



به نام خدا

تاییدیه اعضای هیات داوران در جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

اعضای هیات داوران نسخه نهایی پایان نامه کارشناسی ارشد آقای علی بختیار تحت عنوان « تدوین راهبردهای فناوری اطلاعات هم راستا با راهبردهای کسب و کار (مطالعه موردی: شرکت ملی نفت ایران) » را از نظر فرم و محتوا بررسی نموده و پذیرش آن را برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کند.

اعضای هیات داوران	نام و نام خانوادگی	رتبه علمی	امضا
۱- استاد راهنما	دکتر شعبان الهی	استادیار	
۲- استاد مشاور	دکتر حمیدرضا ربیعی	دانشیار	
۳- استاد ناظر	دکتر سید سپهر قاضی نوری	دانشیار	
۴- استاد ناظر	دکتر فتاح میکائیلی	استادیار	
۵- نماینده تحصیلات تکمیلی	دکتر سید سپهر قاضی نوری	دانشیار	

آیین نامه چاپ پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیتهای علمی - پژوهشی دانشگاه است بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه) عبارت ذیل را چاپ کند:

«کتاب حاضر، حاصل پایان نامه کارشناسی ارشد/ رساله دکتری نگارنده در رشته **مدیریت منابع انسانی** است که در سال **۱۳۸۸** در دانشکده **مدیریت و اقتصاد** دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی سرکار خانم/جناب آقای دکتر **سبحان الهی**، مشاوره سرکار خانم/جناب آقای دکتر **حمیدرضا ربیعی** و مشاوره سرکار خانم/جناب آقای دکتر _____ از آن دفاع شده است.»

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به «دفتر نشر آثار علمی» دانشگاه اهدا کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.


ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۲، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تأدیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت بهای خسارت، دانشگاه می تواند خسارت مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند؛ به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تأمین نماید.

ماده ۶: اینجانب **علی نجیب** دانشجوی رشته **مدیریت منابع انسانی** کارشناسی ارشد تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.

نام و نام خانوادگی: **علی نجیب**

تاریخ و امضا:


۸۹، ۳، ۲



دانشکده مدیریت و اقتصاد
گروه مدیریت فناوری اطلاعات

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات
(گرایش سیستم‌های اطلاعاتی پیشرفته)

تدوین راهبردهای فناوری اطلاعات هم راستا با راهبردهای کسب و کار (مطالعه موردی: شرکت ملی نفت ایران)

دانشجو: علی بختیار

استاد راهنما: دکتر شعبان الهی

استاد مشاور: دکتر حمیدرضا ربیعی

آذر ماه ۱۳۸۸

تقدیم به :

زیباترین آموزگار زندگی، "پدر بزرگوارم":
که با تمامی عشق، چشم به تاریکی دوخت تا بهار روشنی را در
دستان ما لمس کند. انشاء الله خداوند توفیق اجر نهادن به
زحمات خالصانه‌اش را به ما عطا فرماید.

به یاد آن مهربان سفرکرده، "مادر عزیزم":
که هنوز عطر چادرش نوید ماندن در کنارمان را می‌دهد و
سجاده‌اش نوید دعاهایش را. به امید که دعاهایش همواره
قرین راهمان باشد.

فروزان‌ترین ستاره زندگی، "همسر فداکارم":
فرشته‌ای که با قامت استوارش به من توان ایستادن داد

و گرانبهاترین سرمایه زندگی، "فرزند عزیزم"

تقدیر و تشکر:

حال که به لطف خداوند متعال، تلاشمان در عرصه پژوهش با موضوع "برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات همراستا با راهبردهای کسب و کار" به بار نشست، به جاست که زحمات اساتید ارجمند جناب آقای دکتر شعبان الهی و جناب آقای دکتر حمیدرضا ربیعی را ارج نهاده، برای آنها از حضرت حق توفیق روزافزون در عرصه علمی جمهوری اسلامی آرزو نمایم. همچنین از دوستان ارجمند جناب آقای سعید مشایخی‌زاده و جناب آقای فاضل مریدی که یار بنده در تدوین این اثر علمی بودند، سپاسگزارم و امیدوارم همواره شاهد پویایی ایشان در اعتلای سطح علمی کشور باشیم.

