

شماره ۴۷۴۴۲/۱۶

تاریخ ۹۰/۸/۲۵

پیوست

بسمه تعالی



دانشگاه گیلان  
مدیریت تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز

### فرم شماره ۱ دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد - دانشکده علوم انسانی و اجتماعی

این فرم از نظر استخدامی فاقد اعتبار است و فارغ التحصیل لازم است جهت تسویه حساب و دریافت گواهی پایان دوره اقدام نماید

جلسه دفاعیه پایان نامه تحصیلی خانم / آقای **مهدی حسینی راد** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته **MBA** گرایش **استراتژی**

دوره روزانه  شبانه  ورودی مهر  بهمن  سال ۱۳۸۷ شماره دانشجویی ۸۷۱۹۲۶۵۲۰۲

تحت عنوان: بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر استراتژی فناوری اطلاعات

به ارزش ۳ واحد در ساعت ۱۲ روز دوشنبه مورخ ۹۰/۶/۱۴ توسط اعضای هیأت داوران مرکب از:

امضا  
امضا  
امضا  
امضا  
امضا  
امضا

- استاد راهنمای اول: دکتر محمد فاریابی

- استاد راهنمای دوم: دکتر بهزاد سلمانی

- استاد مشاور: دکتر سلمانی بی شک

- استاد مشاور: امضا

- عضو هیأت داوران: دکتر داوود بهبودی

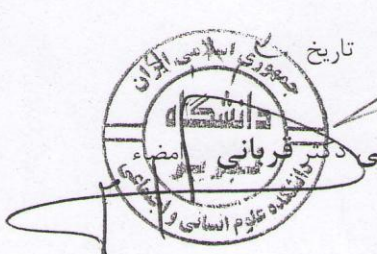
- عضو هیأت داوران: امضا

تشکیل گردید و ضمن ارزیابی با درجه عالی مورد تصویب قرار گرفت.

توجه: درجه بصورت دستی توسط یکی از اعضای هیأت داوران یا مدیر گروه پس از داوری درج و امضا خواهد شد. نام و نام خانوادگی درج کننده نمره: **محمد فاریابی** امضا

مدیر گروه آموزشی اقتصاد دکتر کمال صادقی امضاء تاریخ

تاریخ



معاون پژوهشی و تحصیلات تکمیلی دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دکتر قربانی امضاء تاریخ

کپی این فرم در مرحله صحافی بعد از منابع و ماخذ و قبل از صفحه چکیده انگلیسی آورده خواهد شد

تهیه و تنظیم از مدیریت تحصیلات تکمیلی دانشگاه تبریز (د.م.ج.م.)

## سپاس و تشکر

اینک که به خواست پروردگار، انجام این پایان نامه و تدوین آن به پایان رسیده است از اس اتید  
گرانقدر جناب آقای **دکتر محمد فاریابی** و جناب آقای **دکتر بهزاد سلمانی** که در این  
پژوهش راهنمایی بنده را تقبل نمودند، سپاسگذاری می‌نمایم.

نقدیم به

پدر و مادر مهربانم که هر چه داریم از حمایت ها و تشویق آن ها داریم.

و نقدیم به

همسر عزیزم که در طول نگارش این پژوهش یار و پشتیبانم بود.

