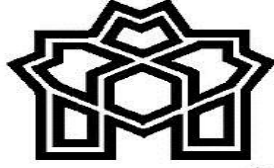


سلام الافلاک



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده مدیریت و حسابداری

پایان نامه جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش سیستم های اطلاعاتی مدیریت

تأثیر همراهی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار بر کیفیت خدمات

نگارش

مینامظاهری تهرانی

استاد راهنما

دکتر محمدرضا تقوا

استاد مشاور

دکتر حبیب رود ساز

زمستان

۱۳۹۱

تقدیم به مادرم

ناپرداز لطافت و مهر بانوی طراوت زندگیم

و تقدیم به پدرم

که وجودش آرامش خیالم بود

برای طی آنچه روزگاری آرزویم بود

تقدیر و تشکر

«هو العلیم»

سپاس ایزد منان را که در پرتو لایزالش توفیق آموختن میسر گردید. برحمت واسعه اش فرصتی مغتنم داد تا از محضر اساتید گرانقدر و ارجمند بهره جویم. برخود لازم می دانم مراتب تقدیر و تشکر را از دکتر محمدرضا تقوا که سمت استاد راهنمای این پژوهش را برعهده داشتند و اساتید محترم دکتر حبیب رود ساز و دکتر قربانی زاده که نظرات خردمندانه و مساعدت های بی دریغشان، تکوین این مجموعه را میسر ساخت.

چکیده:

همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کارمدت زیادی است که به عنوان موضوع کلیدی برای مدیران باتوجه به افزایش اهمیت به کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان ها مطرح شده است. هر چند محققان معتقدندکه فناوری اطلاعات نقش مهمی درکارکرد سازمان ها دارد، اما توافق کمی وجود داردکه فناوری اطلاعات در احیای بهره وری سازمان ها کمک کرده باشد، موضوع بحث برانگیز بهره وری فناوری اطلاعات و یا فقدان وجود چنین بهره وری که از آن به عنوان «پارادوکس بهره وری» یاد می کنند ما را برآن داشت که به بررسی تأثیر همراستایی فناوری اطلاعات و کسب و کار بر کیفیت خدمات با استفاده از مدل همراستایی استراتژیک هندرسون وونکاترامن درسنجش همراستایی فناوری اطلاعات و کسب و کار و مدل سروکوال درسنجش کیفیت خدمات پرداخته و در نهایت بیان کنیم که همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کاربه عنوان یک اصل برای دستیابی به بهبود کیفیت خدمات است . روش تحقیق مورد استفاده در این تحقیق، توصیفی و از نوع همبستگی است و به طور مشخص مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است .

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات^۱، کسب و کار^۲، همراستایی^۳، استراتژیک^۴، کیفیت خدمات^۵.

^۱ -Information technology

^۲ -Business

^۳ -Alignment

^۴ -Strategic

^۵ -Service quality

**minamazaheri۲۹@yahoo.com

[**minamazaheri۲۹@gmail.com](mailto:minamazaheri۲۹@gmail.com)

فصل اول: کلیات تحقیق

| | |
|---|--------------------------------|
| ۱ | ۱-۱- مقدمه |
| ۲ | ۲-۱- بیان مسأله |
| ۳ | ۳-۱- ضرورت و اهمیت انجام مسأله |
| ۶ | ۴-۱- اهداف تحقیق |
| ۶ | ۱-۴-۱- هدف کلی |
| ۶ | ۲-۴-۱- اهداف جزئی |
| ۶ | ۵-۱- سؤالات تحقیق |
| ۶ | ۱-۵-۱- سؤال اصلی |
| ۷ | ۲-۵-۱- سؤالات فرعی |
| ۷ | ۶-۱- فرضیه های تحقیق |
| ۸ | ۱-۶-۱- فرضیه اصلی |
| ۸ | ۲-۶-۱- فرضیه های فرعی |
| ۸ | ۷-۱- روش تحلیل داده ها |
| ۸ | ۸-۱- مراحل انجام تحقیق |
| ۹ | ۹-۱- قلمرو تحقیق |
| ۹ | ۱-۹-۱- قلمرو زمانی انجام تحقیق |
| ۹ | ۲-۹-۱- قلمرو مکانی انجام تحقیق |

| | |
|----|------------------------------|
| ۹ | ۳-۹-۱- قلمرو موضوعی تحقیق |
| ۹ | ۱۰-۱- متغیرهای تحقیق |
| ۹ | ۱-۱۰-۱- متغیر وابسته |
| ۱۰ | ۲-۱۰-۱- متغیر مستقل |
| ۱۰ | ۱۱-۱- روش تحقیق |
| ۱۰ | ۱۲-۱- ابزار جمع آوری اطلاعات |
| ۱۰ | ۱۳-۱- تعریف واژگان تحقیق |
| ۱۳ | ۱۴-۱- خلاصه |

فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق

| | |
|----|--|
| ۱۴ | ۱-۲- مقدمه |
| ۱۴ | ۲-۱-۲- سیستم های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات در سازمان ها |
| ۱۶ | ۳-۱-۲- طبقه بندی وسیر تکامل سیستم های اطلاعاتی |
| ۱۶ | ۱-۳-۱-۲- طبقه بندی بر مبنای سطوح سازمانی |
| ۱۸ | ۲-۳-۱-۲- طبقه بندی بر مبنای نوع پشتیبانی |
| ۱۸ | ۴-۱-۲- چگونگی پشتیبانی فناوری اطلاعات از فعالیت های سازمانی |
| ۱۹ | ۵-۱-۲- دوره سیستم های اطلاعاتی استراتژیک |
| ۲۰ | ۶-۱-۲- سیر تحول فناوری اطلاعات در صنعت تکنولوژی |
| ۲۳ | ۷-۱-۲- نتیجه گیری |
| ۲۵ | ۲-۲- همراستایی |
| ۲۷ | ۱-۲-۲-۲- آیا فناوری اطلاعات با کسب و کار هماهنگ باشد یا کسب و کار با فناوری اطلاعات؟ |

- ۲۷ - ۳-۲-۲- اهمیت و کاربرد همراستایی استراتژیک
- ۲۸ - ۴-۲-۲- شکست، چالش ها و عدم کاربرد همراستایی استراتژیک
- ۳۰ - ۵-۲-۲- الزامات رسیدن به همراستایی استراتژیک
- ۳۱ - ۶-۲-۲- نتیجه گیری
- ۳۲ - ۳-۲- مدل های همراستایی استراتژیک
- ۳۲ - ۱-۳-۲- مدل کرنز: همراستایی استراتژیک مدلی برای کسب مزیت رقابتی
- ۳۳ - ۲-۳-۲- مدل تولان: مدل ارزیابی فرآیندگرا نسبت به همراستایی
- ۳۵ - ۳-۳-۲- مدل همراستایی کازمن و می چن
- ۳۶ - ۴-۳-۲- مدل همراستایی استراتژیک کلارک
- ۳۷ - ۵-۳-۲- مدل همراستایی اچ - پی
- ۳۸ - ۶-۳-۲- مدل همراستایی استراتژیک هندرسون و ونکاترامن (سم)
- ۴۲ - ۱-۶-۳-۲- چشم اندازهای همراستایی استراتژیک
- ۵۰ - ۷-۳-۲- مدل سنجش بلوغ همراستایی استراتژیک
- ۵۳ - ۸-۳-۲- مدل موازنه نشانه دار: پویایی همراستایی
- ۵۵ - ۹-۳-۲- مدل ویز: چارچوب سازماندهی همراستایی
- ۵۹ - ۱۰-۳-۲- مدل ارزیابی همراستایی در سطوح استراتژیک، تاکتیکی، عملیاتی
- ۶۱ - ۴-۲- مدل ها و دیدگاه های اقتضایی نسبت به همراستایی
- ۶۵ - ۵-۲- نتیجه گیری و انتخاب مدل مناسب برای تحقیق
- ۷۳ - ۶-۲- کیفیت خدمات

