کار به عنوان مکانی برای خرید - بازاریابی و فروش محصولات و خدمات تحت آن توجه کرده اند. زمانی که شما می شنوید که تعداد زیادی از افراد از اینترنت خرید می کنند و یا اینکه سازمان ها می توانند سایت های وبی را ایجاد کنند که در آن می توانند محصولاتشان را به فروش برسانند، مبادلاتی را انجام دهند و پرداخت ها را وصول و سفارشات را بگیرند شما درباره تجارت الکترونیکی می شنوید.

تجارت الکترونیکی تغییر شیگرفی را در ارتباطات سازمان با مشتریانش ایجاد کرده است، و به طور سرسام آوری در حال گسترش است. حجم جهانی تجارت الکترونیکی ۱۱۱ میلیارد دلار در سال ۱۹۹۹ بود و این میزان در سال ۲۰۰۳ به ۱ تریلیون دلار رسید. در مقایسه با تجارت الکترونیکی، کسب و کار الکترونیکی به طیف کاملی از فعالیت های دخیل، در یک سازمان موفق مبتنی بر اینترنت اشاره دارد. به مفهوم دقیق تر، تجارت الکترونیکی زیرمجموعه کسب و کار الکترونیکی است. کسب و کار الکترونیکی شامل ایجاد استراتژی هایی برای اداره شرکت های مبتنی بر اینترنت، ایجاد زنجیره های عرضه منسجم، همکاری با شریکان به طور الکترونیکی برای هماهنگی بین طراحی و تولید، شناسایی نوعی متفاوت از رهبر برای اداره کسب و کار مجازی، چالش پیدا کردن افراد ماهر برای ساخت و به کار انداختن اینترنت ها و سایت های وب و پشتیبانی از آنهاست. کسب و کار الکترونیکی، شامل خلق بازارهای جدید، یافتن مشتریان جدید و در کنار این موارد تلاش برای دسترسی به ترکیب بهینه ای از کامپیوتر، وب و کاربردهاست.

یک کسب و کار الکترونیکی، اینترنت و اینترنت های درونی را برای گشودن کانال های ارتباطاتی یک سازمان استفاده می کند، و این امکان را فراهم می آورد که اطلاعات، به صورت منسجم توزیع شوند و به

مشتریان، تولیدکنندگان، کارکنان و دیگران اجازه می‌دهد تا با سازمان به طور زنده ارتباط برقرار کنند. لازم است تا درباره درجه دخیل بودن کسب و کار الکترونیکی در یک سازمان بیندیشیم. یک کاربرد فزاینده از کسب و کار الکترونیکی که توجه رسانه‌ها را خیلی جلب نکرده است، استفاده از اینترنت، صرفاً برای اداره یک سازمان در حال فعالیت است. در واقع میلیون‌ها سازمان وجود دارند که کالایی را تحت اینترنت نمی‌فروشند اما کاربردهای کسب و کار الکترونیکی را برای بهبود ارتباطات با سهامداران داخلی و خارجی و انجام بهتر فعالیتهای کسب و کار سنتی استفاده می‌کنند. همان‌طور که مفاهیم رفتار سازمانی به همه سازمان‌ها مربوط است، الکترونیکی شدن نیز صرفاً ویژگی سازمان‌های غیرانتفاعی نیست. بنابراین، در اینجا ما از واژه سازمان الکترونیکی استفاده می‌کنیم که صرفاً مختص سازمان‌های غیرانتفاعی نیست بلکه همه سازمان‌ها را در برمی‌گیرد. در اینجا سوال این است که چه چیزی درباره سازمان‌های الکترونیکی منحصر به فرد است؟ قبل از اینکه بتوانیم درباره سازمان‌های الکترونیکی و اینکه چگونه آنها بر مباحث رفتار سازمانی تاثیر می‌گذارند حرفی بزنیم، لازم است، مطالبی که درباره سازمان‌های الکترونیکی منحصربه‌فرد است را بیان کنیم. این مطالب در شش قانون جدید کسب و کار الکترونیکی خلاصه می‌شوند.

