

The background is a solid green color with a repeating pattern of white line-art icons. These icons include a graduation cap, a lightbulb, a target with an arrow, a bar chart, a clock, a document with a checklist, a person wearing glasses, a book, a hand holding a trophy, a computer monitor with a line graph, a gear, and a presentation board with the letters 'ABC'.

ProjehCenter

www.ProjehCenter.ir

 | @projehcenter

 | @projehcenter_ir



...

فهرست مطالب

موضوع	صفحه
تعریف تجارت الکترونیکی (e-commerce).....	۱
تفاوت کسب و کار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی.....	۱
سیستمهای اطلاعاتی تجاری وظیفه ای در سازمان.....	۲
سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی.....	۲
مدیریت روابط با مشتری.....	۳
روشهای تبلیغات و بازاریابی در اینترنت.....	۵
برنامه ریزی مواد مورد نیاز (MRP).....	۸
سیستمهای اطلاعاتی منابع انسانی (HRM).....	۹
مدیریت منابع انسانی و اینترنت.....	۱۱
سیستمهای اطلاعاتی حسابداری.....	۱۲
سیستم های متقابل سازمان.....	۱۴
کاربردهای متقابل سازمان.....	۱۴
معماری کاربردهای سازمان.....	۱۵
انسجام کاربردهای سازمان.....	۱۶
سیستمهای TPS.....	۱۷
چرخه پردازش مبادلات.....	۱۸
سیستم های همکار سازمان.....	۲۰

تعریف تجارت الکترونیکی (e-commerce)

- تجارت الکترونیکی جابه جایی همه داده های بازرگانی میان خریدار، فروشنده و دیگر سازمانها به کمک فناوری اطلاعات است.
- تجارت الکترونیکی فعالیتهای بازرگانی است که به روش دیجیتالی و از راه شبکه های رایانه ای انجام می گیرد. امروزه بسیاری از داد و ستدهای میان شرکتهای با مشتریان، بدینگونه است.

تفاوت کسب و کار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی

کسب و کار الکترونیکی همان تجارت الکترونیکی است. با این تفاوت که فرآیندهای داخلی، از قبیل تولید، مدیریت انبار، توسعه محصول، مدیریت ریسک، مدیریت سرمایه، مدیریت دانش و منابع انسانی هم در کسب و کار الکترونیکی پوشش داده می شوند. پس دامنه کسب و کار الکترونیکی وسیع تر از تجارت الکترونیکی است.

سیستم‌های اطلاعاتی تجاری وظیفه ای در سازمان

سازمانها به طور سنتی براساس حوزه‌های عملیاتی یا وظیفه‌ای مستقل از یکدیگر تقسیم‌بندی و سازماندهی شده‌اند. واحدهای سازمانی به یک سیستم و نظام خاص مانند تولید، بازاریابی، فروش و مالی مرتبط هستند. براساس همین دیدگاه و به منظور هماهنگی بین IT و بخشهای مختلف سازمان سیستمهای اطلاعاتی تجاری و وظیفه‌ای نظیر سیستمهای اطلاعاتی تولید، بازاریابی، منابع انسانی، مالی و حسابداری بوجود آمده‌اند؛ که هرکدام باعث بهره‌وری بیشتر سازمان سرعت و دقت بالاتر و ایجاد فرصتهای جدید شده‌اند. این سیستمها در هردو شرکتهای بزرگ و کوچک استفاده می‌شوند. با استفاده از این سیستمها، فناوری اطلاعات در هر بخش ساختار وظیفه‌ای وارد شده و تحولی شگرف ایجاد کرده است.

سیستم‌های اطلاعاتی بازاریابی

سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی تکنولوژی اطلاعات را برای حمایت از اجزاء اصلی وظیفه بازاریابی به کار می‌گیرد.

وظیفه تجاری بازاریابی شامل برنامه‌ریزی، تبلیغات و فروش کالاهای موجود در بازارهای موجود و توسعه تولیدات جدید و بازارهای جدید برای جذب بهتر مشتریان موجود و مشتریان بالقوه است. شرکتهای تجاری امروزه همزمان با تغییرات سریع محیطی از تکنولوژی اطلاعات در انجام بهتر و سریع تر وظایف بازاریابی کمک می‌گیرند. برای مثال

اینترنت و اینترنت و سایتهای وب فرآیند بازاریابی تعاملی را فراهم می کنند به این ترتیب که مشتریان می توانند در ایجاد، بازاریابی، خرید و بهتر کردن کالاها و خدمات با شرکتهای تجاری شریک شوند.

