



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
**UZAKTAN EĞİTİM UYGULAMA VE
ARAŞTIRMA MERKEZİ**

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİNDE ÇAĞDAŞ YÖNELİMLER

1. Bilgi Sistemleri, Organizasyonlar ve Stratejiler

1.1. Organizasyonlar ve Bilgi Sistemleri

1.1.1 Organizasyon Nedir?

Organizasyon, belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere insanlar, kaynaklar, süreçler ve yapılandırılmış ilişkilerin bir araya geldiği yapılandırılmış bir sistemdir. Bir organizasyon, belirli bir misyon, vizyon veya hedef etrafında faaliyet gösterir ve bu hedefe ulaşmak için çeşitli bileşenleri bir araya getirir.

Bir organizasyonun temel özellikleri arasında yapı, hiyerarşi ve rollerin belirlenmesi yer alır. Organizasyon içinde bir yapı bulunur, bu yapı belirli bir düzen ve iş bölümü sağlar. Hiyerarşi, işletmenin farklı seviyelerinde otorite ve yetkilendirme düzenini belirleyen bir sistemdir. Hiyerarşik yapıda, üst yönetim, orta kademe yöneticiler ve çalışanlar arasında belirli roller ve sorumluluklar tanımlanır. Bu, iletişimi, karar verme süreçlerini ve iş birliğini kolaylaştırır.

Organizasyonlar, farklı departmanlar, birimler ve işlevlerden oluşur. Bu departmanlar, organizasyonun farklı yönlerini yönetir ve belirli iş süreçlerini yerine getirir. Örneğin, finans, pazarlama, insan kaynakları, üretim gibi departmanlar organizasyonun farklı alanlarına odaklanır. Bu departmanlar arasında iş birliği ve koordinasyon sağlanarak, organizasyonun tümü bir bütün olarak hedeflere yönelir. Ayrıca, organizasyonlar belirli değerler, normlar ve kültürel unsurlar etrafında şekillenir. Bu değerler, organizasyonun davranış biçimini, çalışma ortamını ve iş yapış şeklini belirler. Bu kültür, organizasyonun kimliği ve işletme kültürünün bir parçasıdır ve çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını etkiler.

1.1.2 Organizasyonların Özellikleri

Organizasyonların bazı temel özellikleri şunlardır:

Amaç ve Hedefler: Organizasyonlar, belirli bir amaç veya hedef doğrultusunda faaliyet gösterir. Bu amaç veya hedef, organizasyonun varoluş nedenini ve iş yapış amacını belirler. Amaçlar, organizasyonun misyonunu ve vizyonunu yönlendirir ve tüm faaliyetlerin bu hedeflere yönelik olarak planlanmasını sağlar.

Yapı ve Hiyerarşi: Organizasyonlar, belirli bir yapı ve hiyerarşiye sahiptir. Yapı, organizasyonun bileşenlerini ve ilişkilerini düzenler. Bu yapı, işlevsel bir bölümlenme, departmanlar ve birimler arasındaki ilişkileri ve yönetim hiyerarşisini içerir. Hiyerarşi,

organizasyonun farklı seviyelerindeki yetki ve sorumluluk düzeylerini belirler ve iletişimi ve karar verme süreçlerini etkiler.

İş birliği ve İletişim: Organizasyonlar, iş birliği ve iletişim temelinde faaliyet gösterir. Farklı departmanlar ve çalışanlar arasında etkili iletişim ve iş birliği, organizasyonun amaçlarına ulaşma sürecini destekler. İyi bir iletişim ve iş birliği, bilgi paylaşımını kolaylaştırır, sorunların çözümünü hızlandırır ve verimliliği artırır. Organizasyon içindeki paydaşlar arasındaki etkileşim, ortak hedeflere ulaşmada kritik bir rol oynar ve sinerji oluşturur.

Organizasyonların özellikleri, organizasyonun büyüklüğüne, sektöre ve amacına bağlı olarak değişebilir. Ancak, belirli amaçlar, bir yapı ve hiyerarşi düzeni ve etkili iletişim ve iş birliği, organizasyonların temel özelliklerini oluşturan ortak unsurlardır. Bu özellikler, organizasyonların amacına ulaşmasını ve başarıya ulaşmasını sağlar.

