





دانشگاه پیام نور

بخش علمی: مدیریت ، اقتصاد و حسابداری

مرکز: کرج

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته: مدیریت اجرایی (استراتژیک)

عنوان پایان نامه: بررسی رابطه فن آوری اطلاعات و رضایت مشتریان

دفتر رسیدگی به اسناد پزشکی سازمان تامین اجتماعی

(مطالعه موردی: شهرستان کرج)

اسماعیل برزگر گیگاسری

استاد راهنما: جناب آقای دکتر مجتبی رجب بیگی

استاد مشاور: جناب آقای دکتر شهرام هاشم نیا

تیر ۱۳۹۳



بسمه تعالی

تصویب نامه

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی

تحت عنوان: " بررسی رابطه فن آوری اطلاعات و رضایت مشتریان دفتر رسیدگی به اسناد پزشکی سازمان تامین اجتماعی (مطالعه موردی: شهرستان کرج)"

نام و نام خانوادگی: آقای اسماعیل بزرگر گیگاسری
شماره دانشجویی: ۹۰۰۰۱۲۶۵۴

تاریخ دفاع: ۹۳/۰۶/۱۶ روز: یکشنبه ساعت: ۱۴ - ۱۶
نمره به عدد: ۱۹ به حروف: نوزده به درجه ارزشیابی: ۱۰

اعضای هیات داوران:

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه/ موسسه	امضاء
۱	دکتر مجتبی رجب بیگی	استاد راهنما	دانشیار	آموزش عالی علمی کاربردی	
۲	دکتر شهرام هاشم نیا	استاد مشاور	استادیار	پیام نور	
۳	دکتر کامبیز انصاری	استاد داور	استادیار	پیام نور	
۴	دکتر شهرام هاشم نیا	نماینده تحصیلات تکمیلی	استادیار	پیام نور	

شماره:
تاریخ:
پیوست:

کرج، رجایی شهر، بلوار مودن
خیابان دانشگاه
کد پستی: ۳۱۴۹۹۶۸۱۴۳
تلفن: ۰۲۶-۳۴۲۰۹۵۰۱-۵۵
دورنگار ۰۲۶-۳۴۲۰۹۵۲۵



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مرکز کرج

اسماعیل بزرگر گیگاسری

اینجانب اسماعیل برزگر گیگاسری دانشجوی ورودی سال ۱۳۹۰ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی (استراتژیک) گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام، با نقل قول مستقیم یا غیرمستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد بر عهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود. دانشجو تایید می‌نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می‌باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی دانشجو: اسماعیل برزگر گیگاسری

تاریخ و امضاء

اینجانب اسماعیل برزگر گیگاسری دانشجوی ورودی سال ۱۳۹۰ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی (استراتژیک) گواهی می‌نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب و... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، بانظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب و... به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنما مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو: اسماعیل برزگر گیگاسری

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

تیر ۱۳۹۳

تقدیم به :

پیش کش به همسر که در این سالها با دشواری های زندگی و تحمل سختی ها، فضایی را برایم پدید آورد که بتوانم با خیال آسوده به تحصیل پردازم.

و تقدیم به همه دوستان و آشنایان که با شادی ام ، شاد و با نگرانی ام نگران شده اند که همچنان دوستدارشان خواهم ماند.

تقدیر و تشکر

لم یشکر المخلوق ، لم یشکر الخالق

حمد و سپاس بیکران خداوند سبحان را که توفیق انجام این پژوهش را به این بنده عطا فرمود و این مهم میسر نبود جز با راهنمایی استاد گرانقدر و ارجمند جناب آقای دکتر مجتبی رجب بیگی که در کلیه مراحل تدوین پایان نامه زحمات زیادی را متقبل شده اند و بجای اندیشه ها، اندیشیدن را به من آموختند. از ایشان کمال تشکر و امتنان را دارم.

