

الله اعلم  
بالحق



دانشگاه پیام نور

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد  
در رشته مدیریت دولتی

دانشکده: علوم انسانی  
گروه علمی مدیریت دولتی

عنوان پایان نامه:

# **تأثیر فناوری اطلاعات بر رضایت مشتریان سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان**

استاد راهنما:

**دکتر محمد علی سرلک**

استاد مشاور:

**دکتر امیر حسین امیرخانی**

نگارش:

**حمید رضا شهیدی بنجار**

اسفند ۱۳۸۸

تقدیم به:

روح پدر عزیزم که یک عمر خادم و مداح اهل بیت بود و یادش همیشه در خاطر من است.

مادر من که همیشه دعایش گره از مشکلاتم باز می‌کند.

همه برادران و خواهرانم به پاس خوبی ما و محبت های بی دریغشان.

## تقدیر و تشکر

سپاس بی نهایت خدایی را که تشنگی عمیق من و باران مداوم و بی حد و حصر او مرا از اقامت در زیر خیمه شکرش باز داشته است و دست یاری هر لحظه او در نشیب و فراز صخره های صعب زندگی مرا از اندیشه پرتگاه های ناسپاسی و گذاشته است و عادت به روشنای نور او در جاده زندگی، سپاس این همه را از یادم برده است. چگونه شکر او را گوئیم که سرپای وجودم غرقه در نعمت های اوست، خدایی که دریایی بی منتهای بخشش است و بال فضل بر کائنات گشوده و سایه لطف بر بندگان گسترده و با منت خود مرا به زینت ایمان آراسته و در خیمه لطف منزل داده است. به رسم ادب و احترام خود را ملزم می دانم که با تواضع تمام و از صمیم قلب تشکر و سپاس خالصانه خود را از تمامی عزیزانی که در این راه مشوق و یار و یاورم بوده اند، عرضه دارم. از استاد راهنمای ارجمندم **جناب آقای دکتر محمد علی سرلک** که علی رغم مشغله کاری با گشاده رویی و عالمانه راهنمای های بی دریغش را از من دریغ نکردند. از استاد مشاور خوبم **جناب آقای دکتر امیر حسین امیر خانی** که در طول این مدت صبورانه، تجارب علمی ارزنده اش را در اختیارم قرار داده است. از استاد داور مهربانم **جناب آقای دکتر مجتبی رفیعی** که انتهای ادب، تواضع و علم است. از **جناب آقای عبدی** (معاونت محترم وزیر) به خاطر دادن اطلاعات مناسب و معرفی منابع معتبر در جهت شناخت هر چه بهتر سازمان مورد مطالعه. از **جناب آقای عبدالمجید شهیدی** که پدرانه و خانم **مریم میرزایی** که مادرانه در طول این دو سال حامی و پشتیبان من و در واقع سنگ صبورم بوده اند. همچنین از **دوستان عزیزم علی و محمد امین شهیدی، سیاوش رضایی، حسین شرفی، محسن احمدی، مهدی مراد قلی، یلدا احمدیان، خانم مال میر** و در نهایت رفیق آخرم **مهندس محمد مهدی شهیدی** که به حق دلگرمی من در این مدت از آن اوست، کمال تشکر و قدردانی را دارم.

## چکیده

امروزه سازمان ها در یک جو بسیار رقابتی به فعالیت می پردازند و رضایت مشتری به صورت یک مسئله مهم برای سازمان ها درآمده است و برنده یا بازنده بودن سازمان ها براساس درصدی از مشتریانی که آنها را حفظ کرده اند مشخص می شود. لذا در این آشفته بازار آنچه می توان سازمان ها را یاری نماید فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی است.

در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان با وجود گسترش فناوری اطلاعات در سطح جهانی و تا حدودی ملی هنوز این سازمان بخش اعظمی از فعالیت های خود را بصورت سنتی انجام می دهد و استفاده از فناوری اطلاعات عملاً نتوانسته است در خدمت رسانی به مودیان و سایر مراجعه کنندگان مؤثر واقع شود و رضایت آنها را برآورده نماید. از این رو تحقیق حاضر به بررسی اثرات فناوری اطلاعات بر رضایت مشتریان سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان در قالب فرضیات زیر می پردازد.