بازاریابی تعاملی نوعی از بازاریابی است که بر پایه نیازها و علایق مشتریان استوار است در این نوع از بازاریابی مشتریان همانند شرکایی هستند که موسسات تجاری در برنامه ریزی، فروش، نحوه و نوع تولید کالاها، خدمات پس از فروش از آنها نظر خواهی می کنند، اما امروزه با کمک فناوری اطلاعات این کار سریع تر و سهل تر انجام می شود مثلا از طریق تکنولوژیهای اینترنت شامل چت، گروههای مباحثه، فرمهای پرسشنامه های وب، پست الکترونیکی می توان با مشتریان ارتباط برقرار کرد و کالاهای جدید خود را به آنها معرفی کرد یا حتی از آنها ایده هایی در مورد تولید کالاهای جدید یا تغییر در کالاهای موجود بدست آورد.

مدیریت روابط با مشتری

از CRM برای شناخت دقیق تر مشتریها و ترسیم شفاف تر ارتباط با مشتری استفاده می شود. مفاهیم CRM یا مدیریت ارتباط با مشتری جدید نیست. امروزه براساس همین مفاهیم چگونگی کار و ارتباط با مشتریها در درازمدت را جهت کسب و سودآوریهای بیشتر فرا می گیرند. شرکتهای برای انجام این مهم سرمایه گذاری وسیعی را پذیرفته و هزینه

می‌کنند. مشتری به خدماتی که دریافت می‌کند آگاه است و براساس تجرب و اطلاعات خود با پول و موجودیش آن را انتخاب می‌کند.

CRM یک محصول یا خدمات نیست؛ بلکه یک استراتژی کلی تجاری است که شرکتها را قادر به مدیریت موثر ارتباط با مشتری می‌کند. CRM یک دید و شمای کلی از مشتریهای هر سازمان را برای اعضای آن سازمان به تصویر می‌کشد. براساس مفاهیم CRM، هرکس بایستی روی مشتری و اطلاعات مشتری متمرکز باشد. برای این منظور بایستی اطلاعات مشتری به طور کامل و یکسان در تمام سازمان در اختیار تمام ارکان مرتبط با مشتری قرار گیرد. در این رابطه، بخش بازاریابی در هر شرکت با تلاشی سازمان یافته و مداوم اطلاعات مشتری را جمع‌آوری و در سیستم اطلاع‌رسانی و شبکه‌سازمان نگهداری می‌کند. عوامل فروش با استفاده از این اطلاعات با مشتری تماس گرفته و کالا یا خدمات مورد نیاز وی را عرضه می‌کنند. خدمات مشتری نیز با استفاده از همین اطلاعات به هر سوال و نیاز مشتری پاسخ می‌دهند. پشتیبانی و طراحی تولید نیز با استفاده از همین اطلاعات پی به نیاز مشتریها برده و فعالیتهای خود را مطابق این نیازها تنظیم می‌کند. در تکمیل مفاهیم CRM هر بخش از سازمان ضمن استفاده از اطلاعات یکسان درباره مشتری، عملکرد و ارتباط خود با مشتری را دقیقاً در همان بانک اطلاعاتی وارد می‌کنند تا آخرین تماسها و نظرات مشتری در دسترس همه ارکان سازمان قرار گیرد. هیچ بخشی از سازمان حق ندارد ارتباط و اطلاعات خود با مشتری را محرمانه و مخفی از دیگران نگهداری کند. بلکه منطق این راهکار این است که اطلاعات مشتری

بایستی به طور جامع، کامل و مشابه در اختیار همه ارکان مرتبط با مشتری در سازمان قرار گیرد و درعین حال این اطلاعات به عنوان اسرار مهم سازمان نباید از ارکان مربوطه به خارج از سازمان منتقل گردد.

روشهای تبلیغات و بازاریابی در اینترنت

پس از طراحی سایت تجاری بایستی با مراحل زیر سایت را در اینترنت فعال کنید تا برنامه های تبلیغات و بازاریابی در اینترنت موثر و نتیجه بخش گردند.