1.2. Bilgi Sistemleri Organizasyonları ve İşletmeleri Nasıl Etkiler?

1.2.1 Ekonomik Etkiler

Bilgi sistemleri, organizasyonlar ve işletmeler üzerinde ekonomik açıdan önemli etkilere sahiptir. İşletmelerin bilgi sistemlerini kullanması ve bu sistemleri etkin bir şekilde yönetmesi, çeşitli ekonomik faydalar sağlar.

Birincil olarak, bilgi sistemleri işletmelerin verimliliğini artırır. Otomatikleştirme, veri analizi ve iş süreçlerinin iyileştirilmesi gibi özellikler, işletmelerin daha verimli bir şekilde çalışmasını sağlar. Bilgi sistemleri, verilerin daha hızlı ve daha doğru bir şekilde işlenmesini ve bilgilerin paylaşılmasını kolaylaştırır. Bu da zaman ve maliyet tasarrufu sağlar, üretkenliği artırır ve iş süreçlerinin daha verimli bir şekilde yürütülmesini mümkün kılar.

İkinci olarak, bilgi sistemleri işletmelerin rekabet avantajını artırır. Bilgi sistemleri, doğru ve güncel verilere dayalı karar verme imkânı sunar. Bu da işletmelerin stratejik ve taktiksel kararlarını daha bilinçli bir şekilde almasını sağlar. Ayrıca, müşteri ilişkileri yönetimi, pazarlama ve satış yönetimi gibi işletme fonksiyonlarında kullanılan bilgi sistemleri, müşteri memnuniyetini artırır, müşteri sadakatini sağlar ve yeni iş fırsatlarının keşfedilmesine yardımcı olur. Bilgi sistemleri sayesinde işletmeler, daha etkin bir şekilde müşteri ihtiyaçlarını anlar ve rekabet avantajını elde eder.

Bilgi sistemleri işletmelerin maliyetlerini azaltır. Otomatikleştirme, veri analizi ve diğer teknolojik özellikler, iş süreçlerinin daha etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesini sağlar. Bu

da işletmelerin iş gücü maliyetlerini azaltır, verimsizlikleri ortadan kaldırır ve kaynakların daha iyi kullanılmasını sağlar. Ayrıca, daha iyi veri yönetimi sayesinde hataların ve kayıpların azaltılması, işletmelerin maliyetleri düşürmesine ve gelirlerini artırmaya yardımcı olur.

Genel olarak, bilgi sistemleri organizasyonlara ve işletmelere ekonomik açıdan önemli faydalar sağlar. Verimlilik artışı, rekabet avantajı ve maliyet tasarrufu gibi etkiler, işletmelerin büyüme, sürdürülebilirlik ve rekabetçi üstünlük elde etmesine katkıda bulunur. Bu nedenle, işletmelerin doğru bir şekilde planlama, uygulama ve yönetim süreçleri ile bilgi sistemlerini benimsemeleri önemlidir.

1.2.2 Organizasyonel ve Davranışsal Etkiler

Bilgi sistemleri, organizasyonlara ve işletmelere davranışsal açıdan da önemli etkilere sahiptir. İşletmelerde bilgi sistemlerinin kullanımı, çalışanların davranışlarını ve iş yapış şeklini etkiler.

Birincil olarak, bilgi sistemleri organizasyon içinde iletişim ve iş birliğini artırır. Bilgi sistemleri, çalışanlar arasında daha hızlı ve etkili iletişim sağlar. Ekip çalışmaları ve proje yönetimi için kullanılan bilgi sistemleri, paydaşların birlikte çalışmasını ve bilgi paylaşımını kolaylaştırır. Bu da çalışanlar arasındaki etkileşimi artırır, bilgi akışını iyileştirir ve ortak hedeflere ulaşma sürecini destekler. Aynı zamanda, bilgi sistemleri, çalışanların veri ve bilgilere daha hızlı ve kolay erişmesini sağlar, bu da karar verme süreçlerini hızlandırır ve çalışanların daha bilinçli kararlar almasını sağlar.

İkinci olarak, bilgi sistemleri çalışanların motivasyonunu etkiler. Bilgi sistemleri, çalışanlara daha fazla bilgi ve kaynak erişimi sağlar. Bu, çalışanların işlerini daha etkin bir şekilde yerine getirmelerine yardımcı olur ve başarı hissi yaratır. Ayrıca, bilgi sistemleri, iş süreçlerini otomatikleştirerek çalışanların tekrarlayan ve rutin görevlerle zaman kaybetmesini önler. Bu da çalışanların daha yaratıcı ve stratejik görevlere odaklanmasını sağlar ve iş tatminini artırır. Aynı şekilde, bilgi sistemleri, çalışanların eğitim ve gelişimine de katkıda bulunur. Çalışanlara yeni becerilerin kazandırılması ve iş birliği ortamlarının teşvik edilmesi, işletmelerin çalışanlarını motive etme ve iş tatminini artırma potansiyeline sahiptir.