از کارکنان تلاشگر دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس و به‌ویژه از تلاشهای جناب آقای احمد نجفی که نقش بی‌بدیلی در سرعت بخشیدن به عملیات اداری در گروه مدیریت فناوری اطلاعات دانشکده دارند، نیز کمال سپاس و قدردانی را دارم و برای ایشان نیز سعادت و موفقیت بیش از پیش را خواستارم.

تقدیر و تشکر:

از حوزه مدیریت پژوهش و توسعه شرکت نفت فلات قاره ایران که این پایان نامه را تحت حمایت فنی و مالی قرار داده است، کمال سپاس را دارد. امید دارم که مدل این پایان نامه در آن شرکت مورد استفاده مدیران راهبردی در حوزه سازمانی و متخصصان در حوزه برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات قرار گرفته و پنجره‌ای را به سوی پژوهش‌های کاربردی‌تر برای تعالی و پویایی آن شرکت فراهم آورد.

چکیده:

در برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات بسیاری از جنبه‌های یک راهبرد موثر در تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و بیرونی مورد غفلت قرار می‌گیرد و در نتیجه دارای ضعف هم از جهت توجه به همه مؤلفه‌هاست و هم نمی‌تواند همسو و هم‌راستا با راهبردهای کسب و کار در سازمانها باشد. این پژوهش بر آن است تا با توسعه مدل دیوید تجزیه و تحلیل هریک از عوامل داخلی و خارجی را با یک متدلوژی علمی بررسی نماید. بدین منظور ابتدا طبق مدل همسویی C⁴ فرآیندهای کسب و کار استخراج و همزمان قوتها و ضعفهای فناوری اطلاعات با متدلوژی زنجیره ارزش پورتر در قالب فعالیتهای اصلی و پشتیبان مورد شناسایی قرار گرفت. همچنین مولفه‌های تاثیر گذار بیرونی با متدلوژی PEST شناسایی و پس از استخراج پرسشنامه، به تایید خبرگان رسید. در انتهای پژوهش ضمن قیاس مدل مفهومی پژوهش با سایر مدلها، راهبردهای فناوری اطلاعات هم‌راستا با راهبردهای کسب و کار در شرکت ملی نفت ایران تدوین گردیده است.

واژه‌های کلیدی: زیرساخت فناوری اطلاعات، سیستم‌های اطلاعاتی راهبردی، برنامه‌ریزی

راهبردی فناوری اطلاعات، همسویی راهبردی فناوری اطلاعات با کسب و کار

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	چکیده.....
۸	فصل اول - کلیات.....
۹	مقدمه.....
۱۳	۱-۱- تعریف مساله،اهداف.....
۱۳	۱-۲- سئوالات پژوهش.....
۱۳	۱-۳- فرضیه ها.....
۱۴	۱-۴- مواد و روش انجام پژوهش.....
۱۴	۱-۵- محدودیت های پژوهش.....
۱۵	۱-۶- مروری بر فرآیندهای کسب و کار در صنعت نفت.....
۱۶	۱-۷- شیوه گردآوری داده و اطلاعات.....
۱۶	۱-۸- جامعه آماری پژوهش.....
۱۷	۱-۹- روش نمونه‌گیری و تعداد نمونه.....
۱۷	۱-۱۰- روش تحلیل آماری.....
۱۹	فصل دوم- ادبیات موضوع.....
۲۰	۲-۱- ادبیات برنامه ریزی راهبردی.....
۲۰	۲-۱-۱- تعاریف مدیریت راهبردی.....
۲۱	۲-۱-۲- تعاریف برنامه ریزی راهبردی.....
۲۱	۲-۱-۳- برنامه ریزی راهبردی در سازمانهای دولتی.....
۲۲	۲-۱-۴- پیشینه برنامه ریزی راهبردی در سازمانهای عمومی و دولتی.....
۲۲	۲-۱-۵- مقایسه ویژگی‌های بخش خصوصی و دولتی.....
۲۳	۲-۲- پارادایم های شکل گیری راهبرد و برنامه ریزی راهبردی.....
۲۴	۲-۲-۱- پارادایم های تجویزی (پیش تدبیری).....
۲۴	۲-۲-۲- پارادایم توصیفی(تجربی- انطباقی).....
۲۵	۲-۳-۱- مکاتب تحت پارادایم تجویزی.....
۲۵	۲-۳-۱-۱- مکتب طراحی.....
۲۵	۲-۳-۱-۲- مکتب برنامه‌ریزی.....