۱. هیچ قانونی وجود ندارد که توسط همه پذیرفته شده باشد. هیچ مدل یا برنامه استراتژیک مشخصی برای کسب و کار الکترونیکی وجود ندارد. کاری که در ماه مارس انجام شده ممکن است در ماه مه، به طور کلی حذف شود. کسب و کار الکترونیکی در ابتدای راه قرار دارد و برنامه ریزان نیازمند تجربه اندوزی هستند.

۲. مزیت به پشیمانان می‌رسد. به مصداق دنیای واقعی، پرنده‌ای که اول به طعمه برسد آن را می‌گیرد. در تجارت الکترونیکی نیز چنین حالتی وجود دارد. اقتصادهای تجارت الکترونیکی با یک حاشیه کوچک و اولیه

در بازار می‌توانند یک مزیت بلندمدت با ارزشی را فراهم آورند. اینترنت مزایای بسیاری را برای عده زیادی از نقش آفرینان در یک بازار فراهم می‌سازد.

۳. موفقیت به سرعت از دست می‌رود. هرچقدر سرعت داشته باشید باز به اندازه کافی سریع نیستید.

۴. قیمت‌ها تحت فشار دائمی قرار دارند. هزینه پایین‌تر ساختار سازمان‌های مبتنی بر اینترنت به آنها اجازه می‌دهد تا محصولاتشان را نسبت به سازمان‌های سنتی پایین‌تر قیمت‌گذاری کنند.

۵. مکان مطرح نیست. در گذشته افرادی را که سازمان‌ها استخدام می‌کردند، تولیدکنندگان و مشتریان عموماً

توسط محیط جغرافیایی تعیین می‌شدند. برای مثال، سازمان‌ها کارکنان خود را ترغیب می‌کردند که در نزدیکی محل کار خود زندگی کنند. اکنون کارفرمایان در محل‌های دور به بهترین و باهوش‌ترین افراد دسترسی دارند و افراد با استعداد هرگز مجبور به ترک محل سکونتشان برای تعقیب فرصت‌های شغلی به مکان‌های خیلی دور نیستند.

۶. اطلاعات منسجم همه چیز است. اینترنت و اینترنت‌ها روشی را که اطلاعات به درون سازمان‌ها انتقال پیدا می‌کرده‌اند را تغییر داده‌اند. سیستم‌های اطلاعات باز و منسجم، سلسله‌مراتب‌های سازمانی سنتی را دور می‌زنند و برای کارمندان و مدیران کار پیگیری پروژه‌ها را تسهیل، تصمیم‌گیری درونی را همگانی و سازمان‌ها را به تولیدکنندگان، شریکان و مشتریان متصل می‌کنند.

علاوه بر این، شش تفاوت، بایستی آنچه را که تناقض سازمان الکترونیکی نام دارد را مطرح کرد. سازمان‌های الکترونیکی همچنین به خاطر اینکه دو فرایند متناقض با هم را در یک زمان به انجام می‌رسانند، منحصر به فرد محسوب می‌شوند. آنها انزوای کارمندان را افزایش می‌دهند در عین اینکه اجتماع آنها را هم فراهم می‌کنند. اینترنت انزوای اجتماعی را به وجود می‌آورد، و این اثرات زیادی بر رفتار کار دارد. اما تعدادی از متخصصان

در طراحی اطلاعات و کار استدلال کرده اند که اینترنت همچنین گروه‌های افراد هم فکر و هم سلیقه را ایجاد می‌کند. اینترنت شبکه‌های اجتماعی را با شکستن موانع سازمانی و جغرافیایی ساخت دهی مجدد می‌کند. اینترنت به کارمندان اجازه می‌دهد تا به سهولت با دیگران در سازمانشان و خارج از آن همکاری کنند.