| | |
|----|---|
| ۷۶ | ۲-۶-۴- تعاریف کیفیت |
| ۷۷ | ۲-۶-۵- کیفیت خدمات، تعاریف و ویژگی های آن |
| ۷۸ | ۲-۶-۶- کیفیت خدمات در صنعت بانکداری |
| ۷۹ | ۲-۶-۷- نیاز، تأثیر و پیامد کیفیت خدمات |
| ۸۲ | ۲-۶-۸- سنجش کیفیت خدمات |
| ۸۳ | ۲-۶-۹- رویکرد ها و مدل های مدیریت کیفیت خدمات |
| ۸۳ | ۲-۶-۹-۱- مدل بهبود کیفیت خدمات سازمانی |
| ۸۵ | ۲-۶-۹-۲- سیستم مبادله ای کیفیت خدمات |
| ۸۵ | ۲-۶-۹-۳- مدل تحلیل شکاف پنجگانه کیفیت خدمات |
| ۸۷ | ۲-۶-۹-۴- مدل تحلیل شکاف هفتگانه کیفیت خدمات |
| ۸۹ | ۲-۶-۹-۵- مدل طیف تبادل کیفیت خدمات و مواضع پیشنهادی |
| ۸۹ | ۲-۶-۹-۶- مدل سیاحت خدمت |
| ۹۰ | ۲-۶-۹-۷- مدل چارچوب عملیاتی پردازش مشتری |
| ۹۱ | ۲-۶-۹-۸- مدل رفتاری کیفیت خدمات |
| ۹۲ | ۲-۶-۹-۹- مدل سلسله مراتبی کیفیت خدمات |
| ۹۴ | ۲-۶-۹-۱۰- مدل سروکوال |
| ۹۸ | ۲-۶-۹-۱۱- مدل سروپرف |
| ۹۸ | ۲-۶-۹-۱۲- مدل نرموکوالیتی |
| ۹۸ | ۲-۷- نتیجه گیری و انتخاب مدل سروکوال |
| ۹۹ | ۲-۸- پیشینه تحقیق |

- ۹۹ ۱-۸-۲- پیشینه تحقیقات خارجی
- ۱۰۱ ۲-۸-۲- پیشینه تحقیقات داخلی

فصل سوم: روش تحقیق

- ۱۰۳ ۱-۳- مقدمه
- ۱۰۴ ۲-۳- مدل مفهومی تحقیق
- ۱۰۵ ۳-۳- روش تحقیق
- ۱۰۶ ۴-۳- روش گردآوری داده ها
- ۱۰۸ ۵-۳- متغیرهای تحقیق
- ۱۱۴ ۶-۳- روایی و پایایی ابزار اندازه گیری
- ۱۱۵ ۷-۳- جامعه آماری و نمونه آماری تحقیق
- ۱۱۹ ۸-۳- روش های مورد نظر برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و آزمون فرضیه ها

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

- ۱۲۱ ۱-۴- مقدمه
- ۱۲۱ ۲-۴- توصیف ویژگی های جمعیت شناختی اعضای نمونه
- ۱۲۲ ۱-۲-۴- آمار توصیفی و ویژگی های مشتریان بانک توسعه تعاون
- ۱۲۸ ۲-۲-۴- آمار توصیفی ویژگی پرسنل بانک توسعه تعاون
- ۱۳۷ ۳-۴- آمار استنباطی
- ۱۳۷ ۱-۳-۴- آزمون نرمال بودن متغیرها
- ۱۳۸ ۴-۴- ارزیابی بخش اندازه گیری های مدل
- ۱۳۹ ۱-۴-۴- تحلیل عاملی تأییدی شاخص های کیفیت خدمات