- ۲۶ مکتب موقعیت‌یابی ۳-۱-۳-۲
- ۲۶ مکاتب تحت پارادایم توصیفی ۲-۳-۲
- ۲۶ مکتب کارآفرینی ۱-۲-۳-۲
- ۲۶ مکتب شناختی ۲-۲-۳-۲
- ۲۷ مکتب یادگیری ۳-۲-۳-۲
- ۲۷ مکتب قدرت ۴-۲-۳-۲
- ۲۸ مکتب فرهنگی ۵-۲-۳-۲
- ۲۸ مکتب محیطی ۶-۲-۳-۲
- ۲۸ ادبیات فلسفه وجودی تدوین راهبرد فناوری اطلاعات ۴-۲
- ۳۰ تاثیرات راهبردی فناوری اطلاعات ۵-۲
- ۳۲ کارکرد راهبرد فناوری اطلاعات جهت همسویی با فرآیندهای کسب و کار ۶-۲
- ۳۳ نقش فناوری اطلاعات در بهره‌وری نیروی انسانی ۷-۲
- ۳۵ تاثیرات کاربردی فناوری اطلاعات بر نیروی انسانی ۸-۲
- ۳۵ تأثیر فناوری اطلاعات در نقش کارکنان ۱-۸-۲
- ۳۵ تغییر شیوه کنترل کارکنان ۲-۸-۲
- ۳۵ تغییر انگیزش کارکنان ۳-۸-۲
- ۳۵ بهره‌برداری حداکثری از دانش کارکنان ۴-۸-۲
- ۳۶ معرفی کلی مدل تدوین راهبرد ۹-۲
- ۳۶ مدل SPACE ۱-۹-۲
- ۳۷ کارت امتیازی متوازن (BSC) ۲-۹-۲
- ۳۷ متدولوژی PEST ۳-۹-۲
- ۳۸ مدل آردیوید ۴-۹-۲
- ۴۰ زنجیره ارزش پورتر ۵-۹-۲
- ۴۱ متدولوژی PEST ۶-۹-۲
- ۴۲ معرفی مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات ۱۰-۲
- ۴۲ مدل رشد فناوری اطلاعات ۱-۱۰-۲
- ۴۳ مدل عوامل کلیدی موفقیت ۲-۱۰-۲
- ۴۳ مدل کارت امتیازی متوازن ۳-۱۰-۲
- ۴۴ معرفی مدل‌های همسویی راهبرد فناوری اطلاعات با راهبردهای کسب و کار ۱۱-۲
- ۴۶ مدل لوفتمن ۱-۱۱-۲
- ۴۶ مدل تالون ۲-۱۱-۲
- ۴۷ مدل ریچ و بندبست ۳-۱۱-۲