۱. مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش انتظارات مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

۲. مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش ارزش درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

۳. مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش کیفیت درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

۴. استفاده از اینترنت باعث افزایش انتظارات مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

۵. استفاده از اینترنت باعث افزایش ارزش درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

۶. استفاده از اینترنت باعث افزایش کیفیت درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

نتایج نشان داد که فرضیات یک و چهار تایید شده است این بدین معنی است که فناوری اطلاعات باعث افزایش انتظارات مشتریان می شود و جالب اینکه از دیدگاه پاسخ دهندگان فناوری اطلاعات بر روی ارزش درک شده و کیفیت درک شده چندان تاثیری ندارد. لذا پیشنهاد می شود سازمان به این بعد (انتظارات) توجه بیشتری نماید. لازم به ذکر است تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی و پیمایشی است.

واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، رضایت مشتری، سازمان اقتصاد و دارایی

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

### فصل اول: کلیات تحقیق

۲	مقدمه.....
۳	تعریف و بیان مسئله.....
۳	فرضیه های تحقیق.....
۳	فرضیه اصلی.....
۴	فرضیه های فرعی.....
۴	ضرورت انجام تحقیق.....
۵	اهداف تحقیق.....
۵	جامعه آماری.....
۵	حجم نمونه.....
۶	ابزار تحقیق.....
۶	روش جمع آوری اطلاعات.....
۶	تعریف عملیاتی واژگان تحقیق.....
۶	فناوری اطلاعات.....
۶	مشتری.....
۶	رضایت مشتری.....
۷	بخش خدمات.....
۷	قلمرو تحقیق.....
۷	قلمرو موضوعی.....
۷	قلمرو مکانی.....
۷	قلمرو زمانی.....
۷	واژگان کلیدی.....

## فصل دوم: ادبیات تحقیق

۹	مقدمه.....
۱۰	بخش اول : فناوری اطلاعات.....
۱۰	تاریخچه ظهور فناوری اطلاعات.....
۱۱	ضرورت اطلاعات.....
۱۲	اطلاعات در برابر داده.....
۱۲	معیارهای مفید بودن اطلاعات.....
۱۳	ارزش اطلاعات.....
۱۴	سازماندهی اطلاعات.....
۱۴	تعریف فناوری اطلاعات.....
۱۵	اجزاء فناوری اطلاعات.....
۱۶	کامپیوترها.....
۱۶	انواع کامپیوترها.....
۱۶	الف) کامپیوتر شخصی (pc).....
۱۶	ب) ایستگاه کاری.....
۱۷	ج) مینی کامپیوتر.....
۱۷	د) کامپیوترهای بزرگ.....
۱۷	ه) ابر کامپیوتر.....
۱۷	شبکه های ارتباطی.....
۱۸	انواع شبکه های ارتباطی.....
۱۹	روشهای کنترل دستیابی.....
۲۰	رسانه انتقال پیام.....
۲۰	انواع رسانه های انتقال پیام.....
۲۱	شبکه گسترده (ون).....
۲۱	انواع شبکه ها براساس مالکیت.....
۲۱	اینترنت.....
۲۲	خدمات اینترنت.....