۱۴۰- ۲-۴-۴- تحلیل عاملی تأییدی شاخص های همراستایی استراتژیک

۱۴۲- ۳-۴-۴- روش حداقل مربعات جزئی

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

۱۵۳- ۱-۵- مقدمه

۱۵۴- ۲-۵- خلاصه تحقیق

۱۵۵- ۳-۵- نتایج تحلیل استنباطی و آزمون فرضیه های تحقیق و تعبیر و تفسیر نتایج

۱۵۸- ۴-۵- محدودیت ها و مشکلات تحقیق

۱۵۹- ۵-۵- پیشنهادها

۱۵۹- ۱-۵-۵- پیشنهاد های اصلاحی

۱۶۱- ۲-۵-۵- پیشنهاد برای تحقیق و پژوهش آینده

۱۶۲- ۶-۵- خلاصه تحقیق

۱۶۳- منابع و مأخذ

۱۷۱- پیوست ها

فهرست شکل ها

| | |
|----|---|
| ۷ | ۱-۱- مدل مفهومی تحقیق |
| ۱۷ | ۱-۲- سیستم های اطلاعاتی بین سازمانی، سازمانی و بخشی |
| ۳۲ | ۲-۲- مدل همراستایی کرنز |
| ۳۴ | ۳-۲- ابعاد همراستایی استراتژیک تولان و کرنز |
| ۳۵ | ۴-۲- مدل فرآیند گرایانه نسبت به همراستایی |
| ۳۵ | ۵-۲- مدل همراستایی استراتژیک کازمن و می چن |
| ۳۷ | ۶-۲- مؤلفه های مؤثر بر همراستایی استراتژیک سازمان |
| ۳۸ | ۷-۲- چارچوب همراستایی استراتژیک HP |
| ۳۹ | ۸-۲- مدل همراستایی استراتژیک هندرسون و ونکاترامن |
| ۴۲ | ۹-۲- چشم انداز اجرای استراتژی |
| ۴۳ | ۱۰-۲- چشم انداز پتانسیل تکنولوژی |
| ۴۴ | ۱۱-۲- چشم انداز پتانسیل رقابتی |
| ۴۵ | ۱۲-۲- پتانسیل سطح خدمت |
| ۴۶ | ۱۳-۲- چشم انداز زیرساخت فناوری اطلاعات سازمانی |
| ۴۶ | ۱۴-۲- چشم انداز استراتژی زیر ساخت فناوری اطلاعات |
| ۴۷ | ۱۵-۲- چشم انداز زیرساخت سازمان فناوری اطلاعات |
| ۴۸ | ۱۶-۲- چشم انداز استراتژی زیرساخت سازمان |
| ۴۸ | ۱۷-۲- چشم انداز ائتلاف استراتژی سازمان |
| ۴۹ | ۱۸-۲- چشم انداز ائتلاف زیرساخت سازمانی |

- ۴۹- ۱۹-۲ چشم انداز ائتلاف استراتژی فناوری اطلاعات
- ۵۰- ۲۰-۲ چشم انداز ائتلاف زیر ساخت فناوری اطلاعات
- ۵۱- ۲۱-۲ سطوح پنجگانه مدل بلوغ همراستایی لوفتمن....
- ۵۲- ۲۲-۲ معیارهای سنجش بلوغ همراستایی استراتژیک مدل لوفتمن
- ۵۴- ۲۳-۲ مدل پویایی همراستایی
- ۵۶- ۲۴-۲ چارچوب همراستایی و ارزش فناوری اطلاعات
- ۵۸- ۲۵-۲ مدل C۴:مسیر همراستایی
- ۶۰- ۲۶-۲ مدل ارزیابی همراستایی استراتژیک در سطوح استراتژیک، عملیاتی، تاکتیکی
- ۸۰- ۲۷-۲ مدلی برای بهبود کیفیت خدمات در صنعت بانکداری
- ۸۲- ۲۹-۲ مزایای کیفیت خدمات
- ۸۴- ۳۰-۲ مدل بهبود کیفیت خدمات سازمانی
- ۸۷- ۳۱-۲ مدل تحلیل شکاف پنجگانه کیفیت خدمات
- ۸۸- ۳۲-۲ مدل تحلیل شکاف هفتگانه کیفیت خدمات
- ۹۰- ۳۳-۲ مدل چارچوب عملیاتی پردازش مشتری
- ۹۱- ۳۴-۲ مدل رفتاری کیفیت خدمات
- ۹۲- ۳۵-۲ تأثیر انتظارات مشتریان بر استنباط مشتری از کیفیت و تأثیر آن بر رضایتمندی مشتری
- ۱۰۳- ۱-۳ مدل مفهومی تحقیق
- ۱۳۹- ۱-۴ مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص های کیفیت خدمات (تخمین استاندارد)
- ۱۴۰- ۲-۴ مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص های کیفیت خدمات (معناداری ضرایب)
- ۱۴۱- ۳-۴ مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص های همراستایی استراتژیک (تخمین استاندارد)

- ۱۴۲ -۴-۴ مدل تحلیل عاملی تأییدی شاخص های همراستایی استراتژیک (معناداری ضرایب)
- ۱۴۴ -۵-۴ مدل معادلات ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر
- ۱۴۵ -۶-۴ مدل معادلات ساختاری در حالت معناداری ضرایب
- ۱۴۶ -۷-۴ تحلیل عاملی تأییدی فرضیات فرعی تحقیق (تخمین استاندارد)
- ۱۴۷ -۸-۴ تحلیل عاملی تأییدی فرضیات فرعی تحقیق (معناداری ضرایب)