سازمان‌های الکترونیکی و مباحث رفتار سازمانی

موضوع مهمی که باید در اینجا مورد بررسی قرار گیرد این است که چطور سازمان‌های الکترونیکی جدید بر مباحث رفتار سازمانی از قبیل رهبری، انگیزش و ارتباطات تاثیر می‌گذارند؟

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار

رهبری الکترونیکی

آیا رهبری در یک سازمان الکترونیکی متفاوت از یک سازمان سنتی است؟ مدیران سازمان‌های الکترونیکی که در هر دوی این سازمان‌ها کار کرده اند، این تفاوت را تأیید می‌کنند. آنها قائل به چهار تفاوت می‌شوند. تصمیم‌گیری‌های سریع، وجود چشم‌اندازی از آینده، انعطاف‌پذیری و توانایی برای تأمین انتظارات بالا.

JAMMR

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی

تصمیم‌گیری‌های سریع

مدیران در همه سازمان‌ها، هرگز تمام اطلاعاتی را ندارند که هنگام تصمیم‌گیری لازم دارند. اما مسئله در سازمان‌های الکترونیکی جدی‌تر است. جهان در حال حرکت سریع و رقابت شدید است. رهبران در سازمان‌های الکترونیکی خود را به عنوان دوندگانی می‌بینند که از هم‌قطاران‌شان در سازمان‌های غیرالکترونیکی فاصله زیادی دارند. آنها مکرراً واژه عصر اینترنت را مطرح می‌کنند. رهبران سازمان الکترونیکی امروزه برای تصمیم

گیری مجبورند از جمع آوری اطلاعات از طریق روش‌های سنتی بپرهیزند. در عصر اینترنت این کار غیرقابل انجام است.

حفظ انعطاف پذیری

رهبران الکترونیکی نیاز به انعطاف پذیری بالایی دارند. آنها مجبورند تا با فراز و نشیب‌های سازگاری داشته و زمانی که متوجه می‌شوند که کار به درستی انجام نمی‌شود، سازمانشان را تغییر جهت بدهند. آنها مجبور هستند تا تجربه اندوزی را تشویق کنند.

فصلنامه پژوهش‌های کاربردی مدیریت بازار

Journal of Applied Managerial Market Research

ساختار الکترونیکی

تئوری اقتضائی را فراموش کنید. سازمان‌های الکترونیکی منحصرأ به ساختارهای ارگانیک متکی هستند. آنها نیاز شدید به ارتباطات عمودی، افقی، مورب، تیم‌های فراسلسله‌مراتبی و وظیفه‌ای و رسمیت پایین برای کسب انعطاف پذیری و آزادی عمل دارند. سازمان‌های الکترونیکی مبتنی بر ساختارهای تیمی هستند که حول پروژه‌ها طراحی می‌شوند. این چه مفهومی برای کارمندان دارد؟ افراد در گذشته نیاز به ساختاری داشتند که به طور کلیشه‌ای توسط شرح‌های شغل، قوانین و رویه‌ها و میل سرپرستان موجود تعیین می‌شد که این نوع ساختار در سازمان‌های الکترونیکی دوامی ندارد. این سازمان‌ها نیاز به کارمندانی دارند، که تحمل ابهام را داشته و بتوانند در آشوب رشد کرده و مهارت‌های تیمی قوی را دارا باشند.

تصمیم‌گیری

در این مورد می‌توان دو پیش‌بینی را ارائه کرد. اول مدل‌های تصمیم‌گیری فردی احتمالاً به طور فزاینده‌ای برای این سازمان‌ها منسوخ می‌شوند. سازمان‌های الکترونیکی گروه‌های مبتنی بر تیم هستند به همین خاطر مدل‌های تصمیم‌گیری گروهی مناسب‌تر هستند. دوم مدل‌های تصمیم‌گیری تحلیلی و مبتنی بر تفکر که بر ادبیات مدیریت استراتژیک تسلط دارند - با مدل‌های فعال جایگزین می‌شوند. هیچ مدل کسب و کار باثباتی برای سازمان‌های الکترونیکی وجود ندارد. موفقیت‌ها برای شرکت‌هایی است که به تجربه اندوژی بها می‌دهند و آنهایی که آزمایش و خطا را به کار برده و قادرند به سرعت اطلاعات را جمع‌آوری و جذب کنند و کسانی که شکست را می‌پذیرند و از آن درس می‌گیرند.