- انتخاب یک نام به عنوان آدرس سایت و ثبت آن در اینترنت
- ارسال فایل طراحی شده سایت با فرمت HTML همراه با مشخصات نام ثبت شده به مکانی که به عنوان یک پایگاه (Server) اینترنتی فعال است. این عمل را اصطلاحاً Hasting می گویند. با این عمل سایت شما با آدرس ثبت شده در مرحله قبل، در اینترنت قابل دسترس خواهد بود. پس از مراحل فوق، نوبت به ثبت و معرفی سایت و جستجوگرها و برنامه های تبلیغ و بازاریابی در اینترنت می رسد. علاوه بر ثبت سایت در جستجوگرها از روشهای دیگری برای توسعه سایت و تبلیغات و بازاریابی می توان استفاده نمود که در اینجا به آنها اشاره می شود:

تبلیغ با استفاده از بنر (Banner)

وقتی به سایتهای پر بیننده رجوع می کنید، کادرهای تبلیغی فراوانی رامشاهده می کنید که با روشهای جذاب بیننده های سایت را وادار به تایید علامت ماوس روی آنها می کنند.

این کادرهای تبلیغی را بنر می گویند. با تایید هر نقطه از این کادرها، نشانی اینترنتی متصل به آنها نیز فعال می شود و روی صفحه مانیتور ظاهر می گردد.

بازاریابی ویروسی

شرکتهای Yahoo، Hot mail و AOL از روش بازاریابی ویروسی استفاده می کنند. این شرکتها از طریق پیامهایی در نامه های پست الکترونیکی، برای خود تبلیغ می کنند. براساس این شیوه، هر نامه که توسط خدمات پست الکترونیک این شرکتها صادر می شود حاوی یک پیام مختصر و مفید تبلیغاتی است؛ یعنی به تعداد نامه هایی که مردم با استفاده از خدمات این شرکتها بین هم مبادله می کنند این پیامها نیز توزیع می گردد. از آنجا که این پیامها بدون فعالیت یا دخالت بیشتر این شرکتها توزیع می گردد و در تمام مکاتبات بین مردم که نشانی پست الکترونیک خود را از این نوع شرکتها اخذ کرده اند منتشر می گردد، به این شیوه بازاریابی ویروسی گفته می شود.

سیستمهای اطلاعاتی تولید

سیستمهای اطلاعاتی تولید از بخش تولید و عملیات که شامل وظایف مربوط به فرایندهای تولید کالا ها و خدمات است حمایت می کنند.

یک نوع از سیستمهای اطلاعاتی تولید CIM یا سیستمهای تولید یکپارچه کامپیوتری هستند. CIM یک مفهوم جامع و کلی است که بر انجام وظایف و فعالیتهای بخش تولید بر پایه سیستمهای کامپیوتری تاکید می کند و بر ساده کردن، اتوماتیک کردن و هماهنگی و یکپارچگی فرایندهای تولید توجه دارد.

Simplify (re – engineer) : ساده سازی فرآیندهای تولید، طراحی کالا و

سازماندهی کارخانه به عنوان یک پایه حیاتی برای اتوماسیون و یکپارچگی.

Automate: اتوماسیون فرآیندهای تولید و وظایف تجاری که از طریق کامپیوترها،

ماشینها و رباتها انجام می شود.

Integrate: هماهنگی بین همه فرآیندهای تولید و بخش تولید و دیگر قسمتها از طریق

کامپیوترها، شبکه‌های ارتباط تلفنی و تکنولوژیهای جدید اطلاعات.

هدف CIM و سیستمهای اطلاعاتی تولید نظیر آن ایجاد فرآیندهای تولید انعطاف پذیر

و چابک برای تولید اثر بخش و با کیفیت محصولات است. بنابراین CIM مفاهیمی

همچون سیستمهای تولید انعطاف‌پذیر و تولید چابک و مدیریت کیفیت جامع

را دربرمی گیرد. اجرای این مفاهیم باعث می شود تا شرکت به نیازهای مشتریان با سرعت

بیشتری پاسخ دهد و کالاها و خدمات را با کیفیت بالاتری ارائه کند. سیستمهای

اطلاعاتی تولید به شرکتها کمک می کنند تا از طریق ساده سازی، اتوماسیون و یکپارچگی

فرآیندها فعالیتهای مربوط به تولید انواع مختلفی از کالاها را با موفقیت به انجام رسانند.

برای مثال کامپیوترها به مهندسان کمک می کند تا تولیدات بهتری را از طریق مهندسی

به کمک کامپیوتر طراحی کنند

سیستمهای CAD نیز کار طراحی به کمک کامپیوتر را انجام می دهند. MRP برای

سفارش مواد و دریافت آنها در زمانی که برنامه تولید به آنها نیاز دارد ایجاد شده است، به

منظور هماهنگی بین MRP و دیگر بخشهای سازمانی از سیستمی نظیر ERP استفاده

می شود ERP سیستم برنامه ریزی منابع سازمان می باشد که تمامی واحدهای سازمان از مالی و اداری گرفته تا خط تولید و انبارها و عملیات آنها را در کنترل خود دارد پس ERP برای هماهنگی و سازگاری سیستم های اصلی در تمام سطح داخلی سازمان و پشتیبانی دسترسی به اطلاعات از راه دور به منظور تصمیم گیری و نظارت بر عملکردها ایجاد شده است.