Bilgi sistemleri organizasyonlarda değişimi yönetim ve uyumu sağlama konusunda önemli bir rol oynar. Bilgi sistemleri, organizasyonlarda yeni teknolojilerin benimsenmesini ve uygulanmasını gerektirir. Bu, organizasyon içinde değişimin yönetilmesini ve çalışanların yeni

sistemlere uyum sağlamasını gerektirir. Bilgi sistemlerinin başarılı bir şekilde uygulanması için organizasyonel kültür, liderlik ve eğitim gibi faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir. Bilgi sistemlerine uyum sağlamak ve değişimi yönetmek, organizasyonlardaki davranışsal etkileri etkileyen önemli faktörler arasındadır.

Bilgi sistemleri organizasyonlarda ve işletmelerde davranışsal etkilere sahiptir. İletişimi artırır, çalışanların motivasyonunu etkiler ve değişimi yönetme sürecinde önemli bir rol oynar. Organizasyonlar, bilgi sistemlerini etkin bir şekilde kullanarak çalışanların iş birliğini teşvik edebilir, motivasyonu artırabilir ve değişimi başarılı bir şekilde yönetebilirler.

1.2. Rekabetçi Avantaj Sağlamak İçin Bilgi Sistemleri Kullanma

1.2.1 Porter'ın Rekabetçi Güçler Modeli

Porter'ın rekabetçi güçler modeli, işletmelerin rekabet ortamında karşılaştığı beş temel rekabetçi gücü tanımlar. Bu güçler, potansiyel yeni girişimciler, tedarikçiler, müşteriler, rakipler ve yerine geçebilir ürünler veya hizmetler olarak belirlenir. Bu rekabetçi güçler, işletmelerin rekabet avantajını şekillendiren faktörlerdir. Bilgi sistemleri ise bu rekabetçi güçlerin yönetiminde ve işletmelerin rekabet avantajını elde etmede önemli bir rol oynar.

İlk olarak, potansiyel yeni girişimciler rekabetçi güçlerden biridir. Bilgi sistemleri, işletmelerin pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi, tedarik zinciri yönetimi gibi alanlarda rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur. İyi tasarlanmış bir e-ticaret platformu veya dijital pazarlama stratejileri, yeni girişimcilerin pazara girişini zorlaştırabilir ve mevcut işletmenin pazar payını korumasına yardımcı olabilir.

İkinci olarak, tedarikçiler rekabetçi güçlerden biridir. Bilgi sistemleri, tedarik zinciri yönetiminde verimliliği artırır ve tedarikçi ilişkilerini optimize etmeye yardımcı olur. Etkili bir malzeme yönetimi, envanter kontrolü ve lojistik yönetimi, işletmelerin maliyetleri düşürmesine ve tedarikçi gücünü dengelemesine yardımcı olur.

Üçüncü olarak, müşteriler rekabetçi güçlerden biridir. Bilgi sistemleri, müşteri ilişkileri yönetimi ve müşteri hizmetleri alanında önemli bir rol oynar. Müşteri verilerinin analizi ve segmentasyonu, müşterilere özelleştirilmiş teklifler sunmayı mümkün kılar. Ayrıca, müşteri geri bildirimleri ve memnuniyet anketleri gibi bilgi sistemleri aracılığıyla elde edilen veriler, işletmelerin müşteri ilişkilerini güçlendirmesine ve sadakati artırmasına yardımcı olur.

Dördüncü olarak, rakipler rekabetçi güçlerden biridir. Bilgi sistemleri, pazar analizi, rekabet analizi ve stratejik planlama süreçlerinde işletmelere önemli bilgiler sağlar. Rekabet analizi için kullanılan veriler, işletmelerin rakiplerini izlemesine, güçlü ve zayıf yönlerini belirlemesine ve rekabet avantajı elde etmek için stratejiler geliştirmesine yardımcı olur.