۲۳	.....	انواع کنفرانس از راه دور عبارتند از
۲۵	.....	طبقه بندی سیستم های اطلاعاتی
۲۶	.....	طبقه بندی براساس عناصر فیزیکی
۲۷	.....	طبقه بندی براساس سطوح مدیریت
۲۸	.....	نظام اداری خودکار
۲۹	.....	تعریف سیستم های اداری خودکار
۲۹	.....	مزایا نظام اداری خودکار
۳۰	.....	معایب سیستم های اداری خودکار
۳۰	.....	سیستم های اطلاعاتی ارتباطات الکترونیکی
۳۱	.....	سیستم پردازش عملیات «تی پی اس»
۳۲	.....	سیستم اطلاعات مدیریت (ام . ای . اس)
۳۲	.....	انواع گزارشات سیستم های اطلاعات مدیریت
۳۴	.....	سیستم پشتیبانی تصمیم گیری (دی . اس . اس)
۳۴	.....	خصوصیات و قابلیت های سیستم پشتیبانی تصمیم گیری
۳۵	.....	سیستم های پشتیبانی تصمیمات گروهی «جی.دی.اس.اس»
۳۵	.....	اطاق های تصمیم به هم ملحق شده
۳۶	.....	مزایای و قابلیت های اصلی سیستم پشتیبانی تصمیمات گروهی
۳۶	.....	سیستم های پشتیبانی مدیران ارشد(ای.اس.اس)
۳۸	.....	انواع هوش مصنوعی
۴۱	.....	سیستم های مدیریت دانش(کی.ام.اس)
۴۱	.....	تأثیرات فناوری اطلاعات بر سازمان
۴۲	.....	اثرات سیستم ها و فناوری اطلاعات بر سازمان
۴۳	.....	اثرات ساختاری سیستم ها و فناوری های اطلاعاتی بر سازمان
۴۳	.....	اثرات عام سیستم ها و فناوریهای اطلاعاتی بر ساختار سازمانی
۴۴	.....	اثرات خاص سیستم ها و فناوری های اطلاعاتی بر ساختار سازمان
۴۶	.....	اثرات رفتاری سیستمها و فناوریهای اطلاعاتی
۵۳	.....	اثرات اقتصادی سیستم ها و فناوری های اطلاعاتی بر سازمان
۵۴	.....	اثرات اجتماعی - فرهنگی سیستم ها و فناوری های اطلاعاتی بر سازمان



۵۴	بخش دوم : ادبیات رضایت مشتری .....
۵۴	رضایت .....
۵۵	شاخص رضایت مشتری .....
۵۷	عوامل موثر بر رضایت مشتری .....
۵۷	کیفیت درک شده یا عملکرد درک شده .....
۵۸	ارزش درک شده .....
۵۹	کیفیت خدمات و رضایت مشتری .....
۶۱	اهمیت و ضرورت سنجش رضایت مشتری .....
۶۳	روانشناسی زمان انتظار .....
۶۵	اهمیت و ضرورت ارائه بهتر خدمات به مودیان مالیاتی .....
۶۷	بخش سوم: معرفی مدل نظری مورد استفاده در این تحقیق .....
۶۸	بخش چهارم: معرفی سازمان دارایی استان سیستان و بلوچستان .....
	<b>فصل سوم : روش تحقیق</b>
۷۱	مقدمه .....
۷۲	روش تحقیق .....
۷۲	الف) اهداف پژوهش .....
۷۲	تحقیق آزمایشی .....
۷۲	تحقیق توصیفی (غیر آزمایشی) .....
۷۲	ب) انواع پژوهش .....
۷۲	تحقیق بنیادی یا پایه‌ای .....
۷۳	تحقیق کاربردی .....
۷۳	افق زمانی پژوهش .....
۷۳	منابع و روش جمع‌آوری اطلاعات .....
۷۴	جامعه آماری .....
۷۴	نمونه آماری .....
۷۴	روش نمونه‌گیری .....
۷۵	تعیین حجم نمونه .....

طراحی ابزار اندازه‌گیری	۷۶
پایایی ابزار تحقیق	۷۷
آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه	۷۸
آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی سوالات ۱ تا ۸ پرسشنامه	۷۸
آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی سوالات ۹ تا ۱۶ پرسشنامه	۷۸
روایی ابزار تحقیق	۷۹
روشهای آماری	۷۹