انتخاب کارمند

امروزه استخدام افراد خوب، خصوصاً برای سازمان‌های الکترونیکی یک چالش محسوب می‌شود. این سازمان‌ها نیاز به گروهی خاص از افراد دارند که بایستی توانایی این را داشته باشند تا بتوانند در فرهنگ‌های دشوار شرکت‌های الکترونیکی باقی بمانند. به علاوه تعداد افرادی که می‌توانند کسب و کار الکترونیکی را درک کنند کم است و به همین خاطر این افراد می‌توانند هر کجایی بروند که تمایل دارند. سرانجام رشد سریع، نیاز به استخدام انبوه را موجب می‌شود. بنابراین، تامین متقاضیان شایسته، محدود شده است. اکثر شرکت‌های کسب و کار الکترونیکی یک روش تهاجمی را برای استخدام افراد به کار می‌گیرند. آنها مدیران ارشد را بیش از شرکت‌های سنتی درگیر این مسئله می‌کنند و به طور فعال تری متقاضیان با صلاحیت را جستجو می‌کنند. زمانی که متقاضیان شناسایی می‌شوند، سازمان‌های الکترونیکی نیاز دارند تا به دقت کاندیداهای نهایی

را برای حصول اطمینان از سازگاری مناسب با فرهنگ سازمان بررسی کنند. ابزارهای انتخاب از قبیل آزمون‌ها، مصاحبه‌ها و معرفی نامه‌ها بایستی افرادی را که نمی‌توانند در تیم موثر بوده و بر ابهام و استرس غلبه کنند را شناسایی کنند.

جامعه پذیری

زمانی که کارمندان جدید استخدام می‌شوند، لازم است تا نسبت به کسب و کار الکترونیکی اجتماعی شوند. این مرحله تغییر برای کارمندان جدید ایجاد چالش می‌کند، چرا که آنها تازه وارد، با تجربه کاری محدود و درک پایین از فعالیت کسب و کار الکترونیکی هستند. این شکل حتی برای افرادی که در سطح مدیریتی نیز به کار گرفته می‌شوند نیز وجود دارد. اگرچه این افراد از تجربه کاری بالا برخوردارند، لیکن چون از محیط‌های کاری سنتی آمده‌اند، بنابراین، مدتی طول می‌کشد تا با حال و هوای سازمان‌های الکترونیکی سازگار شوند.

نگهداری و انگیزش

زمانی که استخدام صورت گرفت کسب و کارهای الکترونیکی مواجه با وظیفه نگهداری کارمندان شایسته می‌شوند. همان‌طوری که قبلاً ذکر کردیم، این برای سازمان‌های الکترونیکی یک چالش محسوب می‌شود، چرا که تقاضا برای این نوع از افراد زیاد است. این افراد گزینه‌های جالب توجهی برای استخدام در سازمان‌های دیگر دارند. کارفرمایان سایر شرکت‌ها، احتمالاً به طور تهاجمی سعی در جذب آنها می‌کنند. ترک شغل خصوصاً به شرکت‌های کسب و کار الکترونیکی صدمه می‌زند، به خاطر اینکه آنها شدیداً متکی به تیم‌ها هستند. تیم‌ها زمانی که از افراد با تجربه کاری مشابه، برخوردار باشند موثرتر هستند. پتانسیل برای دریافت‌های ناعادلانه بین کارمندان در سازمان‌های مبتنی بر اینترنت خیلی شدید است. برای دستیابی به کارمندان با مهارت

های کمیاب، خصوصاً طراحان و مهندسان نرم افزار، شرکت‌ها مجبور به ارائه پاداش‌های منعطف و حق انتخاب سهام و حقوق‌های بالا هستند.