## چکیده پایان نامه

نام خانوادگی دانشجو: حسینی راد		نام: مهدی	
عنوان پایان نامه: بررسی رابطه فرهنگ سازمانی بر استراتژی فناوری اطلاعات			
استادان راهنما:		دکتر محمد فاریابی دکتر بهزاد سلمانی	
استاد مشاور:		دکتر محمدرضا سلمانی بی شک	
مقطع تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: <i>MBA</i>	گرایش: استراتژی	دانشگاه: تبریز
دانشکده: علوم انسانی و اجتماعی		تاریخ فارغ التحصیلی: ۱۳۹۰/۰۶/۱۵	
تعداد صفحه: ۱۰۷			
کلید واژه‌ها: فرهنگ سازمانی، استراتژی فناوری اطلاعات، فرهنگ نوآوری، استراتژی بازار آزاد			
<b>چکیده:</b>			
<p>شرکتها به منظور بقای بلندمدت در عرصه رقابت، نیازمند استفاده از یک رویه استراتژیک در مدیریت منابع استراتژیک خود هستند. به طور حتم، اطلاعات یکی از منابع استراتژیک شرکتهاست. منابع استراتژیک، خود، مثل مزیت رقابتی هستند و چالش مدیران در شناسایی و مدیریت این منابع است موضوعی که در ده سال اخیر مورد توجه قرار گرفته، حرکت به سمت استراتژی فناوری اطلاعات است، اما متأسفانه تلاش کمی برای تعیین رابطه بین مفهوم فرهنگ سازمانی و استراتژی فناوری اطلاعات شکل گرفته است و هنوز ابزار کاربردی مناسبی برای برقراری ارتباط بین اهداف استراتژیک، فرهنگ سازمانی و استراتژی فناوری اطلاعات ایجاد نشده است. بررسی این رابطه در سازمان‌های دولتی ایران مساله تحقیق حاضر است.</p> <p>در پژوهش حاضر فرهنگ سازمانی با متغیرهای فرهنگ بروکراتیک، حمایتی و نوآوری توسط مدیران استراتژیک ارزیابی شده است. همچنین در مدل طراحی شده متغیر استراتژی فناوری اطلاعات با سنجه‌های تمرکز، بازار آزاد، مرز فناوری، انحصار و محدودیت منابع مورد سنجش قرار گرفته شده است.</p> <p>نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌های میدانی در چهار سازمان دولتی منتخب بیانگر تاثیر معنی‌دار فرهنگ سازمانی بر استراتژی فناوری اطلاعات می‌باشد. همچنین نتایج بیان کننده تاثیر فرهنگ نوآوری بر استراتژی فناوری اطلاعات علی‌الخصوص استراتژی‌های مرز فناوری، بازار آزاد و انحصار می‌باشد. در همین راستا پیشنهادهایی برای حرکت به سوی فرهنگ نوآوری در سازمان‌ها ارائه شده است.</p>			

## فهرست مطالب

### (۱) فصل اول : کلیات تحقیق

۲	..... مقدمه	(۱ ۴)
۳	..... بیان مساله و اهمیت موضوع	(۱ ۴)
۳	..... بیان مساله (۱-۲-۱)	
۵	..... اهمیت موضوع (۲-۲-۱)	
۵	..... هدف تحقیق	(۱ ۴)
۵	..... هدف های اصلی (۱-۳-۱)	
۶	..... هدف های فرعی (۲-۳-۱)	
۶	..... سوال های تحقیق	(۱ ۴)
۶	..... سوال های اصلی (۱-۴-۱)	
۶	..... سوال های فرعی (۲-۴-۱)	
۷	..... روش شناسی تحقیق	(۱ ۵)
۷	..... نوع تحقیق (۱-۵-۱)	
۷	..... جامعه و نمونه آماری (۲-۵-۱)	
۸	..... قلمرو تحقیق (۳-۵-۱)	
۸	..... ابزار جمع آوری داده ها (۴-۵-۱)	
۸	..... روش تجزیه و تحلیل داده ها (۵-۵-۱)	
۹	..... مدل تحقیق	(۱ ۶)

۱۰	متغیرهای تحقیق	(۴ ۱)
۱۲	محدودیت های تحقیق	(۸ ۱)
۱۲	ساختار تحقیق	(۹ ۱)

## (۲) فصل دوم : ادبیات و پیشینه تحقیق

۱۵	مقدمه	(۴ ۲)
۱۵	مبانی نظری	(۴ ۲)
۱۵	فرهنگ (۱-۲-۲)	
۲۰	سطوح فرهنگی (۲-۲-۲)	
۲۱	سازمان (۳-۲-۲)	
۲۱	فرهنگ سازمانی (۴-۲-۲)	
۲۴	منشا شکلی گیری فرهنگ سازمانی (۵-۲-۲)	
۲۶	انواع فرهنگ سازمانی (۶-۲-۲)	
۳۶	استراتژی (۷-۲-۲)	
۳۹	فناوری اطلاعات (۸-۲-۲)	
۴۰	استراتژی فناوری اطلاعات (۹-۲-۲)	
۴۲	رابطه فرهنگ سازمانی و استراتژی فناوری اطلاعات (۱۰-۲-۲)	
۴۵	پیشینه تجربی	(۴ ۲)
۴۵	مطالعات خارجی (۱-۳-۲)	
۴۸	مطالعات داخلی (۲-۳-۲)	
۵۲	خلاصه و جمع بندی	(۴ ۲)