فهرست جداول

| | |
|-----|--|
| ۴۱ | ۱-۲- عناصر دوازده گانه همراستایی |
| ۵۷ | ۲-۲- معیارها و ابعاد همراستایی |
| ۶۴ | ۳-۲- دیدگاه های همراستایی مختلف نسبت به همراستایی استراتژیک |
| ۹۴ | ۴-۲- ابعاد کیفیت خدمات درک شده |
| ۹۶ | ۵-۲- کیفیت خدمات ۲۲ عاملی پراسورمان |
| ۱۰۷ | ۱-۳- رتبه بندی طیف لیکرت در پرسشنامه |
| ۱۱۳ | ۲-۳- متغیرهای همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار و کیفیت خدمات |
| ۱۱۴ | ۳-۳- محاسبه میزان ضریب آلفای کرونباخ برای هریک از ابعاد مدل مفهومی تحقیق |
| ۱۲۲ | ۱-۴- توزیع فراوانی مربوط به جنسیت مشتریان |
| ۱۲۳ | ۲-۴- توزیع فراوانی مربوط به سن مشتریان |
| ۱۲۴ | ۳-۴- توزیع فراوانی مربوط به وضعیت تأهل مشتریان |
| ۱۲۵ | ۴-۴- توزیع فراوانی مربوط به سطح تحصیلات مشتریان |
| ۱۲۶ | ۵-۴- توزیع فراوانی مربوط به تمایل به ارتباط با بانک از دید مشتریان |
| ۱۲۷ | ۶-۴- توزیع فراوانی مربوط به میزان تبلیغات بانک از دید مشتریان |
| ۱۲۸ | ۷-۴- توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پرسنل بانک |
| ۱۲۹ | ۸-۴- توزیع فراوانی مربوط به سن پرسنل بانک |
| ۱۳۰ | ۹-۴- توزیع فراوانی مربوط به وضعیت تأهل پرسنل بانک |
| ۱۳۱ | ۱۰-۴- توزیع فراوانی مربوط به سطح تحصیلات بانک |
| ۱۳۲ | ۱۱-۴- توزیع فراوانی مربوط به نوع استخدام پرسنل بانک |

- ۱۳۳ - ۱۲-۴- توزیع فراوانی مربوط به سابقه کار پرسنل بانک
- ۱۳۴ - ۱۳-۴- توزیع فراوانی مربوط به سطوح مدیریتی بانک
- ۱۳۵ - ۱۴-۴- توزیع فراوانی مربوط به اهمیت فناوری اطلاعات در بخش های مختلف بانک
- ۱۳۶ - ۱۵-۴- توزیع فراوانی مربوط به میزان سرمایه گذاری بر روی فناوری اطلاعات
- ۱۳۸ - ۱۶-۴- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای متغیر کیفیت خدمات و ابعاد آن
- ۱۳۸ - ۱۷-۴- آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای متغیر همراستایی و ابعاد آن
- ۱۴۵ - ۱۸-۴- ضرایب مسیر، آماره تی و ضریب تعیین (متغیر وابسته: کیفیت خدمات)
- ۱۴۷ - ۱۹-۴- ضرایب مسیر، آماره تی و ضریب تعیین (متغیر وابسته: پاسخگویی به مشتریان)
- ۱۴۸ - ۲۰-۴- ضرایب مسیر، آماره تی و ضریب تعیین (متغیر وابسته: اطمینان خاطر مشتریان)
- ۱۴۸ - ۲۱-۴- ضرایب مسیر، آماره تی و ضریب تعیین (متغیر وابسته: همدلی با مشتریان)
- ۱۴۹ - ۲۲-۴- ضرایب مسیر، آماره تی و ضریب تعیین (متغیر وابسته: قابلیت اعتبار خدمات بانکی)
- ۱۵۰ - ۲۳-۴- ضرایب مسیر، آماره تی و ضریب تعیین (متغیر وابسته: عوامل محسوس)