کارمندان دیگر، بسیار کمتر این نوع رفتار خاص را می‌بینند. این، پتانسیل لازم را برای سرکوب انگیزش کسانی که احساس می‌کنند با آنها به طور ناعادلانه رفتار شده است فراهم می‌کند. در اینجا مسائل بالقوه انگیزش را ذکر می‌کنیم که از مقایسه‌های درون سازمانی به وجود می‌آیند. زمانی که شما می‌بینید افراد، باتجربه، سن و توانایی‌های مشابه شما مبالغه‌گفتی بابت کارشان در یک سازمان مبتنی بر اینترنت می‌گیرند

در حالی که شما دریافت کمی دارید چه احساسی دارید؟ این رفتار ناعادلانه، به روحیه پایین بعضی از کارکنان منجر می‌شود. همچنین این رفتار ناعادلانه می‌تواند به نیروی کار ناراضی منجر شود که احساس می‌کند از حقوق خود محروم شده است. بنابراین، سازمان‌های الکترونیکی برای انگیزش کارکنان و حداقل کردن ترک خدمت آنان چه می‌توانند، انجام دهند؟ جواب این است که پروژه‌های چالشی برای آنها ارائه تا بر روی آن کار کنند، به کارکنان آزادی عمل بدهند تا تصمیم‌گیری کنند، حمایت لازم را برای موفقیت تیم‌ها انجام دهند، برنامه‌های حقوق و دستمزد جذابی ایجاد کنند که به وفاداری پاداش می‌دهند.

ارتباطات

سازمان‌های الکترونیکی نه تنها به کارکنانشان اجازه داده، بلکه آنها را تشویق به ارتباط مستقیم و بدون کانال‌های ارتباطی با یکدیگر می‌کنند. کارکنان می‌توانند فوراً هر وقت با هرکس و هر کجا ارتباط برقرار کنند. این سیستم ارتباطات باز، سلسله مراتب‌های اختیار سنتی را نادیده می‌گیرد و مفاهیم ارتباطات میان فردی از قبیل اختلاف بین شبکه‌های رسمی و غیررسمی، ارتباطات غیرکلامی و غربال کردن را از بین می‌برند. جنبه

منفی این شبکه ارتباطات باز بار اضافی ارتباطات است. این اختلالات ارتباطی بی شمار امروزی وقت ارزشمند کارگران را می‌گیرد و ممکن است توانایی آنان را برای تمرکز از بین ببرد.

مشروعیت بخشیدن به احساسات

موضوع احساسات نیز جدیداً به مباحث اصلی رفتار سازمانی اضافه شده است. احساسات اساساً در حوزه رفتار سازمانی نادیده گرفته شده بودند به خاطر اسطوره عقلانیت و اعتقاد به اینکه احساسات از هر نوعی درکار مخرب است. اصولاً سازمان‌ها به عنوان ابزاری برای اقدامات منطقی نگریسته می‌شدند و به همین دلیل احساسات هیچ جایی در این دنیای آرمانی منطقی شده نداشتند. البته این باور از روی ناآگاهی بوده است. احساسات قسمتی از زندگی سازمانی هستند. افراد احساساتشان را در بیرون از سازمان نمی‌گذارند زمانی که آنها سرکار می‌آیند. آیا احساسات در سازمان‌های الکترونیکی مهمتر از سازمان‌های سنتی است؟ ممکن است پاسخ مثبت باشد. سازمان‌های الکترونیکی به افراد اجازه می‌دهند تا با همدیگر در مکان‌ها و زمان‌های متفاوت کار کنند. این موضوع منزوی سازی اجتماعی را ایجاد می‌کند. به علاوه تغییر سریع و بی‌ثباتی شاخص سازمان‌های الکترونیکی است. این شرایط نیاز به اجتماع بین کارمندان و پیوندهای احساساتی قوی را به وجود می‌آورد. افراد نیاز دارند که به طور باز احساسات را با همکاران تسهیم کنند. درحالی که سازمان‌های سنتی ممکن است با تشویق کارکنان به غلبه بر احساساتشان موثرتر عمل کنند، سازمان‌های الکترونیکی ممکن است زمانی کاراتر باشند که کارکنان برای بیان احساساتشان، احساس آزادی کنند.

