



International
SOCIAL SCIENCES
STUDIES JOURNAL



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:30
sssjournal.com

pp.998-1009
ISSN:2587-1587

2019 / February / Şubat
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 11/01/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 28/02/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 28.02.2019

ÖRGÜTLERDE BİLGİ YÖNETİMİ SÜRECİNDE KULLANILAN BİLGİ TEKNOLOJİSİ ARAÇLARI VE ÖNEMİ

INFORMATION TECHNOLOGY TOOLS AND THEIR IMPORTANCE USED IN THE KNOWLEDGE MANAGEMENT

Ögr. Gör. Dr. Erkan PERKTAŞ

Adıyaman Üniversitesi, eperktas@adiyaman.edu.tr, Adıyaman, Türkiye
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3080-2808>



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1270>

Reference : Pektaş, E. (2019). "Örgütlerde Bilgi Yönetimi Sürecinde Kullanılan Bilgi Teknolojisi Araçları ve Önemi", *International Social Sciences Studies Journal*, 5(30): 998-1009

ÖZ

Bir örgütte bilgi yönetimi faaliyetlerinde istenilen sonuçların elde edilebilmesi için öncelikli olarak güçlü bir alt yapıya gereksinim vardır. Bu alt yapıyı oluşturan unsurlar, bilgi yönetimi teknolojileri, örgüt kültürü, bilgi yönetimine uygun bir örgüt yapısı ve entelektüel sermayedir. Bu unsurlar içerisinde en önemli yeri, bilgiyi toplamak, örgütlemek ve örgütün strateji ile hedefleri doğrultusunda işe yarar biçimde hayata geçirmek üzere kullanılan teknolojileri içerisinde barındıran, bilgi teknolojisi araçları almaktadır. Bilgi yönetimi sürecinde kullanılan bilgi teknolojisi araçlarını, bilgi üretimi, bilgi sınıflandırması ve bilgi paylaşılması faaliyetlerinin performansını destekleyen araçlar olarak tanımlayabilmemiz mümkündür. Bilgi teknolojileri, sektörde yaşanan rekabete uyum sağlamalarında örgütlere önemli kazançlar sunmaktadır. Bilgi teknolojileri vasıtasıyla rekabet üstünlüğü sağlamak isteyen yöneticilerin bu teknolojin getirdiği değişimlerin ne olduğunu bilmeleri ve kavramaları gerekmektedir.

Bilgi yönetimi sürecinde, örgütlerde pek çok teknoloji kullanılmaktadır. Bu çalışmayla, örgütlerde bilgi yönetimi sürecinin etkinliğini artırmak üzere kullanılan araçlar ortaya konularak, bu araçların süreci nasıl etkilediği incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, Bilgi Yönetimi, Bilgi Teknolojisi Araçları.

ABSTRACT

In order to achieve the desired results in information management activities in an organization, a strong infrastructure is required. The elements of this infrastructure are information management technologies, organizational culture, an organizational structure suitable for knowledge management and intellectual capital. The most important of these elements are information technology tools which include the technologies used to gather and organize information and implement the organization in accordance with the strategy and objectives of the organization. It is possible to define the information technology tools used in the information management process as tools supporting the performance of information production, information classification and information sharing activities. Information technologies offer significant gains to organizations in adapting to competition in the sector. Managers who want to provide a competitive advantage through information technologies need to know and understand what changes this technology brings.

During the information management process, many technologies are used in organizations. In this study, the tools used to increase the effectiveness of the information management process in organizations will be introduced and how these tools affect the process will be examined.

Key Words: Organization, Knowledge Management, Information Technology Tools.

1. GİRİŞ

Bilginin değer kazandığı ve bilgi teknolojilerinin yeni toplumsal ve örgütsel yapıyı biçimlendirmede etkin görev üstlendiği bilgi toplumu ile birlikte ortaya çıkan değişimler, aynı zamanda ekonomik anlamda da yeni gelişmelerin yaşanmasına öncülük etmiştir. Bilginin öneminin arttığı böyle bir ekonomik ve toplumsal yapı içerisinde faaliyet icra eden örgütler; ancak bilgi kaynaklarını belirleme ve değerlendirme, yeni örgütsel

bilgi meydana getirme, bilgi edinme ve geliştirme, bilgiyi paylaşma ve kullanma noktalarında başarılı oldukları, yani bilgiyi yönetebildikleri takdirde yaşamlarını sürdürebilecekleri gerçeği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda bilgi ve bilgi yönetimi kavramları her geçen gün daha fazla önem kazanmaya başlamıştır.

Bilginin toplanmasında, yorumlanmasında ve uygulamaya aktarılmasında en önemli araçlar ise bilgi teknolojileridir (Yıldız, 2008: 2013). Günümüz işletmelerinin, bilgi yönetimi sürecinin etkinliğini artırabilmeleri için bu teknolojilerden yararlandıkları görülmektedir. Teknoloji, bilgi yönetiminde bir amaç değil araç olarak kullanılmaktadır.

2. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

Bilgi teknolojileri ve buna bağlı olarak bilgi konusunda yaşanan gelişmelere tarihsel açıdan bakıldığında, öncelikli olarak yazının icadı karşımıza çıkmaktadır. Yazının bulunması sonucunda, bilgilerin kayıtlı hale gelmeye başladığı görülmüştür. Bu gelişmelerden sonra sırasıyla matbaanın keşfi, buharlı trenler, telgrafın ve telefonun bulunması gibi gelişmeler yaşanmıştır. Matbaa sayesinde, bilgiler çoğaltılarak geniş kitlelere ulaştırılmıştır. Buharlı tren ve ulaşım alanındaki ilerlemelerle birlikte, iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmelerle bilgi dinamizm ve hareket kazanmıştır. İletişim unsurunun zirve noktası olan bilgisayarlarla da iletişim teknolojisi en üst seviyeye ulaşmıştır. Bilgisayarın icadı ve işletmelerde kullanılmasıyla birlikte, bilişim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler organizasyonların yapısında köklü değişikliklere sebep olmuştur (Gökçe, 2006: 35).

Türkçemizde bilgi işlem sözcüğü, İngilizcedeki “data processing” veya “electronic data processing” terimlerine karşılık kullanılmaktadır. Bir organizasyondaki, verilerin ele geçirilerek bilgisayar ortamında depolanması, işlenmesi ve sonuçlarının dağıtılması ve saklanması gibi işlemlerin tamamını kapsamaktadır. Bilişim ise dilimizde Fransızcadaki “infonuatique” ve İngilizcedeki “informatics” kelimelerinin karşılığı şeklinde kullanılmıştır. Bu sözcüğe ek olarak yine yabancı dillerde “telematique”, “teleprocessing” vb. terimlerin kullanım zorunluluğu ortaya çıktığında, bilgi teknolojisi (information technology), daha genel bir terim olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle, bilgi teknolojileri (BT) teriminin dilimizde bilişim yerine ve daha genel bir terim olarak kullanımı uygun olacaktır (Oğrak, 2010: 3). Bu çalışmada bilgi teknolojileri (BT) ve bilişim teknolojileri (BT) kavramları literatürdeki benzerliklerinden dolayı aynı manada kullanılacaktır. İlgili literatür incelendiğinde, bilgi teknolojileri kavramının çok farklı şekilde tanımlandığı görülmektedir.