### ۳) فصل سوم : روش شناسی تحقیق

۵۴	..... مقدمه	۳	۱
۵۴	..... نوع تحقیق	۳	۲
۵۵	..... مدل تحقیق	۳	۴
۵۶	..... فرضیه های تحقیق	۳	۴
۵۶	..... (۱-۴-۳) فرضیه اصلی تحقیق		
۵۶	..... (۲-۴-۳) فرضیه های فرعی تحقیق		
۵۶	..... تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها	۳	۵
۵۹	..... الگوی مورد نظر تحقیق و دلایل انتخاب آن	۳	۶
۶۰	..... روش تحقیق	۳	۷
۶۰	..... (۱-۷-۳) جامعه و نمونه آماری		
۶۱	..... (۲-۷-۳) قلمرو تحقیق		
۶۱	..... (۳-۷-۳) ابزار و روش جمع آوری داده ها		
۶۲	..... (۴-۷-۳) روایی و پایایی		
۶۴	..... (۵-۷-۳) روش تجزیه و تحلیل داده ها		
۶۴	..... (۱-۵-۷-۳) آمار استنباطی		
۶۴	..... (۲-۵-۷-۳) تحلیل همبستگی		

### ۴) فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها

۶۷	..... مقدمه	۴	۱
۶۸	..... اطلاعات جمعیت شناختی	۴	۲

۷۰	تجزیه و تحلیل داده ها	۴ ۴
۷۱	بررسی آماره های توصیفی	۴-۳-۱
۷۳	متغیرهای فرهنگ سازمانی	۴-۳-۲
۷۴	متغیرهای استراتژی فناوری اطلاعات	۴-۳-۳
۷۵	بررسی همبستگی بین متغیرها	۴ ۴
۷۶	بررسی تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیرهای وابسته	۴ ۵
۷۷	بررسی فرضیه اصلی و فرضیه فرعی ۶	۴-۵-۱
۷۹	بررسی فرضیه فرعی ۱	۴-۵-۲
۸۱	بررسی فرضیه فرعی ۲ و ۵	۴-۵-۳
۸۲	بررسی فرضیه فرعی ۳	۴-۴-۴
۸۴	بررسی فرضیه فرعی ۴	۴-۴-۵
۸۶	آزمون فرضیه ها	۴ ۶

## ۵) فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات تحقیق

۸۸	مقدمه	۵ ۴
۸۸	مروری بر چهارچوب کلی تحقیق	۵ ۴
۸۹	یافته های پژوهش	۵ ۴
۸۹	یافته های حاصل از تحلیل های تک متغیره	۵-۳-۱
۹۰	یافته های حاصل از تحلیل های دو متغیره	۵-۳-۲
۹۱	یافته های حاصل از تحلیل های چند متغیره	۵-۳-۳
۹۲	بحث و نتیجه گیری	۵ ۴



- ۵ ۵) پیشنهادهای تحقیق ..... ۹۳
- ۵-۵-۱) پیشنهادهای کاربردی ..... ۹۴
- ۵-۵-۲) پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی ..... ۹۶
- ۵ ۶) موانع و محدودیت های تحقیق ..... ۹۷

..... منابع

..... پیوست ها

## فهرست جدول ها

۱۹	جدول ۱-۲: دسته بندی تعاریف فرهنگ .....
۲۳	جدول ۲-۲: مدل ها، الگوها و اجزای فرهنگ سازمانی .....
۳۵	جدول ۳-۲: مقایسه مدل های فرهنگ سازمانی و ویژگی های آن ها .....
۳۷	جدول ۴-۲: تعریف استراتژی از منظر صاحب نظران .....
۳۹	جدول ۵-۲: استراتژی های عمومی رقابت .....
۴۲	جدول ۶-۲: مقایسه استراتژی های عمومی پورتر و استراتژی های عمومی پارسونز .....
۴۴	جدول ۷-۲: مقایسه جایگاه فرهنگ در مدل های استراتژی .....
۵۱	جدول ۸-۲: سایر مطالعات داخلی .....
۵۸	جدول ۱-۳: متغیرها و گویه های تحقیق .....
۶۷	جدول ۱-۴: سازمان های مورد بررسی .....
۶۸	جدول ۲-۴: پست سازمانی .....
۶۸	جدول ۳-۴: میزان تحصیلات .....
۶۹	جدول ۴-۴: جنسیت .....
۷۱	جدول ۵-۴: توزیع متغیرهای فرهنگ سازمانی در سازمان های مورد بررسی .....