۴۷ مدل کلارک
۴۸ مدل کاژمن
۴۹ مدل C۴ همسوئی
۴۹ جهت‌گیری روشن و واضح سازمان
۴۹ وجود تعهد
۴۹ ارتباطات
۵۰ یکپارچگی بین بخشها
۵۰ جایگاه فناوری اطلاعات راهبردی در قوانین توسعه
۵۳ سند ملی راهبردی فناوری اطلاعات
۵۳ سایر فرصتها
۵۴ تهدیدها
۵۵ قوتها و ضعفها
۵۷ ساختار، مؤلفه‌ها و فرایندهای کسب و کار در شرکت ملی نفت ایران
۵۷ آشنایی با شرکت ملی نفت ایران
۵۹ زنجیره ارزش در شرکت ملی نفت ایران
۶۱ فرآیندهای کسب و کار در شرکت ملی نفت ایران
۶۲ شرکتهای نفتی بین‌المللی همکار
۶۴ وضعیت زیرساختهای فناوری اطلاعات در شرکت ملی نفت ایران
۶۵ وضعیت سیستم‌های اطلاعات مدیریت
۶۵ سیستم‌های یکپارچه عمومی که در کل صنایع نفت، گاز و پتروشیمی اجرا میشود
۶۶ شرح برخی از سیستم‌های یکپارچه در شرکت ملی نفت ایران
۶۶ سیستم جامع نیروی انسانی
۶۷ سیستم جامع یکنواخت کالا
۶۷ سیستم جامع صادرات و واردات نفت خام و فرآورده
۶۸ سیستم اتوماسیون اداری
۶۸ سیستم حسابداری صنعتی
۶۹ سیستم جامع سامانه اطلاعات بالادستی
۶۹ سیستم‌های مالی، حقوق، دستمزد، اموال، خزانه
۷۰ سیستم سهمیه‌بندی نفت سفید
۷۰ جمع‌بندی و استخراج عوامل و مؤلفه‌های برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات

۷۱	فصل سوم- روش شناسی پژوهش.....
۷۳	انتخاب متدولوژی مناسب برای تحقیق.....
۷۳	مقایسه پارادایم‌ها و مکاتب با یکدیگر و انتخاب پارادایم و مکتب مناسب تحقیق.....
۷۵	۳- ۱- معرفی مدل پژوهش.....
۷۵	۳-۱-۱- اجزاء مدل همسوئی راهبرد.....
۷۵	۳-۱-۱-۱- راهبرد کسب و کار.....
۷۵	۳-۱-۱-۲- زیرساخت سازمانی.....
۷۶	۳-۱-۱-۳- راهبرد فناوری اطلاعات.....
۷۶	۳-۱-۱-۴- زیرساخت فناوری اطلاعات.....
۷۷	۳-۲- چشم‌اندازهای همسویی راهبرد.....
۷۹	۳-۳- معرفی ساختار و مولفه‌های موثر در برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات.....
۷۹	۳-۴- برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات و انطباق آن بر شرکت ملی نفت ایران.....
۸۰	۳-۴-۱- شروع و آمادگی.....
۸۰	۳-۴-۲- تحلیل راهبرد.....
۸۰	۳-۴-۳- ارزیابی ISVT فعلی.....
۸۱	۳-۴-۴- تحلیل عملیات سازمان.....
۸۱	۳-۴-۵- تکمیل مدل سازمانی.....
۸۲	۳-۴-۶- تعریف معماری اطلاعات.....
۸۲	۳-۴-۷- طراحی برنامه راهبردی IT.....
۸۲	۳-۴-۸- بازبینی و ارزیابی.....
۸۳	۳-۵- معرفی مدل تدوین راهبرد.....
۸۳	۳-۵-۱- ماموریت.....
۸۴	۳-۵-۲- تجزیه و تحلیل محیطی.....
۸۴	۳-۵-۲-۱- تجزیه و تحلیل محیط داخلی.....
۸۸	۳-۵-۲-۲- تجزیه و تحلیل محیط خارجی.....
۹۰	۳-۶- تدوین راهبردها.....
۹۱	۳-۷- جامعه آماری پژوهش.....
۹۲	۳-۸- روش نمونه‌گیری و تعداد نمونه.....
۹۳	۳-۹- ابزار پژوهش.....
۹۳	۳-۱۰- روش تحلیل آماری.....

۹۴	فصل چهارم- تجزیه و تحلیل داده ها و اطلاعات.....
۹۶	تجزیه و تحلیل نتایج پرسشنامه.....
۹۷	۴-۱- تجزیه و تحلیل مأموریت فناوری اطلاعات در شرکت ملی نفت ایران.....
۹۸	۴-۲- تجزیه و تحلیل محیط داخلی
۱۰۰	۴-۳- تجزیه و تحلیل محیط خارجی
۱۰۲	۴-۴- فهرست قوتها،ضعفها،فرصتها و تهدیدها بر اساس نظر خبرگان.....
۱۰۶	۴-۵- تدوین اهداف و راهبردها.....
۱۱۲	فصل پنجم- نتیجه گیری و پیشنهادهای
۱۱۴	۵-۱- نتیجه گیری.....
۱۱۷	۵-۱-۱- قیاس مدل پژوهش با سایر مدل‌های رایج.....
۱۱۸	۵-۱-۲- جنبه جدید بودن و نوآوری.....
۱۱۹	۵-۲- پیشنهادهای.....
۱۱۹	۵-۲-۱- پیشنهادهای اجرایی.....
۱۲۱	۵-۲-۲- پیشنهادهای پژوهشی.....
۱۲۲	منابع و مأخذ.....
۱۳۰	پیوست ۱.....
۱۳۸	پیوست ۲.....