Bilgi teknolojileri; kavram olarak, verilerin kayıt edilmesi, saklanması, belirli bir işlem sürecinden geçirmek suretiyle bilgiler üretilmesi, üretilen bu bilgilere ulaşılması, saklanması ve iletilmesi gibi işlemlerin etkili ve verimli bir şekilde yapılmasına imkân tanıyan teknolojileri tanımlamada kullanılan bir terimdir (Bensghir, 1996: 39). Benzer şekilde bilgi teknolojileri, bilginin toplanmasında, işlenmesinde, depolanmasında, ağlar aracılığıyla bir yerden bir yere iletilip kullanıcıların hizmetine sunulmasında kullanılan teknolojidir. Bu teknolojiye kullanılan en önemli araç ise bilgisayarlardır (Dağ vd., 2011: 4).

Bilgi teknolojileri; sesli, resimli, yazılı ve sayısal verilerin elde edilmesi, işlenmesi, saklanması ve dağıtımını yürüten mikro-elektronığe dayalı hesaplama ve iletişim teknolojilerini içerir. Bu çerçevede, başta bilgisayarlar ve bunlara destek sunan girdi ve çıktı donanımları olmak üzere faks, mikrografik, telekomünikasyon, doküman doldurma ve hazırlama makineleri ve basım makineleri vb. donanımlar bilgi teknolojileri terimi içinde yer almaktadır (Oğrak, 2010: 5).

Bilgi teknolojileri beş farklı şekilde sınıflandırılabilir (Yahyagil, 2001: 6):

- 1- İletişim sistemleri,
- 2- Ticari işlemler sistemi,
- 3- Karar destekleme sistemleri,
- 4- Yönetimsel bilgi teknoloji sistemleri,
- 5- İdari destek sistemleri,

Bu sınıflandırmadan anlaşıldığı üzere bilgi teknolojileri, tek bir uygulamayı, belli bir donanımı veya yazılımı değil bütün bu unsurları bir biri ile uyumlu bir şekilde birleştirerek etkin biçimde iş görmeye imkân sağlayan bütüncül bir oluşumu meydana getirir (Tahirov, 2008: 102). Bilgi teknolojileri, bilgisayar ve iletişim teknolojilerini (donanım) ve verileri, yönetim için gerekli bilgiye dönüştürmeye olanak sağlayan yol ve teknikleri (yazılım) içeren bağlantılı ve etkileşimli teknolojiler olarak da tanımlanmaktadır. (Öğüt, 2003: 163).

2.1. Örgütsel Açısından Bilgi Teknolojileri

2.1.1. Bilgi Teknolojilerinin Planlaması

Günümüzde örgütlerin başarısı, kapsamlı bir şekilde hazırlanmış bilgi teknolojileri stratejik planlaması ile mümkün olmaktadır (Öğüt, 2003: 124). Stratejik planlama, işletmenin geleceğine ve yapısal değişikliklerine yönelik, misyon ve hedeflerini ortaya koyup, faaliyet gösterdiği çevrede ve sektördeki durumunu dikkate alarak, kurum içinde uygulanması mümkün olan alternatiflerden birini seçerek uygulamaya koymak üzere yapılan plandır (Şahin, 2006: 72). Bu açıdan “bilgi teknolojileri kullanımında stratejik planlama” ya yönelik altı temel kural aşağıdaki gibi sıralanabilir (Öğüt, 2003: 126).

- 1- İlk olarak yapılacak işe ve başarılması gereken faaliyetlere odaklanılmalı,
- 2- Bilgi teknolojilerine yönelik yatırım imkânı ve alternatifler rasyonel bir şekilde değerlendirilmeli,
- 3- Olası riskler tanımlanmalı ve risk yönetimi için gerekli hazırlıklar yapılmalı,
- 4- Gereksiz teknolojik değişimlerden uzak durulmalı,
- 5- İleriye yönelik planlama yapılmalı,
- 6- Bilgi teknolojileri ile ilgili tüm örgütsel birim ve personelin katkısı ve kararlılığı sağlanmalıdır.

2.1.2. Bilgi Teknolojilerinin Özellikleri

Örgütsel açıdan bakıldığında bilgi teknolojilerinin özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Turunç, 2006: 31);

- Bilgi teknolojilerinin itici gücü, bilgi ve bilgiyi işleyen bilgisayarlar ve bu çerçevede mikro elektronik alanında yaşanan gelişmelerdir.
- İletişim teknolojileri, bilgi teknolojilerinin ayrılmaz bir parçasıdır.
- Bilgi teknolojileri, iş ve örgüt yaşamının kapsamını değiştirmiş, coğrafi ve zamansal sınırlara yeni anlamlar yüklemiştir.
- Bilgi teknolojileri, örgütün tüm birimlerinde kullanılmaktadır.
- Bilgi teknolojileri ile teknolojik yetenekler sürekli artmakta ve buna paralel maliyetler sürekli düşmektedir.
- Bilgi teknolojileri, örgütlere hayati değere sahip büyük imkânlar sunabilmektedir.
- Bilgi teknolojileri, stratejik başarı için çok önemli bir yere sahiptir.
- Bilgi teknolojileri, uzun vadeli yatırımları gerektirir.
- Bilgi teknolojileri, güçlü bir alt yapı ve sürekli yenilenmeyi gerektirir.
- Bilgi teknolojileri, temelde bilgi toplama, saklama, işleme, elektronik dağıtım ve nakletme işlevlerini yerine getirerek hizmet sunar.
- Bilgi teknolojileri, donanım, yazılım ve veri tabanı olmak üzere üç alt elemana sahiptir.
- Bilgi teknolojileri, örgütlere çok önemli stratejik avantajlar sunar. Ancak bu avantajları anlamak için bilgi sistemlerinin örgütlerde oynadıkları rolleri bilmek ve kavramak gerekir.

3. BİLGİ YÖNETİMİ

Bilginin ortaya çıktığı ilk günden bugüne kadar geçen sürede, insanlık bilgiden daha fazla yararlanmak için bilgiyi kullanmak istemiştir. İşte bu bağlamda bilgi ve bilgi yönetimi çok daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Yönetim bilimi açısından değerlendirdiğimizde içinde yaşadığımız yüzyılın en önemli iki kavramı bilgi ve teknolojidir. Bilgi, kurum ve işletmelerin en az sermaye kadar önemli yeni üretim faktörü, teknoloji ise onun ayrılmaz bir parçasıdır. Bundan ötürü çağımıza bilgi çağı, toplumumuza bilgi toplumu, insanlarımıza ise bilgi çalışanı denilmektedir. Böyle bir dönemde bilgi yönetimini kurumsal yönetimin en önemli unsuru olarak değerlendirmek yanlış olmayacaktır (Selvi, 2012: 202). Bilgi ve yönetim, temelde bir araya gelmeleri zor olan iki kavramdır. Ancak bilginin, günümüzde rekabette üstünlük sağlayan önemli bir

kurumsal kaynak olarak görülmesiyle birlikte yönetilmesi zorunluluğu da ortaya çıkmıştır (Özdemirci ve Aydın, 2007: 167).

Bilgi yönetimi, 1990'lı yıllarda popüler olmaya başlamış günümüzde sıkça karşılaştığımız bir kavramdır. Birçok yazı, araştırma ve kitaba konu olmuştur. Bilgi temelinde şekillenen çağdaş iş çevresinde, bilgi temelli örgütlerin ihtiyaçlarına başarılı bir şekilde cevap verecek bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir (Efiloğlu, 2006: 71). Bilgi yönetiminin, literatürde yapılmış bazı tanımlarına aşağıda yer verilmiştir.