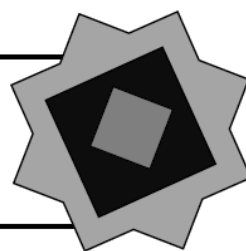
- جدول ۴-۶: توزیع متغیرهای فرهنگ سازمانی در سازمان های مورد بررسی ..... ۷۳
- جدول ۴-۶: آماره های توصیفی متغیر فرهنگ سازمانی ..... ۷۳
- جدول ۴-۸: آماره های توصیفی متغیر استراتژی فناوری اطلاعات سازمان ..... ۷۴
- جدول ۴-۹: همبستگی بین متغیرها ..... ۷۵
- جدول ۴-۱۰: رابطه بین متغیرها ..... ۷۶
- جدول ۴-۱۱: نتایج تحلیل رگرسیون برای متغیر استراتژی فناوری اطلاعات ..... ۷۷
- جدول ۴-۱۲: نتایج تحلیل رگرسیون برای متغیر استراتژی محدودیت منابع ..... ۷۹
- جدول ۴-۱۳: نتایج تحلیل رگرسیون برای متغیر استراتژی انحصار ..... ۸۱
- جدول ۴-۱۴: نتایج تحلیل رگرسیون برای متغیر استراتژی بازار آزاد ..... ۸۳
- جدول ۴-۱۵: نتایج تحلیل رگرسیون برای متغیر استراتژی مرز فناوری ..... ۸۵
- جدول ۴-۱۶: نتایج آزمون فرضیه های پژوهش ..... ۸۶
- جدول ۵-۱: نتایج آزمون اسپیرمن برای فرضیه اصلی ..... ۹۰
- جدول ۵-۲: نتایج آزمون اسپیرمن برای فرضیه های فرعی ..... ۹۰
- جدول ۵-۱: نتایج آزمون اسپیرمن برای فرضیه فرعی ..... ۹۱

## فهرست شکل ها

- شکل ۱-۱: مدل تحقیق ..... ۹
- شکل ۲-۱: ساختار تحقیق ..... ۱۳
- شکل ۱-۲: سطوح فرهنگی ..... ۲۰
- شکل ۲-۲: منابع و منشا فرهنگ سازمانی ..... ۲۶
- شکل ۳-۲: انواع فرهنگ سازمانی ..... ۲۹
- شکل ۴-۲: مدل فرهنگ سازمانی از دیدگاه دنیسون ..... ۳۳
- شکل ۵-۲: طبقه بندی فرهنگ سازمانی از دیدگاه والاچ ..... ۳۵
- شکل ۱-۳: مدل مفهومی تحقیق ..... ۵۵
- شکل ۱-۵: مدل نهایی تحقیق ..... ۹۲
- شکل ۲-۵: مدل پیشنهادی تحقیق برای استفاده مدیران ..... ۹۴

فصل اول

کلیات پژوهش



## ۱-۱) مقدمه

زندگی بشر از عصر تولید انبوه به عصر ارتباطات نامحدود و مدیریت اطلاعات و دانش ارتقاء یافته و کلیه فرآیندها و فعالیتهای اقتصادی، فرهنگی، صنعتی، سیاسی و روابط اجتماعی جوامع را تحت تاثیر تغییراتی اساسی قرار داده است. چارچوب ساختاری تشکیل دهنده این عصر را تولید، پردازش، انتقال و مدیریت اطلاعات و ارتباطات به منظور ایجاد پایگاههای دانش و معرفت فردی، گروهی، سازمانی و کشوری جهت ارائه خدمات الکترونیکی تشکیل می‌دهد و لذا فناوری اطلاعات را برای سازمانها و جوامع بشری، به‌عنوان عامل حیاتی و تعیین کننده مطرح ساخته است.