فهرست کلیه نمودارها

نگاره ۱-۲-	زنجیره ارزش صنعت نفت ایران
نگاره ۲-۱-	رابطه بین کسب و کار و فناوری اطلاعات
نگاره ۲-۲-	الگوی جامع مدیریت راهبردی
نگاره ۲-۳-	زنجیره ارزش مایکل پورتر
نگاره ۲-۴-	زنجیره ارزش شرکت ملی نفت ایران
نگاره ۳-۱-	انطباق راهبردهای فناوری اطلاعات با راهبردهای کسب و کار
نگاره ۳-۲-	تطبیق فعالیتهای شرکت ملی نفت ایران روی زنجیره ارزش پورتر

فهرست کلیه جداول

- جدول ۱-۲- ماتریس SPACE
- جدول ۳-۲- ماتریس نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدها (SWOT)
- جدول ۴-۲- وضعیت شرکت ملی نفت ایران از جهت تولید نفت در جهان
- جدول ۵-۲- وضعیت شرکت ملی نفت ایران از جهت ذخیره گاز در جهان
- جدول ۶-۲- اسامی شرکتهای همکار با شرکت ملی نفت ایران
- جدول ۱-۳- نقاط قوت و ضعف برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات همراستا با راهبردهای کسب و کار روی زنجیره ارزش پورتر در شرکت ملی نفت ایران
- جدول ۲-۳- فرصتها و تهدیدهای برنامه ریزی راهبردی فناوری اطلاعات همراستا با راهبردهای کسب و کار روی عوامل چها رگانه PEST در شرکت ملی نفت ایران
- جدول ۱-۴- مفروضات آماری
- جدول ۲-۴- تجزیه و تحلیل ماموریت
- جدول ۳-۴- تجزیه و تحلیل محیط داخلی مبتنی بر نظر خبرگان
- جدول ۴-۴- تجزیه و تحلیل محیط بیرونی مبتنی بر نظر خبرگان
- جدول ۵-۴- فهرست قوت ها (Strength) براساس نظر خبرگان
- جدول ۶-۴- فهرست ضعف ها (Weakness) براساس نظر خبرگان
- جدول ۷-۴- فهرست فرصت ها (Opportunity) براساس نظر خبرگان
- جدول ۸-۴- فهرست تهدیدها (Threat) براساس نظر خبرگان
- جدول ۱-۵- قوتها و ضعفهای محیط داخلی در قالب فعالیتهای اصلی و پشتیبان مورد تایید خبرگان
- جدول ۲-۵- فرصتها و تهدیدهای محیط بیرونی تحلیل شده در قالب عوامل چهارگانه مورد تایید خبرگان
- جدول ۳-۵- قیاس میزان توجه به مؤلفه‌های تأثیرگذار در شناسایی عوامل داخلی و بیرونی در برنامه- ریزی راهبردی فناوری اطلاعات همراستا با راهبردهای کسب و کار