Bilgi yönetimi, örgütsel amaçlara etkin bir biçimde ulaşabilmesini için kişi, grup ve örgütteki bilginin kolektif ve sistematik olarak elde edilmesi, paylaşılması ve uygulanmasına imkân tanıyan yeni bir disiplindir. Bilgi yönetimi, kişiler, gruplar ve örgütün tümü için geçerlidir (Demirel ve Seçkin, 2008: 110).

Bilgi yönetimi, etkili karar almaya, mal ve hizmet üretim sürecinde yeniliğe, iş değeri yaratmak için pazara uyum sağlamaya ve rekabette avantaj yakalamak için, bilgiyi itici bir güç olarak kullanma sürecidir (Salleh, 2002: 458).

Wigg (1997:8); bilgi yönetiminin amaçları açıklayarak bir tanım geliştirmiştir. Wigg, bilgi yönetiminin amaçları; “organizasyonun mümkün olduğunca rasyonel eylemler gerçekleştirmesini sağlayarak, uygulanabilirliğini ve örgütün genel başarısını güvence altına almak ve örgütün bilgi varlıklarının gerçek değerini ortaya çıkarmak” şeklinde açıklamaktadır.

3.1. Bilgi Yönetim Süreci

Örgütler açısından çok önemli bir yere sahip olan bilgi yönetimi, örgütlerin kendilerine ait bilgilerini ortaya çıkarma ve kullanma süreçleri olarak değerlendirilebilir. “Bilgi ihtiyacının belirlenmesi”, “bilginin elde edilmesi”, “tasnif edilmesi ve saklanması”, “transfer edilmesi ve paylaşılması” ile “bilgi yönetiminin uygulanması noktasında bilginin kullanılması ve değerlendirilmesi” örgütsel açıdan bilgi yönetimi sürecinin aşamalarını oluşturmaktadır.

Bilgi yönetimi süreçlerinin, birbiriyle iç içe geçmiş süreçler olduğunu, birbirinden bağımsız olarak ele alınmalarının doğru olmayacağını söylemek mümkündür. Tıpkı bir yapbozun parçaları gibi, bilgi yönetimi süreçlerinin her biri bir bütünün parçasıdır ve kendi başına çok da anlamlı değildir. Bu bakımdan bilgi yönetimi süreçlerinin bir bütünlük içerisinde, birbiriyle ahenkli ve koordineli biçimde yönetilmesi gerekmektedir (Özdemir, 2006: 159).

3.2. Bilgi Yönetimi Sürecinde Kullanılan Bilgi Teknolojisi Araçları

Bilgi yönetimi araçlarını, bilgi üretimi, bilgi sınıflandırması ve bilgi paylaşılması faaliyetlerinin performansını destekleyen araçlar olarak tanımlayabiliriz (Tyndale, 2002: 183). Bilgi yönetimi araçları, örgüt içerisinde bilgi ile ilgili dört faaliyetin gerçekleşmesine hizmet etmektedir. Bu faaliyetler; bilgi boşluğunu saptama, bilgi geliştirme, bilgiyi paylaşma ve bilginin/bilgi yönetimi faaliyetlerinin değerlendirilmesi şeklindedir (Kurt, 2004: 58).

Bilgi yönetimi sürecinde, örgütlerde birçok yöntem ve teknoloji kullanılmaktadır. Bazı örgütler açık bilgiyi, bazıları ise örtülü bilgiyi elde etmeye çalışırken, uzman sistemleri ve yapay zekâyı kullanmaktadır. Bilgi tabanlı sistemler, uzman sistemlere dayanarak bilgi süreçlerini gerçekleştirmede ve sorunlara çözüm bulmada örgütlere yardımcı olmaktadır (Gupta vd., 2000: 20). Örgütlerde bilgi yönetimi sürecinde kullanılan bilgi teknolojileri araçlarını aşağıdaki şekilde açıklayabilmek mümkündür.

3.2.1. Bilgisayarlar

Bilgisayarlar, nasıl yapılacağı insanlar tarafından belirlenmek şartıyla, kişilerin yapabilecekleri işlerin bir bölümünü, onlardan daha hızlı ve güvenilir şekilde yapan otomatik makinelerdir. Bilgisayar, bir giriş-çıkış aygıtı, bir bellek ve karakter zincirleri biçiminde dile getirilmiş veriler üzerinde her türlü dönüştürme işlemini yapabilen bir işletim organından oluşan; fiziksel olanakların sınırları içinde her türlü simgesel hesabı yapabilen, tüm bunları da belleğe kaydedilmiş programlarla yöneten bir aygıttır (Ifrah, 2002: 38).

Bilginin bir sistem dâhilinde düzenlenmesi, saklanması, işlenmesi, iletilmesi, gerekli olduğunda yeniden ulaşılması ve kullanılması bilgisayarlarla mümkün olmaktadır. Bilgisayarlarla çok kolay ve hızlı bir biçimde, büyük miktarlarda bilgiye ulaşma imkânı ortaya çıkmıştır. En basit işlemlerden, en karmaşık matematik problemlerine kadar birçok işlem yüksek hızlarda çözülebilmekte ve sonuçları yazılabilmekte veya çizilebilmektedir (Şahin, 2006: 67).

Hiç kuşku yok ki bilgi yönetiminin, teknolojik yönünü yansıtan ve bilgi ve iletişim teknolojilerinin temel birimi bilgisayarlardır. Örgütlerin içerisinde etkin bir bilgi yönetimi kurmanın ön koşullarından biri, bilgisayarların oluşturduğu bir şebekeyi bilgi çalışanlarına sunmaktır. Bu sayede örgütün bilgi varlıkları, bilgi çalışanlarınca eş zamanlı olarak aynı bilgi kaynaklarından yararlanabilecek ve amaçları yolunda kullanabilecektir (Kurt, 2004: 60).

3.2.2. İnternet

İnternet, dünya üzerindeki birçok bilgisayar ağının birbiriyle ortak bir protokol çerçevesinde iletişim kurmasını ve bilgi kaynaklarını paylaşmasına olanak tanıyan ağlardır. İnternet, bu bilgisayar sistemlerini TCP/IP protokolü ile birbirine bağlayan ve gittikçe büyüyen bir iletişim ağıdır. TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), bilgisayarlar ile veri iletme/alma birimleri arasında organizasyonu sağlayan, böylece bir yerden diğerine veri iletişimini mümkün kılan, pek çok veri iletişim protokolüne verilen genel isimdir. İnternet erişimi olan bir kullanıcı, eğer kendisine yetki verilmişse, internete bağlı diğer herhangi bir bilgisayardaki bilgilere ulaşabilir, onları kendi bilgisayarına aktarabilir, kendi bilgisayarından da internet erişimi olan başka bir bilgisayara dosya/bilgi gönderebilir (Yıldız, 2008: 219).

İnternet üzerinde yer alan web portalları sayesinde, örgütler hem iç hem de dış çevreye içerik sunmaktadır. Böylece işletme içerisinde çalışanlar web portalı üzerinden bilgilere ulaşabilmekte ve paylaşabilmektedir. Şifrelerle sınırlandırılmış alanlarda örgüt çalışanları açık bilgileri paylaşabilmekte, aynı zamanda örtülü bilgilerin paylaşıldığı formları da oluşturabilmektedirler. Böylece bilgi yönetimine yönelik faaliyetler desteklenerek örgüt performansına olumlu katkılar yapılabilmektedir (Cascio, 2000: 89).