جامعه جهانی در عصری به سر می‌برد که در آن اطلاعات و دانش را سرمایه اصلی و عامل اساسی رشد و توسعه یک جامعه می‌شناسد تا آنجا که "دانش، توانایی است" ، شعار اصلی این عصر است. اطلاعات، ابزار و عامل اساسی به کارگیری دانش در عصر حاضر است. حقیقت این است که شاغلان بخش اطلاعات از بزرگترین طبقات فعال فناوری اطلاعات و از مهمترین و عمدهترین ساختارهای موجود در جامعه امروز است. پیدایش و گسترش این ساختار متکی به سه عامل تغییرات پویا و پیشرفت فناوری، تجارت جهانی و پیشرفتهای اجتماعی و فرهنگی است. فناوری اطلاعات<sup>۱</sup> در پیوند بین فعالیتهای مختلف یک سازمان و نیز فعالیت های بین سازمانی، منطقیهای و بینالمللی نقش اساسی دارد. استفاده از فناوری اطلاعات در دنیای امروز، ضامن بقا و تداوم فعالیت‌های یک سازمان است و بدون بهره مندی از آن نه تنها امکان استفاده از روش‌های نوین در سازمان فراهم نمی‌شود بلکه امکان رقابت با سازمان‌های دیگر نیز از میان خواهد رفت. ره آورد عصر فناوری اطلاعات، کاهش اهمیت نسبی پردازش اطلاعات و کاربرد قابل توجه فناوری اطلاعات در برنامه ریزی مدیریت و استفاده راهبردی از آن در سازمان است. امروزه کاربرد بالقوه فناوری اطلاعات در سازمان بسیار زیاد است. تعیین راهکارهای استفاده از فناوری اطلاعات در هر سازمان، به نحوه تفکر مدیریت آن سازمان بستگی دارد. تعیین این راهکارها از وظایف مدیران ارشد است.

در دنیای امروز اطلاعات نه تنها به عنوان یکی از منابع و دارایی‌های اصلی سازمان‌ها شناخته می‌شود، بلکه در حکم وسیله و ابزار برای مدیریت موثر سایر منابع و دارایی‌های سازمان (منابع مالی، نیروی انسانی و غیره) نیز محسوب شده و لذا از اهمیت و ارزش ویژه‌ای در سازمانها برخوردار گشته است. اما این ارزش تنها در صورتی محقق و دست یافتنی خواهد شد که اطلاعات بتواند در بستر مناسب و متناسب با زیرساخت‌ها و فرهنگ سازمان و حتی جامعه، در اختیار استفاده‌کنندگان قرار گیرد و ارتباطات بصورت مطلوب و بهینه در سازمان برقرار گردد و از این رو است که، فرهنگ هر جامعه و سازمانی زمینه سازی برای انتقال، جابجایی، بکارگیری و مدیریت موثر اطلاعات در سازمان می‌باشد و از اهمیت حیاتی برخوردار گشته است.

## ۲-۱) بیان مسئله و اهمیت موضوع

### ۱-۲-۱) بیان مسئله

مدیریت استراتژیک<sup>۱</sup> به سازمان این امکان را می‌دهد که به شیوه‌های خلاق و نوآور عمل کند و برای شکل دادن به آینده خود به صورت انفعالی عمل نکند. این شیوه مدیریتی باعث می‌شود که سازمان دارای ابتکار عمل باشد و فعالیتها بخش را به گونه‌ای رقم بزند که بتواند سرنوشت خود را تعیین و آینده را تحت کنترل درآورد. از آنجا که هیچ سازمانی منابع نامحدود ندارد، رویکرد استراتژیک می‌تواند با دخی کلنگر سازمانها را متعهد سازد که برای یک دوره نسبتاً بلند مدت محصولی خدمت خاص با نام مشخص و برتر تولیدی ارائه دهد، در بازار مشخصی به فعالیت پردازد و سرانجام از منابع و فناوری‌های شناخته شده جهت برتری استفاده کند. (Fred R, David, 2002, p45) شرکتها به منظور بقای بلندمدت در عرصه رقابت، نیازمند استفاده از یک رویه استراتژیک در مدیریت منابع استراتژیک خود هستند. به طور حتم، اطلاعات یکی از منابع استراتژیک شرکتهاست. منابع استراتژیک، خود، منشأ مزیت رقابتی هستند و چالش مدیران در شناسایی و مدیریت این منابع است و حتی می‌توان گفت بارزترین مهارت حرفهای مدیران؛ قابلیت و توانایی آنها در ایجاد، حفظ، مراقبت و ارتقای سیستم‌های اطلاعاتی و به دنبال آن کسب مزیت رقابتی می‌باشد.