### فصل چهارم: جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات

مقدمه	۸۱
بخش اول: تجزیه و تحلیل متغیرهای جمعیت‌شناختی تحقیق به کمک آمار توصیفی	۸۲
۱- وضعیت تاهل	۸۲
۲- جنسیت	۸۳
۳- تحصیلات	۸۴
بخش دوم: تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق به کمک آمار استنباطی	۸۵
بخش سوم: رتبه‌بندی متغیرهای تحقیق به کمک آزمون‌های فریدمن و ویلکاکسن	۹۴
الف) رتبه‌بندی اثر مکانیزه کردن بروی سه شاخص (انتظارات، ارزش درک شده، کیفیت درک شده)	۶۴
آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دوجه دوی شاخصها	۶۵
ب) رتبه بندی اثر استفاده از اینترنت بر روی ۳ شاخص	۹۶
آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دودوی شاخصها	۹۷
آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دودوی سوالات مربوط به فرضیه یک	۹۸
آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دودوی سوالات یک تا سه	۹۸
آزمون فریدمن برای مقایسه تاثیر سوالات ۹ تا ۱۱ مربوط به فرضیه چهارم	۹۹
آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دوجه دوی سوالات	۱۰۰

### فصل پنجم: نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادهاى تحقیق

مقدمه	۱۰۲
بخش اول: مرور فرضیات و نتایج آنها	۱۰۳

فرضیه ۱. مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش انتظارات می شود.....	۱۰۳
فرضیه ۲. مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش ارزش درک شده می شود.....	۱۰۳
فرضیه ۳. مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش کیفیت درک شده می شود.....	۱۰۳
فرضیه ۴. استفاده از اینترنت باعث افزایش انتظارات می شود.....	۱۰۳
فرضیه ۵. استفاده از اینترنت باعث افزایش ارزش درک شده می شود.....	۱۰۳
فرضیه ۶. استفاده از اینترنت باعث افزایش کیفیت درک شده می شود.....	۱۰۴
بخش دوم: تحلیل یافته های مربوط به فرضیات تحقیق.....	۱۰۴
تحلیل نتایج فرضیه شماره ۱.....	۱۰۴
تحلیل نتایج فرضیه شماره ۲.....	۱۰۴
تحلیل نتایج فرضیه شماره ۳.....	۱۰۵
تحلیل نتایج فرضیه شماره ۴.....	۱۰۵
تحلیل نتایج فرضیه شماره ۵.....	۱۰۵
تحلیل نتایج فرضیه شماره ۶.....	۱۰۵
بخش سوم: پیشنهادات حاصل از نتایج تحقیق.....	۱۰۶
پیشنهادات به سایر محققین.....	۱۰۸
محدودیت های تحقیق.....	۱۰۸

### منابع و مآخذ

منابع فارسی.....	۱۱۱
منابع لاتین.....	۱۱۳

### پیوست ها

پیوست اول پرسشنامه.....	۱۱۵
پیوست دوم جدول ها و نمودارها.....	۱۱۷

## فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۱-۲ ( آبیید، ۲۰۰۰ ص ۵ ).....	۱۵
جدول ۲-۲: نتایج محققان در خصوص ارتباط بین رضایت و کیفیت.....	۶۰
جدول ۳-۲: ارتباط بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری (استوربک و دیگران، ۱۹۹۴).....	۶۱
جدول ۱-۳ ارتباط بین فرضیات تحقیق و سؤالات مطرح شده در پرسشنامه.....	۷۶
جدول ۲-۳ آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه.....	۷۸
جدول ۳-۳ آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی سوالات ۱ تا ۸ پرسشنامه.....	۷۸
جدول ۴-۳ آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی سوالات ۹ تا ۱۶ پرسشنامه.....	۷۸
جدول ۱-۴ توزیع فراوانی مربوط به تاهل پاسخ دهندگان.....	۸۲
جدول ۲-۴ توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ دهندگان.....	۸۳
جدول ۳-۴ توزیع فراوانی مربوط به میزان تحصیلات پاسخ دهندگان.....	۸۴
جدول (۴-۴) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۵
جدول (۵-۴) آزمون ویلکاکسن تک نمونه ای برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۶
جدول (۶-۴) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۷
جدول (۷-۴) آزمون ویلکاکسن تک نمونه ای برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۷
جدول (۸-۴) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۸
جدول (۹-۴) آزمون ویلکاکسن تک نمونه ای برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۹
جدول (۱۰-۴) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۸۹
جدول (۱۱-۴) آزمون ویلکاکسن تک نمونه ای برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۹۰
جدول (۱۲-۴) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات.....	۹۱