Örgütün, dış çevresiyle iletişimini destekleyen ve örgütler arası bilgi akışını önemli miktarda arttıran internet teknolojisi, bilgi yönetimi uygulamalarına farklı bir boyut kazandırmıştır. İnternet teknolojilerinin sağladığı avantajlar arasında en önemlileri, iletişim ve bilgi transfer maliyetlerini azaltması, erişim kapasitesi ve hızını artırması ve daha zengin içerikli bilgi değişimine olanak tanınmasıdır. İnternetin yaygınlaşması ve küresel boyutta işlerlik kazanmasıyla; örgütlerin kendi aralarında ortak menfaatleri doğrultusunda stratejik işbirliğine gidebilecekleri bilgi ağları (e-bilgi ağı- e-knowledge network) oluşturulmuştur (Zaim, 2005: 130-131).

3.2.3. İtranet ve Extranet

Bilgi yönetiminde kullanılan diğer bir araçta, örgüt içerisindeki bilgisayarların oluşturduğu intranettir. Örgüt içerisinde çalışanlar, bölümler ve özellikle coğrafi bakımdan dağılık biçimde bulunan çeşitli birimler arasındaki iletişimi, bilgi akışını, bilgi alışverişini ve işbirliğini destekleyen en önemli sistemlerden birisi intranet teknolojisidir (Zaim, 2005: 129).

İtranet (Kurum İçi Ağ), işletme içi bir ağ yapısı olup örgüt çalışanları ve bölümlerini internet yazılımları aracılığıyla birbirine bağlayan özel bir bilgisayar iletişim ağıdır. İtranet, sadece belli bir örgüt içindeki bilgisayarları, yerel ağları ve geniş alan ağlarını birbirine bağlayan bir ağıdır. İtranet, web sitelerini diğer sitelerden farklı kılan bir koruma sistemi yardımıyla istenmeyen kişilerin siteye erişiminin engellenmesidir. İtranetin temel amacı, kuruluş bünyesinde ki bilgileri ve bilgi işlem kapasitesini paylaşmaktır (Yıldız, 2008: 25). İtranet, genellikle kullanıcılara farklı kaynaklardan bilgiler toplayarak bir portal aracılığıyla sunar. Bu portallar, işletme içinde belge ve bilgi aramaya olanak tanıyan bir arama motoru ve e-posta gibi araçları içerisinde barındırır (Laudon ve Laudon, 2006: 32).

İtranet, internet'in alt yapısına benzerliğinden dolayı "yavru internet" olarak da tanımlanabilmektedir. İtranet, örgüt personelinin birbiri ile hızlı bir biçimde haberleşmelerini sağlamakla birlikte, aynı zamanda fikir alışverişinde bulunmalarını veya bir ekip halinde çalışmalarını da sağlamaktadır. Bununla birlikte kullanıcıların ziyaret ettiği web sayfalarının kaydını tutarak, diğer personeline araştırabileceği bilgi bankalarını oluşturur. Kurum genelini ilgilendiren evrakları web ile erişilebilir hale getirerek, personelin gerek duyduğu bilgilere hızlı bir şekilde ulaşmasını sağlar (Haşiloğlu, 1999: 68-69).

İtranet, örgütlerde etkinlik, verimlilik ve maliyet avantajı gibi konularda önemli üstünlükler yaratmaktadır. Örgüt içi ve dışı güvenilir iletişim, bilgi çalışanları arasında etkin ve anlamlı bir işbirliği, çeşitli örgüt içi süreçlerde maliyet ve zaman tasarrufları gibi özelliklerinin yanı sıra bilgi kullanma, üretme ve paylaşma gibi konularda getirdiği yeniliklerle örgütlerin bilgiye dayalı olarak yapılanmasını hızlandırır (Kırcova, 1998: 400). İtranet üzerinde; muhasebe, insan kaynakları, üretim otomasyon yazılımlarını çalıştırmak mümkün olduğu gibi çeşitli veri tabanlarını tutmak ve belge dağıtımını gibi işleri gerçekleştirmek de mümkündür (tr.wikipedia.org).

Extranet ise özellikle bağımsız çalışmayan işletmelerin ve örgütlerin, kullanması gereken bir network teknolojisidir. Extranetler, firma intranetlerinin iş ortakları, müşteriler ve bayilerin ortak kullanımına sunulması manasında gelmektedir. Extranetler, örgütün iş ortakları ile elektronik bağlantılar kurarak yeni pazarlar açma, maliyetleri düşürme ve teknoloji karmaşıklığını giderme gibi konularda destek sağlamalarının yanında, kullanıcıların iş yapma biçimlerini kolaylaştırdığından verimliliğin artmasında da yardımcı olmaktadır. Örgüt çalışanları ve iş ortakları extranetleri kullanarak internet teknolojilerini iletişim, işbirliği ve ticari faaliyet amaçlarına yönelik olarak da kullanabilirler (Haşiloğlu,1999: 74-75).

3.2.4. Yazılımlar

Yazılımlar, elektronik aygıtların belirli bir işi yapmasına olanak sağlayan programların tamamına verilen isimdir. Diğer bir ifadeyle, var olan bir problemi çözmek amacıyla bilgisayar dili kullanılarak oluşturulmuş anlamlı anlatımlar bütünüdür (tr.wikipedia.org).

Yazılımlar, örgüt tarafından çeşitli amaçlara ulaşmak için kullanılmaktadır. Bilgisayarların ana işlemci olduğu sistemde, programlar özel konularda işletmenin ihtiyaç duyduğu bilgileri oluşturmak ve paylaşmak için kullanılır. Bir dizin altında saklanabilen bu programların birçoğu aynı bilgisayar üzerinde kullanılabilir. Örgütlerde çeşitli amaçlarla kullanılan programlar, hem herkesin veriye ulaşabileceği bir ağ şeklinde, hem de diğer verilerle etkileşime girebilme imkânı veren yapılar şeklindedir (Kurt, 2004: 61).

3.2.5. İçerik Yönetim Sistemleri (Content Management Systems)

İçerik yönetim sistemleri, kullanıcıların istedikleri enformasyona daha kolay ulaşabilmelerini temin etmek gayesiyle toplanan veri ve enformasyonu, örgütün ihtiyacına uygun olarak konularına ve içeriklerine göre tasnif eden bilgi depolarıdır (Zaim, 2005: 126). Özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte çoğu işletme klasik doküman yönetimi sistemlerini veya veri tabanlarını içerik yönetim sistemlerine çevirmektedir. Web tabanlı içerik yönetim sistemleri sağladıkları maliyet avantajı sebebiyle, bugün pek çok örgüt tarafından oldukça kullanışlı bir bilgi depolama sistemi olarak görülmektedir (McCoy, 2002: 34).

İçerik yönetim sistemi, örgütün elektronik bilgi platformunu kişiselleştirme yoluyla bilgi çalışanlarının örgütte paylaşımına sunulan bilgiden daha etkin faydalanmasını sağlamaktadır. Çalışanlar, kullandıkları yazılımları bilgiye daha kolay ulaşabilecekleri biçimde uyarlayarak içerik yönetimi sisteminden yararlanmaktadırlar (Kurt, 2004: 62).

3.2.6. Doküman Yönetim Sistemi (Document Management Systems)

Doküman yönetim sistemleri, örgütle ilgili önemli dokümanların saklandığı açık bilgi depolarıdır. Dolayısıyla, doküman yönetim sistemlerinin başlıca amacı söz konusu dokümanların oluşturulması, işlenmesi ve kullanılmasıyla ilgili tüm süreçlerin organizasyonu ve denetlenmesidir (Offsey, 1997: 120). Bu sistem, bir örgüt bünyesinde oluşturulan ve farklı kullanıcılar tarafından kullanılan değişik tür ve kategorideki dokümanların, hayat döngüleri boyunca sistematik olarak elektronik ortamda saklanması ve yönetilmesini sağlamaktır (Göral ve Uygur, 2003: 12).