<sup>1</sup> Strategic Management

یکی از مهمترین واکنش‌ها در برابر فشارهای کسب و کار ناشی از فشارهای فناوری ، توسعه استراتژی است. وقتی چنین واکنشی به وجود آمد (که نقش حمایتی فناوری اطلاعات را در بر دارد) شرکت می‌تواند برنامه‌های تاکتیکی و عملیاتی خود را توسعه ببخشد و سیستم‌های راهبردی خاص تحت پشتیبانی فناوری اطلاعات را طراحی کند. (Turban, 2005, p.31) سیستم‌های راهبردی مزایایی راهبردی برای سازمان‌ها فراهم می‌نمایند که آنان را قادر می‌سازد سهم بازار یا سود خود را افزایش دهند، با تامینکنندگان بهتر مذاکره کنند و از ورود رقبای به حوزه خود جلوگیری کنند. (Callon, 1996) نظر به تغییرات پدیدارشناسانه اقتصادی در سطح بین‌المللی و ظهور مدیریت دانش در کسب و کار، سازمان‌ها بر آن شده‌اند تا از سیستم‌های اطلاعاتی بهره‌برداری لازم را بنمایند و از این طریق به خلق مزیت رقابتی بپردازند. یکی از پیامدهای پیشرفت‌های فناوری تبدیل اطلاعات به دستمایه اصلی حرکت در میدان رقابت است. شعار "اطلاعات همه چیز است" یکی از مهمترین راهکارهای حرکت بهینه در مسیر پیشرفت صنایع بزرگ را مشخص کرده و امروزه دسترسی سریع به اطلاعات صحیح یکی از پارامترهای کلیدی در اتخاذ تصمیمات صحیح مدیریتی است (اخگر، ۱۳۸۹، ص ۴).

در دلفی پر تلاطم امروز موفقیت سازمان‌ها در گرو جهت‌گیری همه بخش‌های سازمان در راستای مسری استراتژی‌های آن سازمان است، آنچه در این بین از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ مکمل بودن استراتژی با فرهنگ سازمان است. اگر استراتژی سازمان با فرهنگ آن هماهنگی لازم را نداشته باشند، خطر شکست کسب و کار سازمان افزایش می‌یابد. با توجه به سرمایه‌گذاری‌های فراوانی که امروزه سازمان‌های مختلف در زمینه فناوری اطلاعات انجام می‌دهند، آنچه برای سازمان‌ها بسط مهم می‌باشد، این است که فناوری اطلاعات به عنوان یک منبع استراتژیک در جهت رسیدن به اهداف استراتژیک سازمان مورد استفاده قرار گیرد. (پورپنجانی ، ۱۳۸۵) محققان بر این باورند که شایستگی‌های یک جامعه برای اجرای استراتژی، بستگی زیادی به زیربنای سخت افزاری و نرم‌افزاری دارد؛ چرا که فرهنگ و هنجارهای آن، زیربنای نرم‌افزاری هر جامعه تلقی می‌شود. (Tompson, 2003, p.418) با توجه به نتایج مطالعات انجام گرفته در داخل کشور، میزان ارتباط ساختارها و زیر ساخت‌های فناوری اطلاعات با فرهنگ سازمانی در سطح پایینی قرار دارد و این میزان توجه به فرهنگ سازمانی در موسسات مختلف دارای سطوح متفاوتی می‌باشد.

حتی اگر سازمانی هدف‌های خود را به خوبی تدوین کرده باشد، باز این سوال وجود دارد که یک سازمان چگونه می‌تواند مطمئن باشد که فرهنگ سازمانی از استراتژی‌های تدوین شده حمایت



می‌کند؟ و آیا فرهنگ سازمانی و استراتژی *IT* سازمان روش‌های مستقلی برای افزایش موفقیت سازمان هستند یا با یکدیگر تعامل دارند؟ (اعرابی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۵) به طور خلاصه چه رابطه‌ای بین استراتژی، فرهنگ و فناوری اطلاعات وجود دارد و چگونه می‌توان آنها را با یکدیگر ترکیب کرد تا به این ترتیب، مزیت رقابتی سازمان تقویت شود؟