برنامه ریزی مواد مورد نیاز (MRP)

برنامه ریزی مواد مورد نیاز روشی است که با یک پیش بینی برای تقاضای محصول ساخته شده شروع می شود و وابستگی تقاضا را به (۱) انواع اجزاء مورد نیاز، مواد، قطعات و ...، (۲) نیازهای کمی دقیق و (۳) زمانبندی سفارشات جهت تامین یک برنامه تولید، تعیین می کند.

سیستمهای کنترل موجودی برای اقلام تقاضای مستقل مورد استفاده می باشند اما سیستم برنامه ریزی مواد برای اقلام تقاضای وابسته به کار می رود. لازم به ذکر است که در تقاضای مستقل، تقاضا برای یک قطعه، جدا از تقاضا برای قطعات دیگر است ولی در تقاضای وابسته، تقاضا برای یک قطعه، وابسته به تقاضا برای قطعات دیگر می باشد.

مجموعه اجرای تولید: مجموعه ای است از یک سیستم ERP که وظیفه کنترل و پایش صحن کارخانه را به عهده دارد. این مجموعه سیستم اطلاعات و ارتباطات صحن کارخانه را توسط عملکردهای گوناگون مدیریت می کند و مناسبات الکترونیکی بین

مراکز فعالیت صحن کارخانه و سیستم ERP را برقرار می سازد. مجموعه اجرایی تولید، اطلاعات لحظه به لحظه عملیات تولید را به سیستم ERP منتقل می کند با استفاده از این مجموعه است که مقدار اختلاف مواد و یا نیروی کار مصرفی با آنچه که برنامه ریزی شده است بدست می آید، همچنین چنانچه دستگاهی بیش از اندازه مورد استفاده قرار گرفته باشد خاموش خواهد شد. به طور خلاصه اطلاعات گلوگاهها، برگشت مواد زاید و مسیریابی مجدد نیز انجام می شود. گزارش های عملیاتی که طولانی تر از برنامه شده اند و تعداد عملیات انجام شده از جمله اطلاعاتی هستند که از این مجموعه بدست می آید.

سیستمهای اطلاعاتی منابع انسانی (HRM)

هدایت و مدیریت نیروی انسانی از حساس ترین و موثرترین وظایف مدیران سازمانها و موسسات اقتصادی قلمداد می شود. از این روی، داشتن اطلاعات به موقع از آخرین وضعیت کارکنان می تواند به هدایت و بهبود وضعیت نیروی انسانی سازمانهای یادشده یاری رساند. بدین منظور استقرار و بکارگیری سیستم مدیریت منابع انسانی بستر مناسبی را برای سازمان دهی، برنامه ریزی و کنترل و در نهایت ارتقای نیروی انسانی فراهم می آورد.

وظیفه مدیریت منابع انسانی شامل استخدام، جابجایی، ارزیابی، جبران خدمات و توسعه کارکنان یک سازمان است: هدف مدیریت منابع انسانی استفاده کارا و موثر از منابع انسانی سازمان است. بنابراین سیستمهای اطلاعاتی منابع انسانی طراحی شدهاند برای حمایت (۱) برنامه ریزی برای رسیدن به نیازهای پرسنلی کسب و کار مورد نظر

(۲) توسعه کارکنان تا پتانسیل کاملشان

(۳) کنترل همه خط مشی ها و برنامه های پرسنلی

اساسا کسب و کارها از سیستمهای اطلاعاتی بر مبنای کامپیوتر استفاده می کنند تا

(۱) گزارش صورت حقوق بگیران را تهیه کنند

(۲) سوابق پرسنلی را نگهداری کنند

(۳) نحوه استفاده از پرسنل در عملیتهای تجاری را تجزیه تحلیل کنند

تعداد زیادی از شرکتها به ماواری وظایف سنتی مدیریت پرسنل پانهاددهاند و سیستمهای

اطلاعاتی منابع انسانی را برای حمایت کارهایی همچون (۱) استخدام، انتخاب، اجاره

(۲) گردش شغلی (۳) ارزیابی اجرا (۴) تجزیه و تحلیل منافع کارکنان

(۵) آموزش و توسعه (۶) سلامتی، ایمنی و امنیت توسعه دادهاند.