فصل اول

کلیات

مقدمه

امروزه نقش فناوری اطلاعات به عنوان یک فناوری نوین که می‌تواند تحول جدی در سازمان‌ها ایجاد نماید، مطرح است. از طرفی تاثیر گذاری فناوری اطلاعات با تحولاتی که پدیدار شدن صنعتی مثل راه آهن در سال‌های گذشته بر جوامع بشری گذاشته از جهاتی متفاوت بوده و گستره به مراتب وسیعتری را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد. حال سؤال اساسی این است که سازمان‌های در کلاس جهانی، چگونه می‌بایست اهداف فناوری اطلاعات را با اهداف کسب و کار خود همسو کنند تا به بیشترین مزیت رقابتی ممکن و رضایت مشتریان، تامین کنندگان و شرکاء خود، دست پیدا کنند و چرا برخی از شرکتها مانند «وال مارت» و «جنرال الکتریک» به این تناسب میان کسب و کار و برنامه های IT به صورتی یکپارچه و فراگیر دست یافته‌اند، و بسیاری نیز ناموفق بوده اند؟

یادآوری این نکته حیاتی است که کاربرد فناوری اطلاعات به تنهایی هزینه ها را کاهش نمی دهد، باعث افزایش بهره وری نمی شود و هوشمندی و زیرکی در کسب و کار را زیاد نمی کند. همسویی برنامه‌های فناوری اطلاعات و راهبردهای آن با توسعه کسب و کار می‌تواند تأثیر فراوانی در کاهش هزینه‌ها، خلق مزیت رقابتی، تقویت فرهنگ نوآوری، افزایش انعطاف‌پذیری و پاسخگویی سازمان، پیشبرد و بهبود کیفیت، گسترش خدمات مشتریان، توسعه و بهبود ارتباطات را در پی داشته باشد. در این پژوهش برآنیم تا با بهره‌گیری از اقدامات پژوهشی و اجرائی داخل و خارج کشور نسبت به ارائه مدل مفهومی تدوین راهبردهای فناوری اطلاعات اقدام نموده و در صورت قبول فرضیه‌ها ضمن

راهبردهای فناوری اطلاعات را هم‌سو و هم‌راستا با راهبردهای کسب و کار در شرکت ملی نفت ایران تدوین نمائیم. در این پایان‌نامه پس از تعریف مساله و سؤال‌ها و فرضیه‌های تحقیق، ابتدا به ادبیات برنامه‌ریزی راهبردی پرداخته، پس از آن مروری بر ادبیات فناوری اطلاعات نموده سپس برنامه‌ریزی راهبردی فناوری اطلاعات، تعاریف و مفاهیم آن و رویکردها و متدولوژی‌های این برنامه‌ریزی را از دیدگاه نظری مورد بررسی قرار داده و ضمن اشاره به پیشینه تحقیق در داخل کشور، فرآیند کسب و کار، ساختار و مولفه‌های وابسته آن در شرکت ملی نفت ایران را بررسی و به ادبیات هم‌راستایی راهبردهای فناوری اطلاعات با برنامه‌ها و راهبردهای کسب و کار می‌پردازیم. در ادامه، با ارائه روش تحقیق نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شناسایی کرده و با تجزیه و تحلیل داده فرضیه‌های پژوهش را بررسی و درنهایت پیشنهادهای اجرایی و پژوهشی این تحقیق ارائه خواهد شد.

۱-۱- تعریف مسأله، اهداف:

معرفی فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصادهای پیشرفته می‌تواند یک اثر نهایی داشته باشد و آن این است که می‌تواند بر تولید ناخالص داخلی این کشورها اثر بگذارد، ولی این اثرات به طور چشم‌گیری فزاینده نخواهد بود. از آنجائی که اقتصادهای در حال توسعه در شرایط کارا و بهینه عمل نمی‌کنند لذا معرفی فناوری اطلاعات و ارتباطات در چنین اقتصادهایی باعث می‌شود، ظرفیتی در اختیار این اقتصادها قرار گیرد تا مراحل توسعه را با سرعت بیشتری طی کنند.