### ۱-۲-۲) اهمیت موضوع

با توجه به اهمیت موضوع فرهنگ سازمانی، از جهت وابستگی سرنوشت نهادهای جامعه به تصمیمات اتخاذی مدیران در سازمان‌های مختلف، مطالعه بر روی میزان توجه مدیران به فرهنگ سازمانی و عوامل موثر بر میزان این توجه در زمان اتخاذ یک تصمیم می‌تواند از اهمیت زیادی برخوردار باشد. چرا که یک تصمیم نادرست و غیرمنطقی به ویژه در حوزه فناوری اطلاعات بدون توجه به فرهنگ آن سازمان می‌تواند خسارات جبران ناپذیری را به سازمان تحمیل کند. موضوعی که در ده سال اخیر مورد توجه قرار گرفته است، حرکت به سمت استراتژی فناوری اطلاعات است، اما متأسفانه تلاش کمی برای تعیین رابطه بین مفهوم فرهنگ سازمانی و استراتژی فناوری اطلاعات شکل گرفته است و هنوز ابزار کاربردی مناسبی برای برقراری ارتباط بین اهداف استراتژیک، فرهنگ سازمانی و استراتژی فناوری اطلاعات ایجاد نشده است. بررسی این رابطه در سازمان‌های دولتی ایران مساله تحقیق حاضر است. در این صورت مساله مهمی که مطرح می‌شود، این است که با توجه به نوع فرهنگ سازمانی چه نوع سیستم‌های اطلاعاتی باید در سازمان‌های منتخب دولتی ایران به کار گرفته می‌شود؟ پس از بررسی فرهنگ سازمانی هر یک از این سازمان‌ها در نهایت پیشنهاد می‌شود از کدام استراتژی فناوری اطلاعات استفاده نمایند. در نهایت مدیران با در نظر گرفتن نتایج این پژوهش و متناسب با فرهنگ سازمانی خود، استراتژی‌های فناوری اطلاعات را تعیین و اجرا نمایند.

### ۱-۳) هدف‌های تحقیق

#### ۱-۳-۱) هدف اصلی

هدف اصلی این تحقیق بررسی رابطه استراتژی فناوری اطلاعات و فرهنگ سازمانی می‌باشد.

## ۱-۳-۲) هدفهای فرعی

در واقع هدف این تحقیق مشخص کردن این مطلب است که سازمان‌ها با فرهنگ‌های مختلف از چه استراتژی فناوری اطلاعاتی استفاده نمایند تا میزان اثربخشی خود را افزایش دهند، از این رو اهداف فرعی زیر در تحقیق مورد نظر می‌باشند:

- بررسی تاثیر فرهنگ بوروکراتیک بر استراتژی محدودیت منابع *IT*
- بررسی تاثیر فرهنگ حمایتی بر استراتژی انحصار *IT*
- بررسی تاثیر فرهنگ نوآوری بر استراتژی محدودیت منابع *IT*
- بررسی تاثیر فرهنگ نوآوری بر استراتژی انحصار *IT*
- بررسی تاثیر فرهنگ نوآوری بر استراتژی بازار آزاد *IT*
- بررسی تاثیر اندازه سازمان بر استراتژی *IT*

## ۱-۴) سوالهای تحقیق

سوال‌هایی که این تحقیق در پی پاسخگویی به آنها است و انتظار می‌رود که در پایان تحقیق به پاسخ آنها برسیم؛ عبارتند از:

## ۱-۴-۱) سوالهای اصلی تحقیق

فرهنگ سازمانی چه تأثیری بر استراتژی فناوری اطلاعات دارد؟

## ۱-۴-۲) سوالهای فرعی تحقیق

۱. آیا فرهنگ بوروکراتیک سازمان تأثیری بر استراتژی محدودیت منابع *IT* دارد؟
۲. آیا فرهنگ حمایتی سازمان تأثیری بر استراتژی انحصار *IT* دارد؟
۳. آیا فرهنگ نوآوری سازمان تأثیری بر استراتژی بازار آزاد *IT* دارد؟
۴. آیا فرهنگ نوآوری سازمان تأثیری بر استراتژی مرز *IT* دارد؟
۵. آیا فرهنگ نوآوری سازمان تأثیری بر استراتژی انحصار *IT* دارد؟
۶. آیا اندازه سازمان تأثیری بر استراتژی فناوری اطلاعات دارد؟

## ۵-۱) روش شناسی تحقیق

## ۱-۵-۱) نوع تحقیق

تحقیقات کاربردی به منظور حل سریع مسائل و مشکلات و اتخاذ تدابیر لازم انجام میشود. این نوع تحقیق با استفاده از یافته‌های تحقیقات بنیادی در صدد حل مشکلات گوناگون بر میآید. در این تحقیق، ما یافته‌های تحقیق‌های بنیادی را در صحنه عمل می‌آزماییم. بنابراین، برخلاف جنبه نظری بیشتر به سمت پدیده‌های واقعی و مسایل عملی معطوف شده و در شرایط غیر آزمایشگاهی و در رویارویی با واقعیات سازمانی، محیطی و... عمل می‌نماییم. به عبارت دیگر، در این تحقیق ناظر به مسائلی خواهیم بود که سازمان با آنها مواجه می‌شود و نتایج آن می‌تواند در سازمانها قابل استفاده باشد و یا کاربرد ویژه‌ای در تصمیمات سازمان داشته باشد.