مدیریت منابع انسانی و اینترنت (HRM and the Internet)

اینترنت یک نیروی اساسی برای تغییر در مدیریت منابع انسانی است. برای مثال

سیستمهای HRM در خط به انتخاب و استخدام کارکنان از طریق سایتهای شبکه‌ای

کمک می‌کند. می‌توان از طریق اینترنت به آموزش الکترونیکی کارکنان پرداخت و سطح مهارت کارکنان را افزایش داد (E – Learning)

مدیریت منابع انسانی و اینترنت:

همانطوری که اینترنت افراد سازمانهای مختلف را به هم متصل می‌کند با فناوری مشابهی می‌توان افراد داخل سازمان را به هم متصل کرد. در آغاز شبکه‌های داخل سازمانها به عنوان شبکه‌های محلی شناخته می‌شدند که یک واحد سازمانی را پشتیبانی می‌کردند. امروزه به طور فزاینده‌ای از اینترنت برای پشتیبانی ارتباطات در محل سازمان استفاده می‌شود. اینترنت از فن آوریهای مشابه اینترنت استفاده می‌کند اما فقط افراد موجود در داخل سازمان به آن دسترسی دارند. احتمالاً اولین اثر اینترنت این است که کاربران می‌توانند به مستندات کاری سازمان دستیابی داشته باشند. مهمترین اثرش این است که افراد آسانتر با یکدیگر ارتباط برقرار کرده، با یکدیگر کار می‌کنند که این خود باعث افزایش بهره‌وری سازمان می‌شود. از طریق اینترنت مدیر می‌تواند لحظه به لحظه از کارکنان مطلع شود و آنها را راهنمایی و کنترل نماید. همچنین گلوگاههای سازمان را تشخیص دهد و برای حل آن اقدام کند. کارکنان می‌توانند به سرعت از تخصص‌ها و تجربیات همدیگر کمک بگیرند.

سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری

سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری از قدیمی‌ترین و وسیع‌ترین سیستم‌های اطلاعاتی تجاری مورد استفاده هستند، این سیستم‌ها مبادلات تجاری و دیگر وقایع بازرگانی و اقتصادی را ثبت، گزارش و تجزیه و تحلیل می‌کنند. سیستم‌های اطلاعاتی حسابداری مرسوم عبارتند از پردازش سفارش، کنترل موجودی، دریافت حسابها، پرداخت حسابها، لیست حقوق و دستمزد و سیستم‌های کتاب حساب عمومی یا دفتر معین

Order Processing (پردازش سفارش): دریافت و تجزیه و تحلیل و پردازش سفارشات مشتری و ایجاد داده برای کنترل موجودی و دریافت حسابها.

Inventory control (کنترل موجودی): پردازش داده‌ها که تغییرات در موجودی را منعکس می‌کند و اطلاعات ارسال و سفارش مجدد را فراهم می‌کند.

Accounts Receivable حساب دریافتنی: حسابی که معمولاً در مقابل فروش کالاها و خدمات به مشتریان بوجود می‌آید یا از طریق اعتباری که برای مشتری قائلیم و به طور نسبی کالا را به مشتری داده‌ایم.

Account Payable (حساب پرداختنی): تهیه گزارش‌هایی از مقدار خرید شرکت از تامین کنندگان مواد اولیه و میزان پول پرداختی به آنها و محاسبه میزان نقدینگی شرکت و مقدار بدهی به کسانی که مواد و خدمات اولیه مورد نیاز خود را از آنها تامین کرده‌ایم.

Payroll: فهرست اساسی حقوق بگیران یک سازمان (تهیه گزارش کل وجوه پرداختی یک موسسه به عنوان حقوق)

سیستم‌های مدیریت مالی مبتنی بر کامپیوتر در تصمیم‌های زیر مدیران مالی را حمایت می‌کند:

(۱) تامین بودجه کسب و کار

(۲) تخصیص و کنترل منابع مالی در کسب کار

سیستم مدیریت مالی شامل مدیریت سرمایه و پول، بودجه بندی سرمایه، پیش بینی مالی و برنامه ریزی مالی است.

سیستم‌های مدیریت نقدینگی اطلاعات در مورد دریافتها و پرداختهای پولی شرکت بر مبنای زمان واقعی یا دوره ای جمع آوری می‌کنند.