در محیطی که بیشترین سرمایه‌گذاری سازمان‌ها بر روی فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی صورت می‌گیرد، سازمان‌ها در جهت رسیدن به اهداف راهبردی خود چاره‌ای جز استفاده از فناوری اطلاعات به عنوان یک منبع راهبردی ندارند و اینجاست که مفهوم انطباق راهبردهای فناوری اطلاعات و کسب و کار (همسویی راهبردی)، معنی پیدا می‌کند. هرچند تحقیقاتی که در زمینه مهندسی مجدد کسب و کار با تاکید بر فناوری اطلاعات در ۶۰ تا ۸۰ درصد آن نتایج ناموفقی داشته است اما در یک

۱_Marginal Effect

مطالعه موردی در شرکت موتور سازی CUMMINS با رویکرد انطباق راهبردی و اتصال بین راهبرد، فرآیند و مشتری برای کسب مزیت رقابتی نتیجه مثبتی در پی داشته است (Lockamy, smith, ۱۹۹۷). امروزه نقش راهبردی فناوری اطلاعات بر کسی پوشیده نیست همین امر سبب شده است تا سازمانها مسائل و مشکلات ناشی از طراحی و استقرار و نگهداری آنها را پذیرا باشند «سولو» اولین بار، چنین استدلالهای متناقضی را بیان نمود. وی می گوید که " شما رشد رایانه را می‌توانید در همه جا ملاحظه کنید، ولی داده های بهره وری چنین رشدی را از خود نشان نمی‌دهند". (Solow, ۱۹۸۷)

همسویی راهبردی، با بکارگیری فناوری اطلاعات به شیوه ای شایسته و بهنگام و در توازن با راهبردها، اهداف و نیاز های کسب و کار اشاره دارد. (walter baets, ۱۹۹۲). تحقیقات انجام شده در زمینه همسویی راهبردی، وجود ارتباط مثبت و مؤثر بین راهبردهای رقابتی، فناوری اطلاعات و عملکرد سازمانی را نشان می‌دهد و مدیرانی که در سازمانهایشان موفق به ایجاد همسویی راهبردهای کسب و کار و فناوری اطلاعات شده‌اند، تاکید می‌کنند که ایجاد یکپارچگی برای بقا و موفقیت سازمانها ضروری می‌باشد. (bergeron, ۲۰۰۳) در تازه ترین تعاریف از همسویی راهبرد به توسعه و بازیابی فناوری اطلاعات برای حمایت از راهبردهای کسب و کار پرداخته شده است. این مقاله که با استفاده از قابلیت‌های پویا و با یک مطالعه موردی در شرکتهای نیمه هادی تایوان مورد مطالعه قرار گرفته نشان داده است که سیستم‌های اطلاعاتی همسو با راهبردهای کسب و کار نبوده و به این دلیل موجب رکود و توقف فناوری اطلاعات شده است. همچنین وابستگی مسیر اولویت فناوری اطلاعات بر کسب و کار از موانع دیگر همسویی مورد توجه قرار گرفته است. نهایتا قابلیت‌های پویا که برای تولید و تقویت منابع فناوری اطلاعات حیاتی هستند به طور مثبت بر فرآیند همسوئی تاثیرگذارند. Ruey-shun chen (& ac, ۲۰۰۸)

دو فلسفه متفاوت برای توسعه سیستم های اطلاعاتی مورد استفاده قرار می گیرد. در یک فلسفه، سیستم های اطلاعاتی به عنوان یک سلاح دفاعی، تاکتیکی و عملیاتی برای پردازش نیازهای اطلاعاتی و گزارش دهی سریع به منظور بقای سازمان و حرکت در یک مسیر ثابت به کار می رود و در حقیقت اقدام منفعلانه به خود می گیرد و در فلسفه دیگر سیستم های اطلاعاتی به عنوان یک سلاح تهاجمی طوری عمل می نماید که می تواند برای شرکت مزیت رقابتی ایجاد نماید. (Herty, ۱۹۹۹)