Doküman yönetim sistemleri, örgüt bünyesinde çeşitli belgeler, dosyalar ve raporlar gibi dokümanların bilgisayar ortamında kontrolünü ve organizasyonunu destekleyen bir sistem olduğundan, kâğıt dolaşımını azaltarak maliyetleri düşürmek, dokümanların dolaşım hızını artırmak ve erişim imkânı sağlamak gibi birçok avantaj sebebiyle tercih edilmektedir (Zaim, 2005: 124).

3.2.7. Groupware (İletişim ve İşbirliği Sistemleri)

Groupware, bireylerin, çalışma gruplarının ve örgütlerin kendi içlerinde veya birbirleri ile veri, enformasyon ve bilgi alışverişi yapmak için kullandıkları bilgisayar tabanlı bir bilişim sistemidir. Groupware, farklı yerlerde veya aynı yerde farklı zamanlarda bulunan birey ya da grupların mesajlaşma ihtiyaçlarını karşılamak için de kullanılmaktadır (tr.wikipedia.org).

Groupware, örgüt içerisindeki çalışma gruplarının daha etkin çalışabilmesi için kullanılmaktadır. Bu araç sayesinde, grup çalışanları iletişim kurabilmekte, işbirliği ve eşgüdümü sağlayabilmekte, problem çözümleri için fikir alışverişinde bulunabilmektedir (Tyndale, 2002: 187). Groupware, grup çalışmalarını kolaylaştırmak için tasarlanmış bir teknolojidir. Bu teknoloji, iletişim kurmak, işbirliği yapmak, koordine etmek, problemleri çözmek, rekabet etmek veya pazarlık yapmak için kullanılabilir. Telefon gibi geleneksel teknolojiler telefonla gruplandırmaya uygun olmakla birlikte, terim, genellikle, e-posta, haber

grupları, görüntülü telefonlar veya sohbet gibi modern bilgisayar ağlarına dayanan belirli bir teknoloji sınıfını ifade etmek için kullanılır (<http://pps.teithe.gr/Groupware>).

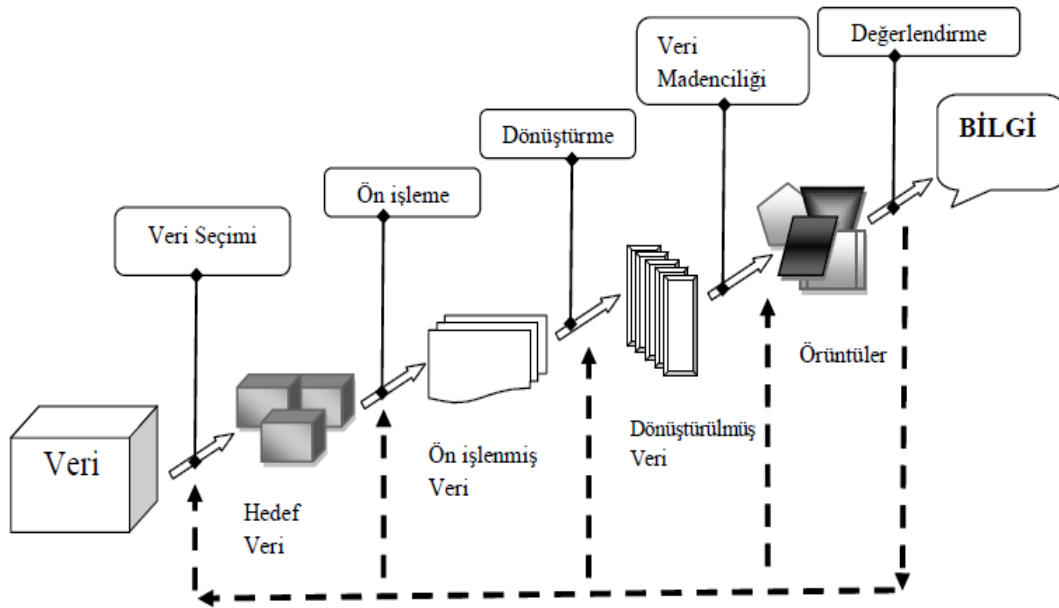
3.2.8. Veri Madenciliği

Bugün örgütlerin, en önemli değerlerinden birisi, sahip olduğu veri birikimidir. İletişim kanallarının sayısının her geçen gün çoğalmasıyla birlikte, örgütlere akan veri miktarı da oldukça büyük boyutlara ulaşmaktadır. 1970'lerin başlarında yalnızca, veri toplama düzeyinde olan bu çabalar, teknolojik gelişmelerin de desteği ile 1990'lı yıllarda, veri ambarlarına ve karar destek sistemlerine ulaşan bir gelişim süreci göstermiştir. Günümüzde ise, verilerin analizi anlamında, veri madenciliği uygulamaları ön plana çıkmış bulunmaktadır (Yıldırım, 2012: 57).

Veri madenciliği uygulamaları, son yıllarda örgütlerce yaygın olarak kullanılan bilgi yönetimi araçlarından biridir. Örgütün bilgi kaynaklarına dayalı olarak veri kümelerini seçme, bulma ve modelleme yapmaya dayanmaktadır (Tyndale, 2002: :186). Basit bir tanım ile veri madenciliği, büyük ölçekli veriler arasından, istenilen bilgiye ulaşma ve bu verilerden genellenmiş bilgiler elde etmektir. Başka bir ifade ile büyük veri yığınları içerisinde gelecekle ilgili tahminde bulunabilmemizi sağlayacak bağıntıların bilgisayar programları vasıtasıyla aranması ve ortaya çıkarılmasıdır (Akgöbek ve Kaya, 2011: 238). Veri madenciliği (Data Mining), geçmişte gerçekleşmiş durumların oluşumunu sağlayan veriler ile içinde bulunulan zamanın verileri üzerinden analiz yapıp, çıkarımlarda bulunmasını sağlayarak ilgililerin bilgilendirilmesidir (Şimşek vd., 2010: 8).

Veri madenciliği, büyük veri kümesi içinde saklı olan genel örüntülerin ve ilişkilerin bulunması için, makine öğrenimi, istatistik, veri tabanı yönetim sistemleri, veri ambarları, koşut programlama gibi farklı disiplinlerde kullanılan uygulamaları birleştiren bir yaklaşımdır. Bir veri kaynağında saklanan, çeşitli verilere dayanarak daha önce keşfedilmemiş verileri ortaya çıkarmak ve çıkarılan bu verileri yönetim ile ilgili kararların alınmasında kullanılmaya sürecidir (Yenisey, 2010: 14). Bu süreç bilgi yönetimi bağlamında aşağıda Şekil 1'de gösterilmiştir.

Şekil 1. Bilgi Keşfi Sürecinde Veri Madenciliği



Kaynak: Savaş vd., 2012: 8.

Veri madenciliğinin, kullanım alanlarını şöyle özetlemiştir (Yenisey, 2010: 149).

- Pazarlama alanında; müşteri segmentasyonu, pazarlama stratejileri, müşteri memnuniyeti, müşteri kazanımı, müşteri davranış analizi, çapraz satış analiz ve tahmini için kullanılabilir.
- Bankacılık alanında; dolandırıcılık tespitinde, kredi talep değerlendirmelerinde, risk analizinde ve farklı finansal göstergeler arasındaki gizli ilişkilerin tespitinde kullanılabilir.
- Sigortacılık alanında; sigorta talep edecek tüketicilerin tahmin edilmesinde, riskli tüketici tipinin belirlenmesinde ve sigorta dolandırıcılıklarının tespitinde kullanılabilir.