فهرست نمودارها

- ۱۲۲ ۱-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی جنسیت مشتریان
- ۱۲۳ ۲-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی سن مشتریان
- ۱۲۴ ۳-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی وضعیت تأهل مشتریان
- ۱۲۵ ۴-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی سطح تحصیلات مشتریان
- ۱۲۶ ۵-۴- نمودار دایره ای مربوط به فراوانی تمایل به ارتباط با بانک از دید مشتریان
- ۱۲۷ ۶-۴- نمودار دایره ای مربوط به فراوانی میزان تبلیغات بانک
- ۱۲۸ ۷-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی جنسیت پرسنل
- ۱۲۹ ۸-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی سن پرسنل
- ۱۳۰ ۹-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی وضعیت تأهل پرسنل
- ۱۳۱ ۱۰-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی سطح تحصیلات پرسنل
- ۱۳۲ ۱۱-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی نوع استخدام پرسنل بانک
- ۱۳۳ ۱۲-۴- نمودار میله ای مربوط به فراوانی سابقه کار پرسنل بانک
- ۱۳۴ ۱۳-۴- نمودار دایره ای مربوط به فراوانی سطوح مدیریتی پرسنل بانک
- ۱۳۵ ۱۴-۴- نمودار دایره ای مربوط به فراوانی میزان امیت فناوری
- ۱۳۷ ۱۵-۴- نمودار دایره ای مربوط به فراوانی میزان سرمایه گذاری بر روی فناوری اطلاعات

فصل اول : کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه :

امروزه صنعت خدمات در دنیا در حال تغییر است. تکنولوژی های جدید، روش ارائه خدمت به مشتری را در بسیاری از سازمان های خدماتی تغییر داده است. می توان گفت قوی ترین نیرو برای ایجاد تغییر در محیط رقابتی امروزی فناوری اطلاعات است. با توسعه ابزارهای الکترونیکی مانند اینترنت، مؤسسات مالی و بانک هانیز تحت تأثیر قرار گرفته اند. شبکه اینترنت انتظارات مشتریان را در مورد سرعت، دقت، قیمت، امنیت و نوع خدمات تغییر داده است. فاصله جغرافیایی معنای خود را از دست داده است و در دسترس بودن خدمت، سهولت و سرعت توزیع خدمات باعث ایجاد مزیت رقابتی^۱ برای سازمان ها از جمله بانک ها گشته است. (جایاواردهنا و فولی^۲، ۲۰۰۰) امروزه تنها سازمان هایی در عرصه رقابت از موقعیت مناسب برخوردارند که محور اصلی فعالیت در سر خود را، تامین خواسته های مشتریان و ارضای نیازهای آنان با حداقل قیمت و حداکثر کیفیت قرار داده اند و در واقع حضور موفق و مؤثر در بازارهای رقابتی و منطقه ای و جهانی همراه با استفاده بهینه از تمامی امکانات و بهره برداری مناسب از منابع جدید، جهت تولید و ارائه خدمات مطلوب و با کیفیت مناسب بر اساس رضایتمندی مشتری، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. (کزازی، ۱۳۷۸)

در تحقیقات اخیر مباحثی چون کیفیت، رضایت مشتریان و تعیین آنچه که برای مشتری ارزش خلق می کند به عنوان مباحثی مهم و یا خیلی مهم ذکر گردیده اند که توسط سازمان های پاسخگو مورد توجه بوده است. این امر نشان می دهد که کیفیت و رضایت مشتری بوسیله بسیاری از سازمان ها مهم شمرده شده اند. یک تجزیه و تحلیل تجربی، ارتباط مستقیمی میان کیفیت درک شده و عملکرد یک سازمان نشان می دهد و شرکت هایی که کیفیت خدمات درک شده بالاتری در زمینه محصولات و خدمات داشته اند، نوعاً سهم بازار بیشتری را دارا بوده و نرخ بازگشت بالاتری نسبت به شرکت هایی که کیفیت خدمات درک شده پایین دارند، داشته اند. (قبادیان^۳، ۱۹۹۴) در طول سالیان، تبدیل کسب و کار به فرآیندی پویا و پیچیده و در کنار آن فناوری اطلاعات با سرعتی بسیار بالا و روز افزون، بر اهمیت این همسویی افزوده و آن را جزئی لازم برای تحقق اهداف سازمان نموده است. بر طبق مطالعات انجام گرفته همسویی سیستم های فناوری اطلاعات و تکنولوژی اطلاعات به کار گرفته شده در یک سازمان با کسب و کار و نحوه فعالیت آن سازمان تأثیر بالایی بر کارایی سازمان، کیفیت خدمات و سیستم