باید توجه داشت که در مقوله توسعه زیرساخت های جهانی فناوری اطلاعات امروزه عوامل سازمانی و جنبه های غیر مدیریتی به عنوان یک اصل نیز از مولفه های تاثیر گذاری است که در کشور ما کمتر مورد توجه قرار می گیرد. در یکی از پژوهش های اخیر در نتایج حاصل از انعطاف پذیری ارزش تجاری زیرساخت فناوری اطلاعات، مولفه های فرآیندی، انسانی و فنی مورد بررسی قرار گرفته و از بین ۲۹۳ شرکت، نتیجه نشان داده که سایز بزرگ سازمانی و ارائه گزارش به مدیریت شرکتها بیشترین تاثیر مثبت را در استفاده از مزیت های رقابتی فناوری اطلاعات گذاشته است (Seev, Neuman, ۲۰۰۹). (Lior, fink) در پژوهش دیگری تغییرات موضوعی مباحث JSIS^۱ از ۱۹۹۱ تا انتهای ۲۰۰۹ مورد بررسی قرار گرفته و نتایج این تحقیق حاکی است که مقالات با رویکرد رهبری آینده تدوین می شود. (Guy, ۲۰۱۰) در یکی دیگر از مطالعات مدلی برای تخمین موفقیت SISP^۲ و در قالب یک کارکرد در عوامل کلیدی موفقیت ارائه شده است. این مطالعه تمامی اجزای SISP را یکپارچه کرده و دورنمای جدیدی را در مورد چگونگی تأثیر زیرساخت ها به عنوان ابزار ایجاد موفقیت در فرآیند SISP بیان داشته است. یافته های این مطالعه به صورت عملی براساس پرسشنامه دریافت شده از ۱۷۲ مدیر CIO^۳ مورد تأیید قرار گرفته است. این پژوهش رویکردهای SISP که اثر تبدیل کننده بر روابط اصلی میان عوامل موفقیت SISP و موفقیت های بدست آمده را داشت، استخراج نموده و بهترین پیش بینی کننده در این رابطه را مبتنی بر سه نوع روش تعامل میان عوامل موفقیت SISP با

۱) The Journal of Strategic Information Systems

۲) strategic information systems planning

۳) Chief information officer

رویکردهای آن دانسته است. همچنین در این پژوهش ترکیباتی خاص از رویکردها و فضاهاى SISP یافت شده است که میزان پارادوکس برنامه‌ریزی را کم و یا زیاد می‌کند. (Tamir, ۲۰۱۰) از طرفی بدیهی است که رفتار مسئولانه افراد، به طور یکسان با پول، موقعیت یا دیگر فواید محسوس قابل پاسخگویی نیست. گذشته از این، سبک رهبری آمرانه، به سبب این واقعیت که کارکنانی که هر روز دانش بیشتر و بیشتری کسب می‌کنند، نمی‌خواهند تحت فرمانروایی یک دیکتاتور باشند، نامناسب است. به ویژه اگر این گونه کارکنان بتوانند به آسانی شغلشان را تغییر دهند. طبق نتایج یک پژوهش نارضایتی نسبت به مدیر، دلیل اصلی برای تغییر شغل شناخته شده است. سازمانها، در سطوح مختلفی خود را با تغییرات پیش رو سازگار می‌کنند. شروع کنندگان تغییرات در سازمانها، احتمالاً خود کارکنان هستند. (Battey, ۲۰۰۰) () در تحقیق تجربی برای شرکتهای چینی عملکرد کسب و کار، راهبردهای کسب و کار و هم راستایی SIS با استفاده از مدل مطالعات ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این تحقیق حاکی است هم راستایی استراتژی IT و کسب و کار، پیش بینی کننده مطلوبتری است نسبت به استراتژی کسب و کار و یا استراتژی IT به تنهایی، هرچند که استراتژی کسب و کار می‌تواند عملکرد را بهبود دهد ولی نمی‌تواند آن در درست پیش‌بینی نماید. (Dong & ac, ۲۰۰۸) در یکی دیگر از پژوهشها اثر فناوری اطلاعات در جهت‌دهی بازار (MO) در کسب و کار الکترونیک مورد بررسی قرار گرفته و اثرات IT بر MO مورد ارزیابی قرار گرفته است. متدولوژی این پژوهش عبارت است از بررسی چندین نمونه از شرکتهای خرده فروشی که کسب و الکترونیک دارند که سه مورد از بزرگترین آنها در برزیل انتخاب شده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در سیستم‌های بین سازمانی به شکل قوی توسعه توانمندیهای MO_۱ را حمایت می‌کند. فی‌الواقع این پژوهش یک چارچوبی است که به شرکتهای امکان ارزیابی تأثیر کاربردی IT بر رفتارهای MO را فراهم می‌کند. (Mauro Borges, ۲۰۰۸)

۱) market orientation