از استاد گرامی جناب آقای دکتر شهرام هاشم نیا که با نهایت بزرگواری و با نظرات ارزنده مرا در انجام مشاوره ای این پژوهش یاری نمودند، تشکر و قدردانی می نمایم.

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه فناوری اطلاعات و رضایت مشتریان دفترسیدگی به اسناد پزشکی سازمان تامین اجتماعی (مطالعه موردی: شهرستان کرج) صورت گرفته است. روش پژوهش توصیفی از نوع پیمایشی (زمینه یابی) بود. جامعه آماری شامل کلیه مشتریان مرد و زن مراجعه کننده به دفتر اسناد پزشکی سازمان تامین اجتماعی شهر کرج در سال ۹۲-۹۳ بودند. روش نمونه گیری تصادفی ساده و با توجه به جدول مورگان تعداد ۳۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه رضایت مشتریان و پرسشنامه فناوری اطلاعات بوده است. به منظور تحلیل داده ها از همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیری استفاده است. یافته ها نشان داد که مقدار R^2 به دست آمده (۰/۴۸۰) می باشد بدین معنی که ۴۸ درصد از واریانس متغیر رضایت مشتریان توسط خرده مقیاس های فناوری اطلاعات تبیین می شود. به عبارت دیگر، ۴۸ درصد از پراکندگی مشاهده شده در متغیر رضایت مشتریان توسط این متغیرها توجیه می شود. همچنین تحلیل همبستگی نشان داد که با اطمینان ۹۵ درصد می توان گفت بین مولفه های فناوری اطلاعات (وجود سیستم پشتیبانی مدیران ارشد، وجود سیستم اطلاعات مدیران، وجود سیستم خودکارفعالیت اداری، استفاده از اینترنت و وجود اینترنت داخلی سازمان) با رضایت مشتریان دفترسیدگی به اسنادپزشکی سازمان تامین اجتماعی شهرستان کرج رابطه مثبت معنادار وجود دارد. اما بین مولفه های (وجود سیستم مخصوص متخصصین، سیستم پردازش مبادلات و اکسترانت سازمان) با رضایت مشتریان دفترسیدگی به اسنادپزشکی سازمان تامین اجتماعی شهرستان کرج رابطه معنادار وجود ندارد.

کلیدواژه: فناوری اطلاعات، اسناد پزشکی، رضایت مشتریان

فهرست مطالب

فصل اول

۱	کلیات تحقیق.....
۲	مقدمه.....
۳	بیان مسئله.....
۵	اهمیت و ضرورت تحقیق.....
۷	اهداف پژوهش.....
۸	فرضیه های پژوهش.....
۹	متغیر های پژوهش.....
۹	قلمرو تحقیق.....
۱۰	تعاریف واژگان واصطلاحات.....
۱۲	تعاریف عملیاتی.....

فصل دوم

۱۳	ادبیات وپیشنه تحقیق.....
۱۴	مقدمه.....
۱۴	فناوری اطلاعات.....
۱۴	اطلاعات.....
۱۵	ارزش اطلاعات.....
۱۶	تکنولوژی.....
۱۷	فن آوری اطلاعات.....
۱۹	تاریخچه تکامل فن آوری اطلاعات.....
۲۰	کاربرد های اصلی فن آوری اطلاعات.....
۲۰	ویژگی های فن آوری اطلاعات وانقلاب اطلاعاتی.....
۲۱	سیستم های اطلاعاتی چیست؟.....
۲۲	سیستم های اطلاعاتی مبتنی بر کامپیوتر.....

