



## بررسی نقش فناوری اطلاعات در مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و کارآفرینی

محمد رضا تقوا<sup>۱</sup>، مولود قاسمی<sup>۲\*</sup>

۱- دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، پردیس دانشگاه علامه طباطبایی

### خلاصه

فناوری اطلاعات در واقع نوعی تکنولوژی فراگیر است که ضمن به حرکت درآوردن چرخ های شغلی و استخدامی، سبب رشد و پویایی اقتصاد جامعه می شود. از اینرو، عدم توجه به فناوری اطلاعات در این عصر که عصر اطلاعات نام گرفته و در آن اطلاعات نقش اصلی و غالب را بازی می کنند، می توانند عواقب بسیار وسیع و جبران ناپذیری را برای سازمان ها داشته باشد. نمونه ای از آثار فناوری اطلاعات بر کسب و کارها، و مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) و فعالیت های کارآفرینانه را می توان در زنجیره تامین کسب و کارها یافت. فعالیت های کارآفرینانه از سویی با تامین کنندگان منابع و از سوی دیگر با مجموعه ای از مشتریان مواجه هستند که باید در مقابل خواسته های آنان پاسخگو باشند، بنابراین نحوه ارتباط با مشتری با بهره گیری از فناوری اطلاعات (eCRM) را می توان یکی از مهمترین ابزار در نیل به رونق کسب و کار و کارآفرینی دانست. در واقع هدف از نگارش این مقاله این است که به شیوه ی کتابخانه ای و اینترنتی به بررسی تاثیر فناوری اطلاعات در پیشرفت و رشد کارآفرینی با رویکردی بر نقش مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) بپردازد. به طور کلی این نتیجه حاصل شد که ویژگی های منحصر به فرد فناوری اطلاعات موجب رشد و ارتقای ایده پروری و توسعه ارتباط با مشتری و پیشرفت کسب و کار می شود. در واقع ارتباط مستقیم و نگاتنگی میان فناوری اطلاعات، مدیریت ارتباط با مشتری و کارآفرینی برقرار است.

**کلمات کلیدی:** فناوری اطلاعات، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، کارآفرینی.

### ۱. مقدمه

افزایش جمعیت در کشورهای در حال رشد، کاهش منابع و امکانات موجود در این کشورها و پیدایش نیازهای اجتماعی و اقتصادی جدید، همگی باعث توجه نهادها و مقامات مسئول این کشورها به نیازها و چاره اندیشی بنیادین یا مقطعی برای آنها شده است. براساس بررسی های صورت گرفته و آمارهای موجود، یکی از مهمترین مشکلات فراروی جوامع در حال