- Perakendecilik sektöründe; satış noktası veri analizinde, ürün çeşitliliğinde ve tedarik zinciri optimizasyonunda kullanılabilir.
- Finansal alanda; genel piyasa analizlerinde, hisse senedi fiyat tahminlerinde ve alım satım stratejileri optimizasyonunda kullanılabilir.
- Endüstri alanında; kalite kontrol analizinde, lojistik ve üretim optimizasyonu süreçlerinde kullanılabilir.

21'nci yüzyılın en çekici işine sahip olan "veri bilimciler" bu işin uzmanlarıdır. Veri bilimciler, önemli örgüt sorularının cevabını günümüzün yapılanmamış enformasyon tsunamisinden nasıl çekip çıkarılacağını iyi bilen kişilerdir (Davenport ve Patil, 2012: 73).

Son yıllarda yerel ve ulusal yönetimler, hükümetler veri tabanlarını açarak şeffaflığı ve etkinliği artırma eğilimine girmişlerdir. Böylece veri madenciliği çalışmalarına sorumlu ve bilinçli vatandaşların da katılımını sağlayarak işbirlikçi ve düşünsel olarak yaratıcı çözümler geliştirmelerini teşvik etmektedirler (Hoffmann, 2012: 19).

3.2.9. Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM- Customer Relationship Management)

Pazarlama faaliyetlerinde son yıllarda yaşanan en önemli gelişmelerden birisi, tek bir satışı önemseyen örgütlere odaklanmadan, müşteri ilişkilerine odaklanmaya dönüşüm şeklinde ortaya çıkmıştır. Geleneksel olarak ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma çalışmalarına kaldıraç görevi verip, işlemleri maksimize etmek yerine, müşteriyi gerçek birer değer olarak kabullenme önem kazanmaktadır (Odabaşı, 2006: 19). Öte yandan günümüz ekonomisinde, müşterileri cezp etmeye ve onları elde tutmaya yönelik stratejiler geliştirme noktasında örgütlerin üzerinde durduğu unsur değişime uğramıştır. Uzun dönemli müşteri ilişkileri geliştirme, hızlı değişimin yaşandığı bir ortamda, rakiplerden farklılaşmanın en iyi yollarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Pazarlama programının geliştirilmesi ve uygulanmasını içeren tüm faaliyetlerin temel amacına bakıldığında, bu amaçların uzun vadeli müşteri ilişkilerini geliştirmek ve sürdürmek olduğu görülmektedir (Bakırtaş, 2013: 37).

Mal ve hizmetlerin kalitesinin ve çeşitliliğinin artması, rekabetin güçlenmesiyle aynı türden mal ve hizmetlerin ucuzlaması, müşteri elde etmeyi ve bağlılığını sağlamayı zorunlu hale getirmiştir. Artık müşteriyi elde etmenin yolları; müşteriyi anlamak, onun ihtiyaçları doğrultusunda doğru ürün veya hizmeti, doğru zamanda sunmak, gerekiyorsa ürünü müşteri ihtiyaçlarına göre özelleştirmekten geçer hale gelmiştir. Yaşanan tüm bu değişimler sonucu olarak coğrafi sınırların kalktığı, dünyanın diğer ucundan ürün veya hizmet alma seçeneğinin bulunduğu günümüzde, işletmeler müşteriyi elde tutmak için çeşitli stratejilerden faydalanmaktadır. Bunlardan birisi de müşteriyi merkeze alan ve örgüt kültürüyle bütünleşerek rekabet avantajı sağlayan müşteri ilişkileri yönetimidir (Yavuz ve Leloğlu, 2011: 12).

Müşteri ilişkileri yönetimi kavramı, bilgi çağı pazarlama anlayışının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Sektör fark etmeksizin işletmeler için, rekabet edebilme gücü, her zaman farklı olmayı gerekli kılmıştır. Günümüzde, teknolojik yeniliklerle elde edilen farklılaşmalar uzun süreli olmadığından, müşterilerinize benzersiz bir satış önerisiyle ulaşabilmek, uzun vadede mümkün olmayacaktır. O sebeple, farklılaşmanın en önemli yöntemlerinden birisi olarak müşteri ilişkileri gösterilmektedir. Müşterilerin devam eden ilişkisi, müşteri sadakati ve artarak devam eden satın alma davranışları, güçlü rekabet koşullarında işletmeleri koruyacak değerlerdir. MİY, müşterilerle sürekli devam etmesi istenilen bu ilişkileri, operasyonel ve analitik olarak ele almaktadır (www.ito.org.tr/Dokuman/eTicaret/04.02.03.02.57.pdf).

Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterilerle kişiselleşmiş ilişkilere olanak sunan, müşteri tatmininin geliştirilmesi ve kârlarının maksimize edilmesi, en kârlı müşterilerin tanımlanması ve onlara en yüksek seviyede hizmetin sağlanmasını amaç edinen bir yönetim stratejisidir (Eichorn, 2004: 5). Müşteri ilişkileri yönetimi, bir işletmenin doğru ürünü veya hizmeti doğru müşteriye, doğru zamanda, doğru kanaldan, doğru fiyattan ulaştırmak suretiyle giderek artan düzeyde sadık ve kârlı müşterileri belirleme, nitelendirme, kazanma, geliştirme ve elde tutma yolunda gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerdir. Müşteri ilişkileri yönetimi, işletme süreçlerinin otomasyonu, teknolojik çözümler ve bilgi kaynakları yoluyla satış, pazarlama, hizmet, girişim, kaynak planlaması ve arz zinciri yönetimi fonksiyonlarını, her bir müşteri ilişkisini en üst düzeye çıkarmak için bütünleştirir (Uysal ve Akyol, 2004: 131).

Müşteri ilişkileri yönetiminin ortaya çıkış sebeplerini;

- Kitlese pazarlamanın giderek daha pahalı bir müşteri kazanma yolu olması,

- Pazar payından ziyade, müşteri payının önemli hale gelmesi,
- Müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati kavramlarının önem kazanması,
- Mevcut müşterilerin değerinin anlaşılması ve bu müşterileri elde tutma çabalarına gerek duyulması,
- Kişiyeye özgü pazarlamanın önem kazanmasıyla birlikte, her müşterinin özel ihtiyaçlarına göre davranma stratejilerinin gerekliliği,
- Yaşanan yoğun rekabet ortamı,
- İletişim teknolojileri ve veri tabanı yönetim sistemlerinde yaşanan gelişmeler,

şeklinde sıralayabiliriz (www.ito.org.tr).

Sonuç olarak, günümüzde yaşanan yoğun rekabet ortamında müşterilerin değerlendirebileceği farklı alternatifler vardır. Eğer müşterilerin işletme ile güçlü ilişkileri yoksa işletmeyi değiştirme konusunda hiç tereddüt yaşamayacaklardır. Müşterilerin işletme ile iş yapması için işletmelerin o işi onların istediği gibi sunması gerekmektedir. Bu da müşterilere önem vererek, onları daha yakından tanıyarak, onlarla ilgili edinilen bilgileri doğru değerlendirerek, doğru stratejiler kurarak, müşterilerin elde ettikleri faydayı arttırarak ve tüm müşterileri işletmenin bir parçası halinde göreyerek sağlayabilmeleri mümkündür (Yıldırım, 2012: 13).