۲۲	تفاوت بین فن آوری اطلاعات ، سیستم های اطلاعاتی و اطلاعات
۲۳	انواع سیستم های اطلاعاتی
۲۳	سیستم های پردازش مبادلات
۲۴	سیستم های اطلاعات مدیریت
۲۵	سیستم های پشتیبانی تصمیمات
۲۶	سیستم های پشتیبانی تصمیمات گروهی
۲۶	سیستم های پشتیبانی مدیران ارشد اجرایی
۲۷	سیستم های هوش مصنوعی
۲۷	سیستم های مخصوص متخصصین یا خبره یا هوشمند
۲۸	سیستم های مکانیزه اداری
۳۰	انواع شبکه های ارتباطی
۳۱	تاثیرات سازمانی فن آوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی
۳۴	تعامل دوجانبه سازمان و فن آوری اطلاعات
۳۵	چهارچوب هایی برای استفاده از فن آوری اطلاعات
۳۵	چهارچوب تصمیم محور
۳۶	چهارچوب ترکیبی
۳۶	چهارچوب جدید
۳۷	چگونگی تاثیر نظام های اطلاعاتی بر سازمان
۳۷	نظریه های اقتصادی
۳۸	نظریه های رفتاری
۳۹	نظریه جامعه شناختی - پایداری شیوه ها
۳۹	نظریه فرا صنعتی، ساختار دانش گرا
۴۰	نظریه فرهنگی، فن آوری اطلاعات و فرض های بنیادین
۴۰	نظریه سیاسی فن آوری اطلاعات ، منبعی سیاسی
۴۰	کاربرد فن آوری اطلاعات در سازمان

مرحله اول : بدون برنامه پیشین	۴۱
مرحله دوم : شالوده گذاری	۴۲
مرحله سوم : استبداد متمرکز	۴۲
مرحله چهارم: همکاری و گفتمان دموکراتیک	۴۲
مرحله پنجم: فرصت کارآفرینی	۴۲
مرحله ششم: روابط یکپارچه هماهنگ	۴۳
مزایای فن آوری اطلاعات	۴۳
محدودیت های فن آوری اطلاعات	۴۳
رضایت مشتری	۴۴
تصمیم گیری و انتخاب مشتری	۴۷
مشتری مداری	۵۱
رضایت مشتری و نگرش به آن	۵۲
انواع نگرش به مشتری	۵۲
ابزارهای فرایند مشتری مداری	۵۳
تبلیغ دهان به دهان	۵۴
مدل قابلیت دسترسی - قابلیت شناختی	۵۵
تحقیقات انجام شده در داخل کشور	۵۹
تحقیقات انجام شده در خارج کشور	۶۴
مدل مفهومی پژوهش	۶۶

فصل سوم

روش تحقیق	۶۷
مقدمه	۶۸
روش پژوهش	۶۸
جامعه آماری	۶۸
نمونه گیری و حجم نمونه	۶۹

۶۹	روش گردآوری داده ها
۷۰	روایی پرسشنامه رضایت مشتریان
۷۱	پایایی پرسشنامه رضایت مشتریان
۷۲	پرسشنامه فناوری اطلاعات
۷۲	مقیاس مورد استفاده در طراحی پرسشنامه فناوری اطلاعات
۷۳	پایایی پرسشنامه فناوری اطلاعات
۷۳	روش تجزیه و تحلیل داده ها

فصل چهارم

۷۵	تجزیه و تحلیل یافته‌ها
۷۶	مقدمه
۷۶	بررسی ویژگیهای جمعیت شناختی پاسخ دهندگان: توصیف داده ها
۷۹	آزمون کولموگروف- اسمیرنوف برای نرمال بودن متغیرهای تحقیق
۸۱	تحلیل داده ها : فرضیه اصلی
۸۳	فرضیه جزئی اول
۸۳	فرضیه جزئی دوم
۸۴	فرضیه جزئی سوم
۸۵	فرضیه جزئی چهارم
۸۵	فرضیه جزئی پنجم
۸۶	فرضیه جزئی ششم
۸۷	فرضیه جزئی هفتم
۸۷	فرضیه جزئی هشتم