Yerine geçebilir ürünler veya hizmetler rekabetçi güçlerden biridir. Bilgi sistemleri, Ar-GE faaliyetleri, yenilikçilik ve ürün geliştirme süreçlerinde önemli bir rol oynar. İyi bir Ar-GE yönetimi ve yenilikçi ürün geliştirme süreçleri, işletmelerin benzersiz ve sürdürülebilir ürünler sunmasına ve rakiplerden ayrışmasına yardımcı olur.

Porter'in rekabetçi güçler modeli, işletmelerin rekabet ortamında karşılaştığı temel faktörleri belirler. Bilgi sistemleri, bu rekabetçi güçleri yönetme ve işletmelerin rekabet avantajı elde etme sürecinde önemli bir rol oynar. İşletmeler, bilgi sistemlerini etkin bir şekilde kullanarak pazarlama, müşteri ilişkileri yönetimi, tedarik zinciri yönetimi, rekabet analizi ve ürün geliştirme gibi alanlarda avantaj elde edebilir ve rekabetçi bir konuma gelebilir.

1.2.2 Rekabetçi Güçlerle Başa Çıkmak İçin Bilgi Sistemleri Stratejileri

Rekabetçi güçlerle başa çıkmak ve işletmelerin rekabet avantajını sürdürmek için bilgi sistemleri stratejileri aşağıdaki şekillerde kullanılabilir:

Veri Analitiği ve İş Zekâsı: Bilgi sistemleri aracılığıyla elde edilen veriler, analiz edilerek işletmelerin rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olur. Veri analitiği ve iş zekâsı yöntemleri, pazar trendlerini, müşteri davranışlarını ve rakip analizini daha iyi anlamak için kullanılabilir. Bu sayede, işletmeler daha bilinçli kararlar alabilir, müşteriye özelleştirilmiş hizmetler sunabilir ve pazarlama stratejilerini optimize edebilir. Veri analitiği ve iş zekâsı, işletmelerin rekabetçi güçlere yönelik hızlı ve doğru tepkiler vermesini sağlar.

E-ticaret ve Dijital Pazarlama: Bilgi sistemleri, işletmelere e-ticaret ve dijital pazarlama stratejilerini uygulamaları için olanak sağlar. İnternet üzerinden satış yapma, çevrimiçi pazarlama kampanyaları düzenleme ve dijital kanalları kullanarak müşterilere erişim sağlama, işletmelerin pazar payını artırmalarına yardımcı olur. E-ticaret ve dijital pazarlama stratejileri, potansiyel yeni girişimcilerin pazara girişini zorlaştırabilir ve mevcut müşteri tabanını genişletebilir. Ayrıca, bilgi sistemleri, müşterilerin çevrimiçi alışveriş deneyimini geliştirmek ve müşteri sadakatini artırmak için kullanıcı dostu web siteleri ve kişiselleştirilmiş pazarlama çözümleri sunar.

Tedarik Zinciri Yönetimi: Bilgi sistemleri, tedarik zinciri yönetimi süreçlerini optimize etmek için kullanılabilir. Veri analizi, envanter yönetimi, tedarikçi ilişkileri ve lojistik yönetimi gibi alanlarda bilgi sistemleri kullanılarak tedarik zinciri verimliliği artırılabilir. Veri paylaşımı ve iş birliği, tedarikçilerle daha iyi ilişkiler kurmayı ve maliyetleri düşürmeyi sağlar. İşletmeler, tedarik zinciri ağını etkin bir şekilde yöneterek hammadde temininde güvenilirlik, stok düzeylerinde optimize edilmiş kontrol ve müşteri taleplerine hızlı yanıt verme avantajı elde edebilir.

İnovasyon ve Ürün Geliştirme: Bilgi sistemleri, Ar-GE faaliyetlerini, ürün geliştirme süreçlerini ve inovasyonu desteklemek için kullanılabilir. Bilgi sistemleri aracılığıyla pazar trendlerini takip etmek, müşteri geri bildirimlerini analiz etmek ve yeni fikirleri değerlendirmek mümkündür. İşletmeler, bilgi sistemlerini kullanarak rekabetçi güçlere uygun yeni ürün ve hizmetler geliştirebilir, yenilikçi çözümler sunabilir ve müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilir. İnovasyon ve ürün geliştirme süreçlerinde bilgi sistemlerinin etkin kullanımı, işletmelere rekabet avantajı sağlar ve pazarda farklılaşmalarını sağlar.