مدیریت سرمایه گذاری: بسیاری از کسب و کارها نقدینگی مازاد خود را در سپرده‌های کوتاه مدت، کم ریسک (مثل اوراق قرضه، اوراق تجاری یا گواهی نامه ودیعه) یا در جایگزین‌های با ریسک بیشتر / بازده بیشتر سرمایه گذاری می‌کنند بنابراین اینچنین در آمدهای سرمایه ای ممکن است تا زمانیکه بودجه‌ها اقتضا کنند کسب شوند.

نرم افزاری را می‌توان در مدیریت این سپرده گذاری بکار برد.

برنامه ریزی و پیش بینی مالی: تجزیه و تحلیل گران مالی صفحه گستره‌های الکتریکی و نرم افزارهای برنامه ریزی مالی را بکار می‌برند تا عملکرد مالی حاضر و پروژه شده کسب و کار را تحلیل کنند.

سیستم های متقابل سازمان

کسب و کار الکترونیکی علاوه بر احاطه تجارت الکترونیکی شامل کاربردهای اداری خاص به نام (front – office application) و (back- office application) است که موتور کسب و کار مدرن را شکل می دهد. کسب و کار الکترونیکی فقط معاملات تجاری الکترونیکی نیست، بلکه تعریف دوباره مدل های کسب و کار قدیم با هدف تکنولوژی، برای ماکزیمم کردن ارزش بیشتری است. این کاربردهای چند وظیفه ای سازمان با ترکیب خرده سیستم های اطلاعاتی انسجام می یابد.

کاربردهای متقابل سازمان

انسجام شرکت بعنوان مساله ای اساسی برای شرکتها در تمام انواع بخشهای کسب و کارها است که می کوشند مزیت رقابتی را حفظ کنند، انسجام کلیدی برای موفقیت است.

سیستم های اطلاعات در دنیای واقعی ترکیبی انسجام یافته از سیستم های کسب و کار چند وظیفه ای هستند. این سیستم ها فرآیندهای کسب و کار را حمایت می کنند با فرایند سیستم هایی چون توسعه محصول، تولید، توزیع، مدیریت سفارشی، حمایت از مشتری و ...

بسیاری از شرکتها تکنولوژی اطلاعات را به منظور ایجاد سیستم های انسجام یافته متقابل سازمان بکار می گیرند تا به مدد آن از مرزهای فعالیتهای کسب و کار سنتی عبور

کنند و از این رهگذر به مهندسی مجدد و گسترش فرآیندهای کسب و کار مربوط به شرکت دست یابند.

بسیاری از سازمانها در ابتدا از سیستم های قدیمی مبتنی بر main frame (مین فریم) وظیفه‌ای، استفاده می کردند و بعد به سمت کاربردهای متقابل مشتری / خدمت رسان پیش رفتند. بطور معمول این امر دربرگیرنده نصب نرم افزارهایی چون برنامه ریزی منابع شرکت، مدیریت عرضه زنجیره، یا مدیریت روابط با مشتری از شرکت سپ (SAP) آمریکا است. شرکتها در سراسر دنیا و شبکه اینترنت و اکسترانت خود بعنوان شبکه‌ای تکنولوژی برای سیستم‌های الکترونیکی کسب و کار شرکت و چند جانبه استفاده می کنند.

معماری کاربردهای سازمان.

شکل (۵-۱۶) نشان دهنده معماری سیستم سازمان است که ارتباط کاربردهای مهم متقابل سازمان را توضیح می دهد که امروزه بسیاری از شرکتها دارای آن یا در حال نصب آن هستند. این معماری یک طرح کلی جزئیات کامل و جامع تهیه نمی کند اما چارچوبی مفهومی را ارائه می دهد که به شما کمک می کند تا فرآیندها، مفاهیم و وجوه مشترک اصلی این کاربردهای کلی کسب و کار الکترونیکی و روابط آنها با یکدیگر را در ذهن خود تصویر سازی کنید.