^۱ - Competitive Advantage

^۲ - Jayawardhena and Foley

^۳ - ghobadian

های درونی آن خواهد داشت (چورن^۱، ۱۹۹۳ و چان^۲، ۲۰۰۱) در این فصل به طور کلی پس از بیان موضوع و مسأله تحقیق، سپس به ترتیب به بررسی ضرورت و اهمیت انجام تحقیق، اهداف اصلی تحقیق، سوالات و فرضیه های تحقیق، روش تحلیل داده ها و مراحل انجام تحقیق، قلمرو تحقیق، متغیرهای تحقیق، ابزار جمع آوری اطلاعات و تعاریف عملیاتی واژگان می پردازیم.

۲-۱- بیان مسأله

امروزه با مطرح شدن فناوری اطلاعات به عنوان یک عامل مهم و رقابتی، در محیط پر رقابت کنونی در سازمان های مختلف شاهد به کارگیری آن می باشیم . فناوری اطلاعات می تواند حکم یک کاتالیزور را در تجهیزات اساسی در ساختار عملیات و ساختار سازمان ایفا می کند . (توربان و دیگران^۳، ۲۰۰۲) به علاوه تکامل سریع عملیات تجاری شرکت ها و سرعت تغییرات ناشی از ادغام شرکت ها، ائتلاف استراتژیک و شراکت های جهانی و یا فشارهای اقتصادی زیاد و دیگر عوامل پشتیبانی فناوری اطلاعات را تقاضا می کند . (ریچ^۴، ۲۰۰۳)

دردنیای کنونی موضوع کیفیت، مدیریت سازمان هارا با چالش هایی مواجه ساخته و پذیرش آن در بخش خدمات به گونه ی فزاینده ای افزایش یافته است. کیفیت خدمات عامل مهمی برای رشد، موفقیت و ماندگاری سازمان است و به عنوان مسئله ای راهبردی، مؤثر و فراگیر در دستور کار مدیران قرار گرفته است. همچنین رقابت شدید موجب شده است تا کیفیت خدمات عامل کلیدی برای موفقیت و بقای سازمان ها باشد. (سورش چندر و دیگران^۵، ۲۰۰۱) همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار نه تنها مورد توجه محققان سیستم های اطلاعاتی بلکه مورد توجه و علاقه کسانی که در کارهای اجرایی اند نیز می باشد، به عنوان مثال مدیران ارشد که علاقه مند به کسب ارزش از سرمایه گذاری در زمینه فناری اطلاعات می باشد، همراستایی به عنوان یک ضرورت تلقی می شود . همراستایی سیستم های اطلاعاتی باعث کسب مزیت های رقابتی نیز می شود . به علاوه تحقیقات صورت گرفته نشان دهنده این مطلب است که همراستایی باعث بهبود کیفیت خدمات سازمان می شود . در نتیجه مدل ها و عامل های تاثیر گذار بر این مفهوم توسط محققان زیادی مورد بررسی قرار گرفته است . (سیلوا و دیگران^۶، ۲۰۰۷) با وجود اهمیت همراستایی فناوری اطلاعات و کسب و کار، امروزه در بسیاری از سازمان ها منجمله بانک ها شاهد بروز مشکلاتی در رابطه با عدم برآورده شدن نیازهای کسب و کار بانکداری با توجه به حجم بالای سرمایه گذاری در زمینه فناوری اطلاعات و میزان پایین همراستایی هستیم. با توجه به چنین چالش هایی که بانک ها با آن مواجه هستند باید این مهم را در نظر داشته باشند که اجرا و پیاده سازی هر پروژه ی راهبردی در زمینه فناوری اطلاعات زمانی اثر بخش خواهد بود که با اهداف سازمانی بانک ها همراستا باشد. نکته قابل توجه دیگر در این زمینه این است که در رابطه با همراستایی استراتژیک فناوری اطلاعات و کسب و کار و تأثیر آن بر کیفیت خدمات یک سازمان هیچ تحقیقی صورت

^۱ -Chorn

^۲ -chan

^۳ -Turban et al

^۴ -Reich

^۵ - Sureshchandar et al

^۶ -Silva et al