فصل پنجم

۸۹	نتیجه گیری و پیشنهادات
۹۰	مقدمه
۹۰	فرضیه کلی

۹۰ فرضیه جزئی اول
۹۱ فرضیه جزئی دوم
۹۱ فرضیه جزئی سوم
۹۱ فرضیه جزئی چهارم
۹۲ فرضیه جزئی پنجم
۹۲ فرضیه جزئی ششم
۹۲ فرضیه جزئی هفتم
۹۳ فرضیه جزئی هشتم
۹۳ الگوی پیشنهادی
۹۶ پیشنهادهای تحقیق
۹۸ پیشنهاد به محققان آتی
۹۹ محدودیت های پژوهش
۱۰۰ منابع فارسی
۱۰۵ منابع انگلیسی
۱ پیوست ها
۲ پرسشنامه فن آوری اطلاعات
۵ پرسشنامه رضایت مشتریان

فهرست جداول

- جدول ۱-۲ تفاوت تصمیم گیری محدود و دشوار ۵۰
- جدول ۱-۳ جدول آلفای کرانباخ پرسشنامه رضایت مشتریان ۷۱
- جدول ۲-۳ جدول آلفای کرانباخ پرسشنامه فناوری اطلاعات ۷۳
- جدول ۱-۴ توزیع درصد فراوانی بر حسب جنسیت پاسخ دهندگان ۷۶
- جدول ۲-۴ توزیع درصد فراوانی بر حسب میزان تحصیلات پاسخ دهندگان ۷۷
- جدول ۳-۴ توزیع درصد فراوانی بر حسب سن پاسخ دهندگان ۷۸
- جدول ۴-۴ ۴ آزمون کولموگروف - اسمیرنوف ۸۰
- جدول ۵-۴ خلاصه ضرایب رگرسیون ۸۱
- جدول ۶-۴ جدول همبستگی پیرسون، سیستم پشتیبانی مدیران ارشد و رضایت مشتریان.... ۸۳
- جدول ۷-۴ جدول همبستگی پیرسون ، سیستم اطلاعات مدیران و رضایت مشتریان ۸۳
- جدول ۸-۴ جدول همبستگی پیرسون ، سیستم مخصوص متخصصین و رضایت مشتریان.... ۸۴
- جدول ۹-۴ جدول همبستگی پیرسون ، سیستم فعالیتهای خودکار اداری و رضایت مشتریان. ۸۵
- جدول ۱۰-۴ جدول همبستگی پیرسون ، سیستم پردازش مبادلات و رضایت مشتریان ۸۵
- جدول ۱۱-۴ جدول همبستگی پیرسون ، استفاده از اینترنت و رضایت مشتریان..... ۸۶
- جدول ۱۲-۴ جدول همبستگی پیرسون ، گسترش اینترنت و رضایت مشتریان ۸۷
- جدول ۱۳-۴ جدول همبستگی پیرسون ، ساختار اکسترانت و رضایت مشتریان ۸۷

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۲ ماهیت تکنولوژی اطلاعات ۲۳
- نمودار ۲-۲ تعامل دوجانبه IT و سازمان ۳۵
- نمودار ۳-۲ ساختارها قبل و بعد از بکارگیری فناوری اطلاعات ۳۹
- نمودار ۴-۲ فرایند حل مساله یک مشتری ۴۸
- نمودار ۵-۲ انواع تصمیم گیری مشتری ۴۹
- نمودار ۶-۲ مدل مفهومی پژوهش ۶۶
- نمودار ۱-۴ توزیع درصد فراوانی بر حسب میزان جنسیت پاسخ دهندگان ۷۷
- نمودار ۲-۴ توزیع درصد فراوانی بر حسب میزان تحصیلات پاسخ دهندگان ۷۸
- نمودار ۳-۴ توزیع درصد فراوانی بر حسب میزان سن پاسخ دهندگان ۷۹

فصل اول
کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

دنیای کسب و کار در اواخر قرن بیستم و اوایل قرن حاضر با رقابت روزافزون بنگاه های خدماتی- اقتصادی رو به رو است. افزون بر این مشتریان هر روز آگاهی بیشتری نسبت به رقبا و محصولات و خدمات پیدا

می کنند و انواع گزینه های مختلف را پیش رو دارند. این شرایط برای بخش خدمات پزشکی و بیمه های درمانی دشوارتر بوده است.