توجه کنید که بجای تمرکز بروظایف کسب و کار سنتی یا فقط حمایت فرایندهای کسب و کار داخلی شرکت، کاربردهای سازمان برانجام فرآیندهای کسب و کار پایه‌ای هماهنگ با مشتریان، عرضه کنندگان شرکا، کارکنان و سهامداران تمرکز دارند. بنابراین بر اثر بخشی شرکت تمرکز دارد. مدیریت روابط با شرکا بر کسب و تربیت دوباره شرکایی تمرکز دارد که می‌توانند فروش و توزیع محصولات و خدمات شرکت را افزایش دهند. مدیریت عرضه زنجیره ای تمرکز بر ایجاد کارآمدترین و اثربخش ترین فرآیندهای تدارکات و منابع با عرضه کنندگان برای تولیدات و خدمات مورد نیاز در کسب و کار دارد. سیستم های مدیریت دانش بر تهیه ابزارهایی برای کارکنان شرکت تمرکز دارد که همکاری گروهی و حمایت تصمیم گیری را حمایت کند

انسجام کاربردهای سازمان:

چگونه یک کسب و کار برخی از سیستم های متقابل سازمان را بهم پیوند میزند (در شکل ۱۶-۵) نرم افزاری انسجام کاربرد سازمان را بسیاری از شرکت ها به منظور اتصال کاربردهای جامع بکار می‌برند. این نرم افزاری کاربرد قادر می‌سازد تا فرایندهای کسب و کار را که در روابط متقابل که بین کاربردهای کسب و کار اتفاق می‌افتد، مدل سازی می‌کند.

بنابراین همانطور که شکل ۱۷-۵ توضیح می‌دهد نرم افزارهای EAI می‌تواند کاربردهای front-office , back-office را انسجام بخشد تا اینکه آنها در حالتی

پیوسته و انسجام یافته بایکدیگر کار کنند. این امر یک توانایی حیاتی است که ارزش واقعی کسب و کار را برای یکپارچگی کسب و کار الکترونیکی تهیه کند، که باید به سرعت و کارآمد به حوادث کسب و کار و تقاضای مشتریان پاسخ دهد.

سیستم‌های پردازش مبادلات نقشی استراتژیک دارند. بسیاری از شرکتها از اینترنت یا اکسترانت و دیگر شبکه‌ها استفاده می‌کنند تا آنها را بطور الکترونیکی به مشتریان یا عرضه‌کنندگان برای پردازش مبادلات مرتبط سازد. چنین سیستم‌هایی با زمان واقعی که سریع به مبادلات دست می‌یابند و آنها را پردازش می‌کنند، می‌توانند به شرکتها کمک کنند تا خدماتی برتر را به مشتریان و دیگر شرکای تجاری ارائه دهند این توانایی بر ارزش محصولات و خدمات شرکت می‌افزاید و بنابراین به آنها روشی مهم را ارائه می‌دهد تا خود را از رقبا متمایز سازند.

سیستمهای TPS:

برای اجرای عملیات یا تراکنشهای روزمره سازمان به کمک کامپیوتر استفاده می‌شود شبیه سیستم پرداخت حقوق و دستمزد، سیستم سفارشات، سیستم رزرو بلیط و ... (می‌توان پیاده سازی را با (Access) اکسس انجام داد).

چرخه پردازش مبادلات

سیستم های پردازش مبادلات داده هایی را به دست می آورد و پردازش می کند که مبادلات کسب و کار را توضیح می دهد، پایگاه داده های سازمانی را بروز می دهد، و انواع محصولات اطلاعات راتهییه می کند.

ورودی داده: اولین قدم در چرخه پردازش مبادلات دستیابی به داده های کسب و کار است. بطور مثال، می توان با ترمینالهای Point- of – Sale داده های مبادلات را جمع آوری کرد. این ترمینالها اسکن های چشمی کد بار و دستگاه های خواننده کارتهای اعتباری را در خرده فروشی ها یا دیگر کسب و کارها بکار می گیرند. (توضیح کامل در فصل ۱۰)

پردازش مبادلات: سیستم پردازش مبادلات داده ها را به دوروش پردازش می کند.

۱- پردازش جمعی: این امر در مکا نی اتفاق می افتد که داده های مبادلات در یک دوره زمانی اندوخته می شوند و به صورت دوره ای پردازش می شوند.

۲- پردازش در زمان واقعی: در جایی این امر بکار گرفته می شود که داده ها درست بعد از وقوع مبادلات پردازش می شوند.

تمام سیستم های پردازش مبادلات آن لاین، توانمندیهای پردازشگر در زمان واقعی را درهم می آمیزند. بسیاری از سیستم های آن لاین همچنین بستگی به توانمندی های سیستم های کامپیوتری دارد که می تواند برای انجام حتی اگر بخشهای سیستم دچار مشکل شود، ادامه یابد. (توضیح کامل در فصل ۱۱)

نگهداری پگاههای داده ها: پایگاههای داده های سازمان باید توسط سیستم های پردازش مبادلات نگهداری شود تا اینکه همواره صحیح و بروز باشند. بنابراین سیستم های پردازش مبادلات داده های یک سازمان را به منظور منعکس کردن تغییراتی بروز می کنند که از مبادلات کسب و کار روزانه نتیجه می شوند.