جدول (۴-۱۳) آزمون ویلکاکسن تک نمونه ای برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات	۹۱
جدول (۴-۱۴) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات	۹۲
جدول (۴-۱۵) آزمون ویلکاکسن تک نمونه ای برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات	۹۲
جدول (۴-۱۶) آزمون نرمال بودن برای اثر مکانیزه کردن فعالیت ها بر روی انتظارات	۹۳
جدول (۴-۱۷) آزمون تی - استودنت تک نمونه ای برای اثر استفاده از آی تی بر روی رضایت مشتری	۹۴
جدول ۴-۱۸ آزمون فریدمن برای مقایسه تاثیر مکانیزه کردن فعالیتها بر روی سه شاخص (انتظارات - ارزش درک شده - کیفیت درک شده)	۹۴
جدول ۴-۱۹ آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دوبدوی شاخصها	۹۵
جدول ۴-۲۰ آزمون فریدمن برای مقایسه تاثیر استفاده از اینترنت بر روی سه شاخص (انتظارات - ارزش درک شده - کیفیت درک شده)	۹۶
جدول ۴-۲۱ آزمون فریدمن برای مقایسه تاثیر استفاده از اینترنت بر روی سه شاخص (انتظارات - ارزش درک شده - کیفیت درک شده)	۹۷
جدول (۴-۲۲) آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دوبدوی سوالات مربوط به فرضیه یک	۹۸
جدول (۴-۲۳) آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دوبدوی سوالات مربوط به فرضیه یک	۹۸
جدول (۴-۲۴) آزمون فریدمن برای مقایسه تاثیر سوالات ۹ تا ۱۱ مربوط به فرضیه چهارم	۹۹
جدول (۴-۲۵) آزمونهای ویلکاکسن دونمونه ای برای بررسی تساوی دوبدوی سوالات مربوط به فرضیه چهارم	۱۰۰

## فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۴۳	شکل ۱-۲ ( اثرات سیستم ها و فناوری اطلاعات بر سازمان سرلک و فراتی، ۱۳۸۷، ص ۱۱۶ )
۵۷	شکل ۲-۲ (فورنل، ۱۹۹۲، ص ۱۸).....
۶۷	شکل (۳-۲) چارچوب نظری تحقیق حاضر .....
۶۹	نموار ۲-۴ چارت سازمانی اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان .....
۸۲	شکل ۱-۴ نمودار دایره ای توزیع فراوانی وضعیت تاهل پاسخ دهندگان.....
۸۳	شکل ۲-۴ نمودار دایره ای توزیع فراوانی جنسیت پاسخ دهندگان.....
۸۴	شکل ۳-۴ توزیع فراوانی میزان تحصیلات پاسخ دهندگان .....

# فصل اول:

## کلیات تحقیق

## مقدمه:

امروزه رضایت مشتری بصورت یک مسئله مهم برای سازمان های درآمده است و برنده یا بازنده بودن سازمان ها بر اساس درصدی از مشتریان که آنها را حفظ کرده اند مشخص می شود. در یک جو بسیار رقابتی سازمان های که به مشتری توجه ندارند<sup>۱</sup> نمی تواند دوام پیدا کند. بنابراین سازمان ها برای بقاء باید محصولات و خدمات مورد نیاز مشتری را با کیفیت بسیار بالا ارائه نماید تا بتواند مشتریان وفادار<sup>۲</sup> و با رضایت بالا داشته باشد (فسیکو و، ۲۰۰۴، ص ۵۷) ناکامی در تحقق این امر به معنی سود نبردن، رشد نکردن، شغل نداشتن و سرانجام از دست دادن کسب و کار است. دربخش دولتی موضوع از این هم حادثر است زیرا شیوه ارائه خدمت در بخش دولتی از الگو بودن بخش خصوصی منشا می گیرد. (ایران نژاد و پادیزی، ۱۳۸۴، ص ۸۷) لذا در این آشفته بازار آنچه می تواند سازمان ها را یاری می نماید فناوری اطلاعات و سیستم های اطلاعاتی است.