می توان ادعا کرد که این مساله مهم، یعنی وفاداری و رضایتمندی مشتری، تمامی تلاش ها در حوزه دانش بازاریابی را پوشش می دهند. هر چه باشد هدف اصلی بنگاه های اقتصادی از تلاش و رقابت جذب مشتری و تعامل و سودآوری بلند مدت از اوست (سیدنی و الن،^۱ ۲۰۱۰).

الیور و راست^۲ (۲۰۱۲) پیشنهاد می کنند که رضایت یا عدم رضایت مشتری واکنش شناختی یا احساسی به عنوان پاسخ به یک مجموعه تنها یا امتداد یافته که از برخوردهای خدماتی، ظاهر می شود. رضایت یک تجربه "پس از مصرف" است که کیفیت درک شده را با کیفیت مورد انتظار مقایسه می کند.

این جمله معروف است که همگان می دانند که رضایت به چه معناست مگر آنکه از آنان خواسته شود که تعریفی از آن ارائه کنند. آنگاه درمی یابید که گویا هیچ کس معنای آن را نمی داند (بیرلی^۳، ۲۰۰۹) تحقیقات اندکی برای تعیین رضایتمندی مشتری انجام گرفته است. برخی از پژوهشگران به مساله وفاداری مشتری پرداخته اند و عوامل اثرگذار آن را برشمرده اند و آزموده اند (بلومر^۴، ۲۰۰۸، اندریاسن^۵، ۲۰۰۸، هالوول^۶، ۲۰۱۱). این پژوهشگران از مدل های معادلات ساختاری برای تحقیق خود بهره برده اند و شدت تاثیرگذاری هر یک از عوامل را اندازه گیری کرده اند. اما پژوهش های انجام گرفته در

¹ Sidney & Allen

² Rust & Oliver

³ Beirley

⁴ Bloomer

⁵ Anderyansen

⁶ Halowell

زمینه بررسی رضایت مشتری غالباً به رتبه بندی رضایتمندی مشتری بسنده کرده اند و فاصله میان عوامل اثر گذار و شدت اثرگذاری با رضایت مشتری پیرامون هر یک از عوامل مورد توجه قرار نگرفته اند. پژوهش حاضر از این منظر نو است که از جمله متغیرهای اثر گذار در دهه اخیر یعنی فناوری اطلاعات و استفاده از آن را بر رضایتمندی مشتری را در نظر گرفته و به یک مدل ساختار یافته برای این منظور همت گمارده است تا شدت رابطه و اثر گذاری استفاده از فناوری اطلاعات بر رضایتمندی مشتریان تعیین شود. مهم تر آنکه این پژوهش می کوشد پاسخی جامع تر به این پرسش مهم در راستای فعالیت های تامین اجتماعی ارایه کند که آیا بین استفاده از فناوری اطلاعات و رضایت مشتریان دفتر رسیدگی به اسناد پزشکی سازمان تامین اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد؟ این فصل شامل بیان مسئله، اهمیت و ضرورت تحقیق، اهداف کلی پژوهش، فرضیه های پژوهش، متغیر های پژوهش و تعاریف واژگان واصطلاحات است.

۱-۲ بیان مسئله

در عصر حاضر مسائلی مطرح است که دیگر با راه کارهای گذشته قابل حل نیستند. ویژگی عمده مسائل امروزی در بزرگی و وسعت میزان داده ها و اطلاعاتی است که باید جمع آوری، نگهداری، تولید، پردازش، بازیابی و تحلیل شوند. این ویژگی که مولد بخش اعظم پیچیدگیهای سازمانی است، حرکت به سوی توسعه فن آوری نوینی به نام فن آوری اطلاعات^۷ را باعث می شود که به کمک آن، کار یا داده ها و اطلاعات فراوان تسهیل خواهد شد.