طراحی کار

اینترنت به عنوان قسمتی از چشم انداز گسترده تر شبکه های ارتباطاتی به شکل دهی مجدد محیط کار و طراحی مجدد شغل کمک می کند. اینترنت نقل و انتقال از راه دور را آسان تر کرده است. این امر به میلیون ها کارگر اجازه می دهد تا مشاوران کارگزار آزادی باشند که در پروژه های مجازی بدون حتی قدم گذاشتن در محیط فیزیکی سازمان کار کنند. اما این چیز مثبتی است که در رابطه با سازمان های الکترونیکی مطرح است. اما جنبه منفی سازمان های الکترونیکی در مورد طراحی کار عبارتند از ساعت های طولانی و بی رحمانه کار، دسترسی به اینترنت به عنوان یک اتلاف کننده وقت کارمند و مسئولیت های فیزیکی مربوط به کار طولانی با کامپیوتر. ما قبلاً به ساعت های طولانی کار اشاره کردیم که نوعاً سازمان های الکترونیکی از کارکنان شان می خواهند، با وجود این، بعضی کارکنان در ۱۲ ساعت کار روزانه، یا ۶ و ۷ روز هفته موفق هستند، اما اکثراً این گونه نیستند و برای چنین افرادی این برنامه های کاری فشرده موجب تحلیل توانشان می شود و کارکنان خسته، مضطرب و دارای استرس می شوند. این امر می تواند سلامتی و بهره وری کارمندان را تحلیل برده و نهایتاً به ناکارآمد شدن آنها بیانجامد. کارکنان در حال جستجو در اینترنت، گپ زنی با دوستان، گفتگوهای خودمانی در اتاق های گپ، و رفتارهای دیگری هستند که بهره وری را کاهش می دهند. برای مثال مطالعات نشان می دهد که به طور متوسط کارمندی که به اینترنت دسترسی دارد ۹۰ دقیقه در روز را صرف جستجو در اینترنت می کند.

منابع

۱. فرهنگی، علی اکبر، (۱۳۷۳). مبانی ارتباطات انسانی، تهران، موسسه تهران تایمز.
۲. سوسمان، لایل. (۱۳۷۶). تجربه ارتباطات در روابط انسانی، ترجمه حبیب ا. دعایی، مشهد، دانشگاه فردوسی.
۳. آقای فیضانی، تیمور، (۱۳۷۷). خلاقیت و نوآوری در انسان‌ها و سازمان‌ها. تهران. نشر ترمه.
۴. جهانگرد، نجمه، (۱۳۸۲). رائه چارچوب اندازه گیری نوآوری تکنولوژیکی در سطح شرکت‌ها، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده فنی مهندسی، بخش مهندسی صنایع.
۵. O'Leary D.E, (۲۰۰۲), "Enterprise Resource Planning System: systems, Life cycles".
۶. Poston et al, (۲۰۰۴), "Financial impacts of enterprise resource planning implementations".
۷. Ali, A. (۲۰۰۳), "Pioneering versus incremental innovation: review and research propositions", Journal of Product Innovation Management, Vol. ۱۱, pp. ۴۶-۶۰.
۸. Aiken, M. and Hage, J. (۲۰۰۷), "Organizational independence and intraorganizational structure", American Sociological Review, Vol. ۳۳, pp. ۹۱۲-۳۰.
۹. Michel(Mike)Robert, Product Innovation Strategy Pure and Simple, McGraw – Hill, ۲۰۰۵.