در این فصل ابتدا به تعریف مسئله و بیان فرضیات تحقیق پرداخته می شود، سپس به ضرورت انجام تحقیق و اهداف تحقیق اشاره می شود. در ادامه نگاهی اجمالی به جامعه آماری، حجم نمونه، ابزار تحقیق و روشهای جمع آوری اطلاعات می شود و در نهایت به تعریف عملیاتی واژگان تحقیق و قلمرو تحقیق نگریسته می شود.

---

1- Non-customer oriented company

2- Loyal customer



**تعریف و بیان مسئله :**

در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان با وجود گسترش فناوری اطلاعات<sup>1</sup> در سطح جهانی و تا حدودی ملی هنوز این سازمان بخش اعظمی از فعالیت های خود را بصورت سنتی انجام می دهد که این امر باعث اتلاف منابع و زمان هم برای دولت و هم برای شهروندان می شود. از طرف دیگر و علیرغم خرید و بکارگیری فناوری اطلاعات در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان هنوز به نظر می رسد مشتریان از عملکرد این سازمان ناراضی هستند. و استفاده از فناوری اطلاعات عملاً نتوانسته است در خدمت رسانی به مودیان و سایر مراجعه کنندگان موثر واقع شود و رضایت آنها را برآورده نماید. در این راستا آگاهی از مولفه های فناوری اطلاعات و اثرات آن بر جنبه های مختلف رضایت مشتریان ضرورت دارد. با در نظر گرفتن این موارد تحقیق حاضر به بررسی اثرات فناوری اطلاعات بر رضایت مشتریان سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می پردازد.

**فرضیه های تحقیق :**

پژوهش معمولاً با مجهولی که محقق با آن روبرو است آغاز می شود، یعنی با موضوع نامعلوم و تردید آمیز هر وقت با مسئله نامعین روبرو هستیم و درباره آن سوالات مبهمی وجود دارد که پاسخ آنها را نمی دانیم در آن صورت طبعاً به دنبال جواب های دقیق برای سوالات خواهیم بود، که بهترین روش حل این نوع تردیدها طرح مسائل مطرح برای تحقیق در قالب فرضیه ها است. خلاصه اینکه نگارنده پس از انجام مطالعات مقدماتی و تبادل نظر با دست اندرکاران و همچنین رایزنی با استاد راهنما و مشاور فرضیات ذیل را برای انجام این مطالعه طراحی نمودم.

**فرضیه اصلی:**

استفاده از فناوری اطلاعات باعث افزایش رضایت مشتریان سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود.

---

1 Information technology

**فرضیه های فرعی:**

- ۱- مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش انتظارات مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود .
- ۲- مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش ارزش درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود .
- ۳- مکانیزه کردن فعالیت ها موجب افزایش کیفیت درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود .
- ۴- استفاده از اینترنت باعث افزایش انتظارات مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود .
- ۵- استفاده از اینترنت باعث افزایش ارزش درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود .
- ۶- استفاده از اینترنت باعث افزایش کیفیت درک شده مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان می شود .

**ضرورت انجام تحقیق:**

سازمان های که در بخش عمومی فعالیت می کنند دریافته اند که نه تنها از مشتریان خود مواظبت کنند بلکه باید فرصت را مغتنم شمرده و از آنها درباره انتظارات و ادراک خود از خدمت سازمانی نظر خواهی نمایند. طبیعی است سازمان ها و شرکت های امروزی که در محیط پرتلاطم و غیر قابل پیش بینی مجبور به انجام فعالیت های گسترده ای می باشند، نیازمند جمع آوری، پردازش و نتیجه گیری از حجم بسیار گسترده ای از اطلاعات در زمینه های مختلف هستند. بنابراین استفاده از فناوری اطلاعات در دنیای کنونی یک نیاز است و این نیاز باید بصورت مناسبی مرتفع گردد.