شاید دو دهه قبل بسیاری از متخصصان اعتقاد نداشتند که عصر صنعتی با این سرعت به عصر اطلاعات تغییر یابد و امروزه بشر آینده ای را رقم بزند که بعد زمان، معلولیت جسمی، مشکلات اقتصادی و ساخت های جغرافیایی مانعی برای حرکت و پیشرفت نباشد. امروز دوران گذر از عصر صنعتی به عصر فرا صنعتی (اطلاعاتی) است، گذاری که به سرعت در حال طی شدن و پدید آوردن عصری

⁷ Information technology -

پر چالش است ، به گونه ای که لازمه بقا و تداوم حیات در آن عصر تجهیز به فن آوری نوین بویژه فن آوری اطلاعات می باشد. (صرافی زاده، علی پناهی، ۱۳۸۱)

بنابراین تعریف فن آوری اطلاعات عبارت است از گردآوری ، ذخیره سازی ، ساماندهی ، پردازش و نشر اطلاعات ، اعم از صوت ، تصویر، متن یا عدد که با استفاده از ابزار رایانه ای و مخابراتی صورت می پذیرد (مانتل^۸، ۲۰۰۶).

این فن آوری حدود دودهه قبل پا به عرصه میدانهای علمی و صنعتی گذاشته و امروزه به عنوان یک تخصص بین رشته ای با تلفیق علوم رایانه ای ، ریاضیات ، اطلاع رسانی ، مخابرات و دانش مدیریت در فهرست فن آوری های نوین جهانی قرار گرفته است و امروزه عوامل متعددی هستند که فناوری اطلاعات در پیشبرد آنها نقش حداکثری عمده ای را ایفا می کند، که رضایت مشتری از جمله آنهاست (ورتراپ^۹، ۲۰۰۸).

فینچام^{۱۰} (۲۰۱۲) معتقد است رضایت پاسخی احساسی و عاطفی است که از مقایسه عملکرد محصول با استانداردهای مورد نظر پیش از خرید ، درهنگام یا پس از انجام خرید بروزمی کند رضایت یک نگرش یا ارزیابی و قضاوت روی طیفی از عملکرد مناسب محصول است، که پس از انجام عمل خرید ایجاد می شود.

باید گفت رضایت مشتری برای رهبری یک کسب و کار در بازار رقابتی امروز یک اصل حیاتی است و بیمه ها هیچ استثنایی در این مسئله ندارند. موسسات اقتصادی با استراتژی های مدیریتی متفاوتشان سعی در بالا بردن رضایت مشتری دارند، در هر حال در تحقیق های هم زمان بر روی این موسسات ادعا شده که ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و تسهیل کردن فعالیت ها بهترین ایده برای رضایت مشتری است و بسیاری از سازمانها برای پرورش رضایت مشتری استفاده می کنند.

⁸ Mantel

⁹ Werterap

¹⁰ Finchaam

پژوهش های پیشین جکسون و واندرویلن^{۱۱} (۲۰۰۸) و ورتراپ (۲۰۰۸) نشان از اثر پذیری بستر سازی استفاده از فناوری اطلاعات در پیش بینی رضایت مشتریان دارد و لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی این رابطه به دنبال یافتن پاسخ این سوال پژوهش است که آیا بین رضایت مشتریان با بستر سازی فناوری اطلاعات در سازمان تامین اجتماعی شهر کرج رابطه معنادار وجود دارد؟

سازمان تامین اجتماعی با توجه به جمعیت زیادی که تحت پوشش دارد و خصوصاً با توجه به تنوع خدماتی که در بخش بیمه ای و درمانی به جامعه ارائه می کند. نیازمند ساختار سازمانی هوشمند و چابک است، تا بتواند خود را با اوضاع دائماً در حال تحول محیط و جامعه تطابق دهد و خدمات موثرتری به مشتریان ارائه نماید. یکی از ملزومات این کار گردآوری اطلاعات صحیح و به موقع، پردازش اطلاعات، توزیع اطلاعات و... است.

