

## مورد کاوی مربوط به شرکت Accenture

یحیی میرزایی



Accenture یک شرکت مشاوره مدیریت، خدمات تکنولوژیک، و برون سپاری جهانی است. دفتر مرکزی شرکت در برمدا ایالات متحده آمریکا است. گفته می شود که بزرگترین شرکت مشاوره ای جهان است. Accenture یکی از شرکت های ۵۰۰ فورچون با ۱۸۶۰۰۰ نفر کارمند در ۴۹ کشور جهان می باشد. برای سال مالی منتهی به ۳۱ آگوست ۲۰۰۸ شرکت درآمد خالصی در حدود ۲۳.۳۹ میلیارد دلار آمریکا به دست آورده است. مشتریان Accenture شامل ۹۴ شرکت از شرکت های ۱۰۰ فورچون و حدود دو سوم شرکت های ۵۰۰ فورچون می باشند. سهام شرکت در بورس نیویورک مورد خرید و فروش قرار می گیرد.

Accenture به عنوان یک بخش مشاوره ای از شرکت Arthur Andersen به وجود آمد. آرتور اندرسن و کلارنس دیلنی در سال ۱۹۱۳ شرکت اندرسون و دیلنی را به وجود آوردند که در زمینه حسابداری، مالیات و خدمات مالی فعالیت می کرد و بعدها به اندرسون تغییر نام پیدا کرد.

منشا اولیه شرکت Accenture به سال ۱۹۵۳ و مربوط به یک مطالعه امکان سنجی برای شرکت جنرال الکتریک باز می گردد. جنرال الکتریک (GE) از آرتور اندرسون خواست تا در مورد امکان انجام یک فرایند موازی با فرایند تولید GE مطالعه ای را انجام دهد. مدیر پروژه شرکت در این کار شخصی به نام Glickauf بود او مسئولیت کامل پیاده سازی این فرایند را بر عهده داشت و برای انجام این کار برای اولین بار از کامپیوتر برای امر مشاوره استفاده کرد و به عنوان پدر مشاوره کامپیوتری شناخته می شود او ۱۲ سال مسئول بخش خدمات مدیریتی شرکت بود.

در سال ۱۹۸۹ بخشی از شرکت تحت عنوان Andersen Consulting از شرکت اندرسون جدا شد که در زمینه امور مشاوره فعالیت می کرد.

تا سال ۲۰۰۰ شرکت مشاوره ای اندرسون درآمدی بالغ بر ۹.۵ میلیارد دلار و بیش از ۷۵۰۰۰ کارمند در ۴۷ کشور دنیا به دست آورد. در حالی که شرکت اندرسون در همین تاریخ درآمدی در حدود ۹.۳ میلیارد دلار و حدود ۸۵۰۰۰ کارمند در سرار دنیا داشت.

از سال ۱۹۹۰ تنش هایی بین شرکت اندرسون و شرکت مشاوره ای به وجود آمد. زیرا شرکت مشاوره ای مجبور بود که سالانه ۱۵ درصد سود خود را به اندرسون پرداخت کند ولی از طرف دیگر در همین زمان شرکت اندرسون از طریق ایجاد خط خدمات مشاوره ای کسب و کار که مشاوره کسب و کار اندرسون نامیده می شد شروع به رقابت با شرکت مشاوره ای (Andersen Consulting) کرد. در سال ۱۹۹۸ این اختلافات به سطح مدیریت ارشد کشیده شد و شرکت مشاوره ای (AC) شرکت ارتور اندرسون (AA) را به نقض قرارداد که تحت عنوان AWSC بین آنها منعقد شده بود متهم کرد تا اینکه در آگوست ۲۰۰۰، AC تمام موارد قرارداد بین خود و AA را بی اعتبار اعلام کرد و در نتیجه داوری و حکمیت بین آنها AC بعد از امضای یک قرارداد دو طرفه با پرداخت ۱.۲ میلیارد دلار مستقل شد و نام خود را از Andersen Consulting به Accenture تغییر داد.

شاید پرسیده شود که برنده این ماجرا که بود، چهار ساعت بعد از امضای این موافقت نامه ناگهان جیم وادیا مدیر ارشد اداری AA استعفا داد و متخصصان این حادثه را به عنوان پیروزی کامل AC دانستند. او بعد ها دلایل خود برای استعفا را در مقام استاد دانشکده بازرگانی هاروارد اینگونه بیان کرد که هیئت مدیره AA به او گفتند که اگر نتواند یک رشد ۴ میلیاردی برای کار مشاوره به دست بیاورد مجبور به استعفا خواهد بود.

در اول ژانویه ۲۰۰۱، AC نام خود را به Accenture تغییر داد. اصطلاح Accenture از «Accent to the future» نشئت می گرفت که برای اولین بار توسط یکی از کارمندان دانمارکی شرکت در دفتر اسلو نروژ به نام کیم پیترسون ارائه شد.

استراتژی کار با عملکرد بالا برای شرکت باعث ایجاد تخصص در مشاوره، فناوری و برون سپاری شده است به گونه ای که به مشتریان کمک می کند تا بهترین سطح عملکرد را برای خریداران و سهامداران خود داشته باشند. به طور کلی Accenture در سرتاسر تاریخچه خود به دنبال پیاده سازی و توسعه تلاش ها و سرمایه گذاری های خود بر رویه های مدیریتی و تکنولوژیکی برای منفعت رساندن به مشتریان بوده است. شرکت در کار ادغام سیستم ها و کسب و کارها پیشتاز بوده است و این امر منجر به به کارگیری سیستم های ERP، CRM، و خدمات الکترونیک بوده است. و خودش را به عنوان یک رهبر در بازار جهانی معرفی کرده است.

## اداره شرکت

اداره و تدبیر قوی و موثر امور شرکت یک مساله حیاتی برای ایجاد ارزش برای ذینفعان در Accenture می باشد. این بخش وظایف، تشکیلات، و عملکرد هیئت مدیره شامل تمامی فعالیت ها و تعهداتشان را مورد توجه قرار می دهد.

## ارزش های اصلی شرکت

۱. نظارت:

ساخت و ایجاد یک بخش ارزشمند برای نسل آینده، عمل با اندیشه موجود در شرکت، توسعه و توانمندسازی افراد در هر جایی که شرکت قرار دارد و انجام تعهدات برای همه ذینفعان داخلی و خارجی.

۲. دارا بودن بهترین افراد:

جذب و توسعه بهترین استعدادها برای کسب و کارم خود، توانمندسازی افراد و توسعه این نگرش که شرکت می تواند.

۳. ایجاد ارزش برای مشتریان:

افزایش عملکرد کسب و کار برای مشتریان، ایجاد روابط بلند مدت، ایجاد روابط برد-برد و تمرکز بر روی انجام کارها به صورت بسیار عالی.

۴. ایجاد شبکه جهانی:

تحریک قدرت تیمی برای تحویل خدمات استثنایی مستمر به مشتریان در هر گوشه ای از دنیا.

۵. احترام قائل شدن برای افراد:

ارزش قائل شدن برای تنوع، اطمینان از وجود محیطی جذاب و منحصر به فرد و رفتار با افراد آنگونه که شرکت و مدیران دوست دارند با آنها رفتار شود.

۶. صداقت:

الهام اعتماد از طریق مسئولیت پذیری، رفتار اخلاقی و صداقت و بحث آزاد.

<http://www.accenture.com>