همچنین از آنجا که طراحی برنامه ها و سیاست های اقتصادی نیازمند دسترسی مدیران به اطلاعات جامع و به هنگام در مورد مشتریان می باشد، انجام یک مطالعه تحقیقی که بتواند امکان دسترسی به چنین اطلاعات و یافته های را فراهم یا تسهیل نماید از اهمیت برخوردار خواهد بود. به علاوه

گسترده‌گی و پراکندگی ادارات سازمان اقتصاد و دارایی در کشور ایجاد می‌کند که برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز جهت سیاستگذاری و اجرای برنامه‌ها به انجام تحقیقات مبادرت نمایم. بطور کلی علت انتخاب موضوع ناشی از نقشی است که امروزه فناوری اطلاعات در دنیای متلاطم فناوری در کسب، حفظ مزیت رقابتی و رضایت مشتریان دارد. همچنین در راستای هدف‌ها و خط مش‌های مدیران سازمان اقتصاد و دارایی انجام یک پژوهش علمی برای بدست آوردن اطلاعات مورد نیاز جهت اجرای بهتر برنامه‌های اقتصادی اهمیت زیادی دارد.

#### اهداف تحقیق:

با توجه به مطالب ذکر شده هدف کلی تحقیق بررسی میزان اثر گذاری فناوری اطلاعات بر رضایت مشتریان سازمان اقتصاد و دارایی می‌باشد. این موضوع به مدیران کمک خواهد کرد تا به اثرات فناوری اطلاعات بر رضایت مشتریان آگاهی یابند و به آنها در حل مسائل و مشکلات سازمان یاری خواهد کرد.

به این ترتیب عمده اهدافی که در این تحقیق مد نظر است عبارتند از :

- ۱- بررسی و شناخت میزان بکارگیری فناوری اطلاعات در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان
- ۲- بررسی اثرات فناوری اطلاعات بر جنبه‌های مختلف رضایت مشتریان در سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان .

#### جامعه آماری:

جامعه آماری در این تحقیق مشتریانی هستند که به سازمان اقتصاد و دارایی شهرستان زاهدان مراجعه می‌کنند.

#### حجم نمونه:

حجم نمونه در این تحقیق با احتساب خطای ۰/۰۷ برابر با ۱۹۶ است که از فرمول کوکران استفاده شده است.

**ابزار تحقیق:**

برای جمع آوری اطلاعات از مشتریان سازمان اقتصاد و دارائی از پرسشنامه استفاده شده است.

**روش جمع آوری اطلاعات:**

روش جمع آوری اطلاعات به دو صورت میدانی و کتابخانه ای است که ما در این تحقیق از هر دو روش استفاده می کنیم.

**تعریف عملیاتی واژگان تحقیق :****فناوری اطلاعات :**

اصطلاح فناوری اطلاعات برای توصیف فناوریهای به کار می رود که ما را در ضبط، ذخیره سازی، پردازش، بازیابی، انتقال و دریافت اطلاعات یاری می کنند این اصطلاح فناوریهای مانند: رایانه، انتقال از طریق دورنگار، ارتباط از راه دور، تلفن، چاپ و حکاکی را نیز در بر می گیرد (محمدی، ۱۳۸۱، ص ۲۰)

**مشتری:**

در فرهنگ مدیریت کیفیت جامع مشتری<sup>۱</sup> مهمترین عامل در هدف گذاری<sup>۲</sup>، فعالیت و تلاش برای بهبود کیفیت است به بیانی ساده مشتری شخصی است که کالا یا خدمت یک سازمان را خریداری می کند و به دو گروه درون سازمانی و بیرون سازمانی تقسیم می شود. (ریاحی، ۱۳۸۱، ص ۱۷۹)

**رضایت مشتری :**

رضایت مشتری<sup>۳</sup> ارزیابی ذهنی مشتری از چیزی است که در واقعیت آن را دریافت کرده و با انتظاراتش مقایسه نموده است به گونه ای که منجر به خرید کالا یا خدمات خاص و برآوردن نیازها می شود. (فیسکووا، ۲۰۰۴، ص ۵۹)

---

1 customer

2 cool setting

3 customer satisfaction