بطور مثال، فروشهای اعتباری به مشتریان موجب خواهد شد که توازن حسابهای مشتریان افزایش یابد و مقدار موجودی در دسترس کاهش یابد. نگهداری پایگاههای داده ای این اطمینان را می دهند که این تغییرات و دیگر تغییرات در رکوردهای داده های منعکس می شوند که در پایگاههای داده ای شرکت ذخیره می شوند.

تهیه مدارک و گزارشات: سیستم های پردازش مبادلات انواع گوناگونی از مدارک و گزارش را تهیه می کنند. نمونه های مدارک مبادلات شامل چک حقوق، سفارشات خرید، دریافت های فروشی و ... است.

پردازش تحقیقات: بسیاری از سیستم های پردازش مبادلات به شما اجازه می دهد که از اینترنت، انترانت و اکسترانت بهره بگیرند یا مدیریت پایگاههای داده در مورد زبانها سوال و تحقیق می کند تا تحقیقات را فراهم کند و پاسخهایی مربوط به نتایج عملکرد پردازش مبادلات را دریافت کند. معمولاً، جوابها در انواع گوناگونی از فرمت ها یا صفحه اسکرینها وجود دارد. بطور مثال شما ممکن است وضعیت سفارشی فروشی، توان د حسابها، یا مقدار ذخیره موجودیها را چک کنید و جواب بسیار سریعی از کامپیوتر خود دریافت کنید.

سیستم های همکار سازمان

سیستم‌های همکاری سازمان سیستم‌های کسب و کار الکترونیکی متقابل و چند وظیفه‌ای هستند که هماهنگی، ارتباطات و همکاری بین اعضای تیم کسب و کار و گروه‌های کاری را افزایش می‌دهند.

این نرم‌افزار شما را قادر می‌سازد که راحت‌تر و اثر بخش‌تر با یکدیگر کار کنید این کار را با کمک به این موارد انجام می‌دهند

- ارتباطات: رد و بدل اطلاعات با یکدیگر

- هماهنگی: هماهنگ کردن فعالیتهای کاری فردی و استفاده از منابع بایکدیگر

- همکاری: کارکردن با یکدیگر مشترکا در مورد پروژه‌های وظایف مشترک.

بطور مثال، مهندسان، متخصصان کسب و کار و مشاوران خارجی ممکن است یک تیم واقعی را برای پروژه بوجود آورند. پروژه می‌تواند برای ایجاد همکاری از طریق نامه‌های الکترونیکی کنفرانس‌های ویدئویی، میزگردهای بحث و پایگاههای داده‌ای چند جانبه بر اینترنت و اکسترانت تکیه کند. این نرم‌افزار ممکن است از ترمینالهای کامپیوتری شبکه‌ای شده (سرتاسری) برای انواع سرورهای استفاده کند که در آنها پروژه، شرکت و دیگر پایگاههای داده‌ای ذخیره می‌شوند. بعلاوه سرورهای شبکه‌ای ممکن است انواع گوناگونی از منابع نرم افزار را بکار گیرند همانند برآورهای وب و بسته های کاربردی.

شکل ۲۱-۵ نمایی کلی از برخی از ابزارهای نرم افزاری برای ارتباطات الکترونیکی، کنفرانسهای الکترونیکی و مدیریت کار مشارکتی را فراهم می‌آورند.

این ابزارهای نرم افزاری را به ارتباطات و مدیریت کارهای مشارکتی تقسیم می کنند که همان مفهومیهای حیاتی سیستم های همکاری جوامع امروزی هستند. ابزارهای ارتباطی الکترونیکی به شما کمک می کند تا با دیگران از طریق فرستادن پیغامها، اسناد، فایلها، متن ها، تصویر از طریق شبکه های اینترنتی، اکسترانتی و شبکه های کامپیوتری ارتباطات برقرار کنید و همکاری داشته باشید.

ابزارهای کنفرانس الکترونیکی به کاربران شبکه ای کمک می کنند تا اطلاعات و همکاری را در حین کاربرد موضوعات مشترک بدون توجه به جایگاهشان با یکدیگر ردوبدل کنند. ابزارهای مدیریت کارهای مشترک به افراد کمک می کنند تا کارهای مشترک را انجام دهند و مدیریت کنند.