3.2.10. Elektronik Yayın Sistemi (Electronic Publishing Systems)

Bilgi yönetimi, örgütleri sonu gelmez bir döngüyle karşı karşıya bırakmıştır. Örtülü bilgiyi belirleyip ve bu bilgiyi açığa çıkararak formüle etmek, yine bu bilgiyi örgüt çalışanlarına iletmek çok önemli bir iş haline gelmiştir. İşte bu döngünün üzerinde aktığı yol iletişimdir. İletişim kurulmazsa bu döngü gerçekleşmeyecektir. Bu nedenle bilgi çok önemli olduğu kadar onun örgüt içerisinde yayılması da bir o kadar önemlidir (Tahirov, 2009: 130). Günümüzde bilgi temelli örgütlerde, bilgiler elektronik ortamlarda saklandığından bu bilgilerin örgüt içinde yayılması yine elektronik ortamlarda gerçekleşmektedir (Tyndale, 2002: 187).

Elektronik yayın sistemi, bilgi ve belgelerin elektronik ortamlar ve/veya ağlar aracılığıyla dağıtımını, arşivlenmesi ve bu belgelere erişilmesi olarak tanımlanmaktadır (Tonta, 2000: 89). Örgüt içerisinde, özellikle gündeme taşınması istenen bilgiler elektronik olarak hazırlanmış yayınlar halinde bilgi çalışanlarına gönderilmektedir. Böylelikle örgüt içerisinde yayılarak bilgi çalışanlarınca değerlendirilmesi beklenen bilgiler, gerekli çalışanlara ulaştırılmaktadır (Kurt, 2004: 63). Elektronik toplantı sistemleri, video konferans sistemleri, elektronik ilan panoları, e-posta gibi sistemler en önemli elektronik yayın sistemleridir.

3.3. Bilgi Teknolojisi Araçlarının Örgütsel Açıdan Önemi

Bilgi teknolojileri, örgütlerin rekabet ettiği endüstride önemli değişikliklere kaynak teşkil etmiştir. Bilgi teknolojileri vasıtasıyla rekabet üstünlüğü sağlamak isteyen yöneticilerin bu teknolojinin getirdiği değişimlerin ne olduğunu bilmeleri ve kavramaları gerekir. Bilgi teknolojilerinin endüstriyel alandaki etkileri mal ve hizmetler de görülür. Genelde ürünlerin fiziki ve bilgi olmak üzere iki ayrı yönü bulunmaktadır. Bilgi yönü, bir ürünün özelliklerini, kullanım şeklini ve destek şartlarını açıklar, fiziksel yönü ise malın somut, şekilsel formudur. Önceleri bir ürün fiziksel açıdan önemli görülürken, günümüzde ise bilgi teknolojilerinin kullanımıyla birlikte bilgi yönü daha ağır basar hale gelmiştir. Ürünlerin büyük bir kısmı işlevlerini yerine getirirken bilgiyi kullanmakta ve ürünlerin verimlilikleri bilgi teknolojilerinin kullanılmasıyla sağlanmaktadır. Bilgi teknolojilerinin etkilerinin hissedildiği bir alanda pazarlardır. Bilgi teknolojilerinde ve ürün yapılarındaki yaşanan gelişmeler pazarlarında buna paralel olarak değişmesini sağlamıştır (Yeniçeri ve İnce, 2005: 151).

Bu doğrultuda bilgi teknolojisinde yaşanan gelişmeler sonucunda ortaya çıkan bilgi ağları, pek çok pazar ve endüstrinin doğmasına kaynak teşkil etmiş, elektronik ticaret olgusunun gelişmesine imkân tanımıştır. Bilgi teknolojileri sayesinde, firmalar mal ve hizmetlerini değişik yerlerde ve çok uzak bölgelerde tanıtmaya ve pazarlama fırsatına kavuşmuşlardır. Satıcı ve alıcıların elektronik ortamda kolayca buldukları bu elektronik pazarları en etkili şekilde kullanabilen firmalar da rekabette üstünlük sağlamıştır (Şen, 2010: 290).

Bilgi teknolojileri pazarlamayla birlikte üretim süreciyle de ilgilenmektedir. Bilgi teknolojileriyle ekonomi arasındaki ilişki, bilgi teknolojilerinin üretim uygulamaları üzerindeki etkilerinden ileri gelmektedir. Bilgi

teknolojilerinden faydalanarak, üretim maliyetleri düşmüş, esneklik ve standardizasyon geçerli kılınmış, küçük üretim miktarlarından ölçek ekonomilerinin üstünlüklerini yaratma imkânı ortaya çıkmıştır (Yeniçeri ve İnce, 2005: 152).

Yaşanan tüm bu gelişmeler şunu ortaya koymaktadır ki; bilgi teknolojilerinden etkin bir şekilde faydalanma, toplumsal, kurumsal ve bireysel fırsatları ortaya çıkarabilmektedir. Bu fırsatları sıralayacak olursak;

- Bireyin sürekli eğitilmesi ve talep edilen işgücü konumuna gelmesi,
- Kurumsal işlevlerinin otomasyonu ve sosyal canlılığın sağlanması,
- Yerel ölçekteki pazarlarla yetinmeyip, küresel fırsatları takip eden bireylerden meydana gelmiş yenilikçi bir toplumsal yapıya ulaşılması olarak belirtebiliriz (Öğüt, 2003: 166).

4. SONUÇ

Bilgi yönetiminin asıl kullanım alanı, sorunları çözmesi ve kurumun hedeflerine ve amaçlarına ulaşmasını sağlamasıdır. Bilgiden değer yaratmak için onu örgütün belirli bir yönünde kullanmak gerekir. Örneğin, bilgi işletmelerde ürün geliştirme, süreçlerin zenginleştirilmesi, pazarlama ve müşteri etkileşiminin aktif hale getirilmesi biçiminde kullanılabilir. Daha fazla ve daha kaliteli ürün üreterek satmak, daha iyi bir müşteri destek hattı kurmak, daha çok müşteriyi kazanmak veya eldekileri korumak gibi bilgi yönetimi uygulamasının çok sayıda amacı bulunmaktadır.

Sahip oldukları bilgi birikimini, kurumsal verimliliğe dönüştürmek isteyen işletmelerin, bilgi yönetimi anlayışını benimsemesi zorunludur. Bu nedenle yeniden yapılanma sürecine giren işletmelerde öncelikle bilgi yönetimi, kurum yöneticileri tarafından kabul edilmeli ve bütün çalışanların bilgi yönetiminin öngördüğü esaslara göre hareket etmesi sağlanmalıdır.

İşletmelerde bilgi yönetimi sürecinin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi, bilgi teknolojisi araçlarının etkin kullanımıyla mümkündür. Kullanımın etkinliği konusunda gösterge oluşturabilecek öncelikli faktörler de, kullanılan araçların çeşitliliği ve önem dereceleridir.

Bilgi teknolojilerinin, yenilikçi organizasyonlar tarafından, iş yapma süreçlerini yeniden yapılandırmayı mümkün kılmak ve bazı durumlarda faaliyetlerini yönetirken radikal bir şekilde kullandıkları yolu değiştirmek için yararlanıldığı görülmektedir (Varian vd., 2004: 1). Günümüzde bilgi teknolojileri, örgütsel açıdan başarı veya başarısızlığı ortaya koyan bir güç haline gelmiştir.