Bu stratejiler, işletmelerin rekabetçi güçlerle başa çıkmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olur. Ancak, her işletmenin ihtiyaçları farklı olduğundan, bilgi sistemleri stratejilerinin işletmenin özel gereksinimlerine uygun olarak uyarlanması önemlidir. İşletmeler, bilgi sistemlerini doğru bir şekilde planlamalı, yatırım yapmalı ve etkin bir şekilde yönetmelidir.

1.2.3 İşletme Değer Zinciri Modeli

İşletme Değer Zinciri Modeli, Michael Porter tarafından geliştirilen bir kavramdır ve işletmelerin değer yaratma süreçlerini anlamak ve analiz etmek için kullanılır. Bu model, işletmelerin faaliyetlerini bir dizi değer yaratan etkinlik olarak görür ve bu etkinliklerin birbirleriyle nasıl ilişkilendiğini ortaya koyar.

İşletme Değer Zinciri Modeli, işletmelerin tedarikçi ilişkilerinden başlayarak girdi sağlama, üretim, pazarlama, dağıtım ve müşteri hizmetleri gibi bir dizi faaliyetten oluşan bir zincir şeklinde ilerlediğini vurgular. Her bir faaliyet, işletmenin ürün veya hizmeti üzerinde değer yaratma potansiyeline sahiptir. Model, işletmelerin her bir faaliyetin maliyetlerini, değerini ve rekabetçi avantajını analiz etmelerine olanak sağlar.

Değer Zinciri Modeli, işletmelerin rekabet avantajı elde etmek ve sürdürmek için her bir faaliyette nasıl farklılaşabileceklerini anlamalarına yardımcı olur. İşletmeler, belirli bir faaliyette maliyet lideri olabilir veya değer ekleyici farklılaştırıcı özellikler sunabilir. Bu şekilde, işletmeler rekabetçi bir konum elde eder ve müşterilere daha iyi bir değer teklifi sunar.

Ayrıca, İşletme Değer Zinciri Modeli, işletmelerin tedarikçi ilişkilerini, müşteri ilişkilerini ve iş birliğini yönetmelerine yardımcı olur. Model, işletmelerin tedarikçilerle işbirliği yaparak maliyetleri düşürme ve tedarik süreçlerini optimize etme fırsatlarını belirlemelerine olanak tanır. Aynı şekilde, müşteri ilişkileri yönetiminde değer zinciri analizi, işletmelerin müşteri beklentilerini anlamalarını, müşteriye özelleştirilmiş hizmetler sunmalarını ve müşteri sadakatini artırmalarını sağlar.

İşletme Değer Zinciri Modeli, işletmelerin değer yaratma süreçlerini optimize etmelerini sağlar. Model, işletmelerin faaliyetlerini değer zinciri içindeki ilişkileri ve etkileşimleri göz önünde bulundurarak analiz etmelerini sağlar. Bu analiz, işletmelerin faaliyetlerini daha verimli hale getirme, maliyetleri düşürme ve değer eklemeyi artırma fırsatlarını belirlemelerine yardımcı olur.

İşletme Değer Zinciri Modeli, işletmelerin değer yaratma süreçlerini analiz etmek, maliyetleri düşürmek, değeri artırmak ve rekabet avantajı elde etmek için etkili bir araçtır. Model, işletmelerin faaliyetlerini bütünsel bir perspektifle ele almalarını sağlar ve rekabet ortamında sürdürülebilir bir avantaj elde etmelerine yardımcı olur.

KAYNAKÇA

- Laudon, K., & Laudon, J. (2009). Management Information Systems: International Edition, 11/E. London, UK: Pearson Higher Education.
- Buckland, M. (1991). Information and information systems. Bloomsbury Publishing USA.
- O'brien, J. A., & Marakas, G. M. (2006). Management information systems (Vol. 6). New York, NY, USA: McGraw-Hill Irwin.

BÖLÜM SORULARI

1) Porter'ın rekabetçi güçler modeli, değer zinciri modeli, sinerjiler, temel yetenekler ve ağ tabanlı stratejiler, şirketlerin bilgi sistemlerini kullanarak rekabetçi stratejiler geliştirmelerine nasıl yardımcı olur? Açıklayınız.

2) Stratejik bilgi sistemlerinin ortaya çıkardığı zorluklar nelerdir ve bunlar nasıl ele alınmalıdır? Açıklayınız.