فن آوری اطلاعات با توجه به ابزارهای نرم افزاری و سخت افزاری که در اختیار سازمان قرار می دهد، می تواند در دسترسی به این هدف سازمانی نقش مهمی ایفا کند. پیامد این تحولات سازمانی بسیار زیاد خواهد بود. که این پژوهش به دنبال بررسی یکی از این دست آوردها یعنی رابطه فناوری اطلاعات با رضایت مشتریان است.

۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق

امروزه اهمیت اطلاعات هم به عنوان یک منبع تاکتیکی و استراتژیکی در سازمان مطرح می باشد و هم به عنوان یک منبع عمده برای ارزش افزوده احتمالی شناخته شده است. اطلاعات همیشه در محیط کسب و کار به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح بوده است. اما نکته مهم این است که تغییرات واقعی که می تواند ارزش بالقوه اطلاعات را افزایش دهد، توانایی سازمانها در استفاده از این منبع مهم از طریق کاربرد فن آوری جدید است. فن آوری اطلاعات با ویژگی های ذخیره سازی، پردازش، بازیابی و انتقال اطلاعات می تواند مدیران را در استقرار بهره وری در سازمانهایشان یاری نماید. (صرافی زاده، ۱۳۸۱).

¹¹ Jackson & Wanderovillen

برای سازمانهای مدرن دانش یک منبع استراتژیک است که باید در جهت بقا و حفظ مزیت رقابتی ایجاد گردد. سازمانها جهت موفقیت باید توانایی مستمر در به دست آوردن، تحلیل، تطبیق، توزیع و به اشتراک گذاشتن و استفاده از دانش را داشته باشند. در جهت رسیدن به چنین شرایطی، فن آوری اطلاعات با ایزاری از قبیل داده کاوی، گروه افزار، مدیریت مستندات، نرم افزاری بازیابی و جستجو، مدیریت دانش را حمایت می کند (داتش^{۱۲}، ۲۰۰۷). از جمله حوزه های متاثر از فن آوری اطلاعات سازمان تامین اجتماعی است که با مردم و ارباب رجوع سرو کار دارند. لذا در این سازمانها شاخصهای مهم عبارتست از:

افزایش دسترسی پرسنل به خدمات فناوری اطلاعات.

افزایش سرعت، دقت و کیفیت خدمات ارائه شده.

کاهش هزینه های ارباب رجوع.

لذا فن آوری اطلاعات باید در راستای حل معضلات مردم و نیز بهبود معیارهای یاد شده به کار گرفته شود به همین دلیل ضرورت دارد تا مدیران در بکارگیری آن بیش از پیش از ارتباط آن با رضایت مشتریان آگاهی داشته و تدابیر لازم را جهت افزایش اثرات مثبت آن اتخاذ نمایند.

سازمان تامین اجتماعی سازمانی عمومی و غیردولتی است. هدف از تاسیس آن ارائه خدمت به بیمه شدگانی است که دسترنج سالهای زیادی از عمر خود را به عنوان حق بیمه در آن سرمایه گذاری کرده اند. پس رضایت بیمه شدگان که مالکین اصلی سازمان هستند، باید در اولویت هدف های سازمانی قرار گیرد. این رضایت باعث کاهش در میزان تاخیر و قطع پرداخت حق بیمه توسط کارفرمایان و بیمه شدگان به ویژه در بخش خصوصی می شود و پیامد آن افزایش منابع مالی و همچنین پشتوانه معنوی سازمان که در واقع بیمه شدگان یا مشتریان سازمان هستند، خواهد شد.

^{۱۲} Datsh