KAYNAKÇA

- Akgöbek, Ö. ve Kaya, S. (2011). “Veri Madenciliği Teknikleri İle Veri Kümelerinden Bilgi Keşfi: Medikal Veri Madenciliği Uygulaması”, e-Journal of New World Sciences Academy, 6(1), ss. 237-245.
- Bakırtaş, H. (2013). Müşteri İlişkileri Yönetimi Kavramlar, Modeller ve Stratejiler, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Bensghir, K. T. (1996). Bilgi Teknolojileri Ve Örgütsel Değişim, Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme Enstitüsü Yayınları.
- Cascio, W.F. (2000). “Managing a Virtual Workplace”, Academy of Management Executive, 14(3), ss. 81-90.
- Dağ, F., Altınışık, U., Solak, S. ve Yıldız, U. (2011). Bilgi Teknolojileri, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Davenport. T.H. ve Patil, D.J. (2012). “Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century”, Harvard Business Review, October, ss. 70-76.
- Demirel, Y. ve Seçkin, Z. (2008). “Bilgi Yönetimi Uygulamalarında Etkili Olan Faktörler Üzerine Mobilyacılık Sektöründe Bir Araştırma”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 4(8), ss.107-122.
- Efiloğlu, Ö. (2006). “Bilgi Yönetimi Sürecinde İletişimin Rolü ve Bilgi Yönetimi Uygulamalarına İlişkin Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Eichorn, F. L. (2004). “Internal Customer Relationship Management (Int CRM) A Framework for Achieving Customer Relationship Management from the Inside Out”, Problems and Perspectives in Management (1), ss. 154-177.

- Gökçe, Ş. (2006). “Bilgi Çağının İş Organizasyonlarında Stratejik Bilgi Yönetimi: Teori ve Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Göral, R. ve Uygur, A. (2003). “Ofis Otomasyon Teknolojilerinin Evrimi ve Yeni İş Dünyası Üzerindeki Etkileri”, Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi, (2), ss. 169-179.
- Gupta, B., Lakshmi, S.I. ve Aronson, J.E. (2000). “Knowledge Management: Practise and Challenges”, Industrial Management and Data Systems, 100(1), ss. 17-21.
- Haşiloğlu, S.B. (1999). Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri, İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Hoffmann, L. (2012). “Data Mining Meets City Hall”, Communication of the ACM, 55 (6), ss.19-21.
- Ifrah, G. (2002). Bilgisayar Ne sayar? Rakamların Evrensel Tarihi, Ankara: Tübitak Yayınları.
- Kırcova, İ. (1998). “Bilgi Çağı İşletmelerinde Yeni Bir Yönetim Aracı: Intranet”, 6. Ulusal İşletmecilik Konferansı Notları, Antalya.
- Kurt, M. (2004). “İşletmelerde Bilgi Yönetimi Uygulamaları ve Rekabet Avantajına Katkıları”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Laudon, K. ve Laudon, J. (2006). Management Information Systems, USA: Prentice Hall International, Inc.
- McCoy, D.A. (2002). “Content Evolation”, Bank Systems and Tecnology, 30(1).
- Odabaşı, Y. (2006). Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Offsey, S. (1997). “Knowledge Manegement: Linking People to Knowledge for Bottom Line Results”, Journal of Knowledge Management, 1(2), ss. 113-122.
- Oğrak, A. (2010). “Bilgi Teknolojilerinin KOBİ’lerin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri: İnegöl Mobilya İşletmelerinde Bir Uygulama”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Öğüt, A. (2003). Bilgi Çağında Yönetim, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Özdemir, A. (2006). “Bilgi Yönetimi ve Kurumsal Yaklaşım: Çorlu İlçesi Kamu ve Özel Arşivleri İle Bilgi Merkezleri Üzerine Bir Çalışma”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Özdemirci, F. ve Aydın, C. (2007), “Kurumsal Bilgi Kaynakları ve Bilgi Yönetimi”, Türk Kütüphaneciliği 21(2), ss. 164-185.
- Salleh Y. (2002). “Wee-Keat Goh , Managing Human Resources Toward Achieving Knowledge Management”, Journal of Knowledge Managment, 6(5), ss. 457-468.
- Savaş, S., Topaloğlu, N. ve Yılmaz, M. (2012). “Veri Madenciliği ve Türkiye’de Uygulama Örnekleri”, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Bilimleri Dergisi, 11(21), ss. 1-23.
- Selvi, Ö. (2012). “Bilgi Toplumu, Bilgi Yönetimi ve Halkla İlişkiler”, Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(3), ss. 191-214.
- Şahin, A. (2006). “Yönetim Bilgi Sistemleri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Şen, T. (2010). “Türkiye’de Kamu Kuruluşlarında Bilgi ve Belge Yönetimi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Şimşek, M.Ş., İraz, R. ve Kalay, F. (2010). “Yönetim Bilişim Sistemi ve Bilişim Teknolojileri İle İlgili Kavramlar”, (Ed. Adnan Çelik ve Tahir Akgemci), Yönetim Bilişim Sistemleri, (ss. 1-13), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tahirov, A. (2008). “Türkiye ve Azerbaycan’daki Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Bilgi Yönetimi”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Tahirov, A. (2009). “Bilgisayar Destekli Bilgi Sistemleri”, Journal of Qafqaz Universty, (27), ss. 123-133.
- Tonta, Y. (2000). “Elektronik Yayıncılıkta Son Gelişmeler”, Bilgi Dünyası, 1(1), ss.89-132.
- Turunç, Ö. (2006). “Bilgi Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Örgütsel Performansına Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

- Tyndale, P. (2002). "A Taxonomy of Knowledge Management Software Tools: Origins and Applications", *Evaluation and Program Planning*, 25, ss: 183-190.
- Uysal, F. ve Aksoy, Ş. (2004). "Müşteri İlişkileri Yönetimindeki Temel Boyutlar ve Tıbbi Malzeme Lojistiği Üzerine Bir Uygulama", *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (7), 129-144.
- Varian, R.H., Farrel, J. ve Shapiro, C. (2004). "The Economics Of Information Tecnology An Introduction", Cambridge University Pres.
- Wigg K. (1997). "Knowledge Management: An Introduction And Perspective", *Journal Of Knowledge Management*, 1(1), ss.6-14.
- Yahyagil, M. (2001). "KOBİ'lerde Bilgisayar Teknolojileri Uygulamaları", İstanbul: İTO Yayınları.
- Yavuz, U. ve Leloğlu, H. (2011). "Müşteri İlişkileri Yönetimi'nde Çağrı Merkezlerinin Yeri: Çağrı Merkezi Örneği", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (1), ss.11-24.
- Yeniçeri, Ö. ve İnce, M. (2005). "Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik", İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Yenisey, M.M. (2010). "Kurumsal Zeka- Veri Madenciliği", (Ed. M. Dinçmen), *Bilgi Yönetimi ve Uygulamaları*, (ss. 137-158), İstanbul: Papatya Yayınları.
- Yıldırım, E. (2012). "Müşteri İlişkileri Yönetiminde Bilgi Yönetimi Ve Teknoloji Desteği İle Crm Analizi", *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Yıldız, M.S. (2008). "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Bilgi Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi ve Bilgi Teknolojilerinin Firmalar Üzerindeki Etkileri", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(25), ss. 212-239.
- Zaim, H. (2005). "Bilginin Artan Önemi ve Bilgi Yönetimi", İstanbul: İşaret Yayınları.
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0ntranet>, (Erişim 15.12.2016).
- <http://www.ito.org.tr/Dokuman/eTicaret/04.02.03.02.57.pdf> (Erişim 17.12.2016).
- <http://pps.teithe.gr/Groupware>, (Erişim 16.12.2016).