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات توصیفی و از نوع پیمایشی است. با توجه به موضوع تحقیق و متغیرهای مورد بررسی در آن، اطلاعات اولیه مورد نیاز جهت آزمون فرضیه‌ها از طریق پرسشنامه و اطلاعات ثانویه نیز از مطالعه مقاله‌های تخصصی و اطلاعات کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. مخاطب پرسشنامه مدیران ارشد (مدیران استراتژیک)، مدیران یا معاونان بخش فناوری اطلاعات و مدیران یا معاونان بخش فرهنگی یا اجتماعی یا پژوهشی سازمان‌های دولتی هر واحد نمونه‌گیری است.

## ۱-۵-۲) جامعه و نمونه آماری

جامعه این تحقیق یک جامعه هدفدار و در دسترس از میان سازمان‌های دولتی انتخاب شدند این انتخاب با مطالعه منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با صاحب نظران<sup>۱</sup> به عنوان سازمان‌هایی با فرهنگ‌های مختلف شناسایی شده اند. این سازمان‌ها شامل چهار سازمان مختلف و مجموعاً حدود ۱۱۰ سازمان و شرکت تابعه است که به دلایلی حجم و پراکندگی به انتخاب نمونه از میان آنها می‌پردازیم. و تعداد نمونه را بر اساس فرمول کوکران تعیین می‌نماییم. که فرمول آن عبارتست از:

<sup>۱</sup> مصاحبه با دکترالوانی در تاریخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۵ به وسیله پژوهشگر

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot pq}{N \cdot e^2 + z^2 \cdot pq}$$

رابطه ۱-۱: فرمول کوکران

در این فرمول،  $z = 1.96$ ،  $p = 0.5$ ،  $q = 1 - p$ ، و  $e$  را نیز  $0.1$  در نظر می‌گیریم.

### ۱-۵-۳) قلمرو تحقیق

از نظر مکانی، این تحقیق در برگیرنده چهار سازمان دولتی ایران است (نیروی انتظامی، سازمان آموزش و پرورش، سازمان بنیاد شهید و شهرداری)، که در زمان انجام تحقیق فعال هستند. از نظر زمانی نیز سالهای ۹۰-۱۳۸۹ را در بر می‌گیرد.

### ۱-۵-۴) ابزار جمع‌آوری داده‌ها

همانطور که گفته شد، در این تحقیق به منظور جمع‌آوری اطلاعات اولیه از پرسشنامه استفاده می‌شود. سوالات پرسشنامه از نوع بسته و از طیف لیکرت استفاده شد. این پرسشنامه از دو قسمت تشکیل شده است. قسمت اول مربوط به میزان مطابقت جمله ذکر شده با فرهنگ سازمان فرد پاسخ دهنده می‌باشد، که پاسخ دهنده، گزینه خود را از طیف کمترین تطابق تا بیشترین تطابق انتخاب کرد. قسمت دوم نیز تطابق جمله ذکر شده با استراتژی فناوری اطلاعات در سازمان را می‌سنجد، که پاسخ دهنده از طیف کمترین تطابق تا بیشترین تطابق، گزینه مورد نظر را انتخاب نمود. این پرسشنامه‌ها در اختیار افراد انتخاب شده در نمونه تحقیق قرار داده شد.

### ۱-۵-۵) روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

پس از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از فنون آمار توصیفی، به توصیف داده‌ها پرداخته و در این راستا از جداول توزیع فراوانی و توافقی، رسم نمودار و محاسبه شاخص‌ها استفاده شده است. همچنین با توجه به نوع متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق و سنجه‌های انتخاب شده برای اندازه‌گیری این متغیرها، جهت تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از تحلیل‌های همبستگی و تخمین تابع رگرسیون استفاده شد.