



تدوین مدل هوشمندسازی سازمانی با استفاده از تحلیل داده بنیاد (مورد مطالعه: شعب بانک ملت شهر تهران)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۳۰ | تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۳۰

سیدعلی میرعسگری

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. mirasgari@gmail.com

صدیقه طوطیان اصفهانی

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. tootian_ir@yahoo.com (نویسنده مسئول)

غلامرضا معمارزاده طهران

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. gmemar@gmail.com

غلام رضاهاشم زاده خوراسگانی

دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. hashemzadeh_gh@yahoo.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: این مطالعه که جهت ارائه مدل هوشمندسازی سازمانی در راستای سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه در بانک ملت انجام شد، از منظر فلسفه پژوهش، تفسیری بوده و رویکرد آن، استقرایی می‌باشد و از منظر هدف، از نوع مطالعات کاربردی است که به روش آمیخته (کیفی و کمی) صورت می‌گیرد

روش پژوهش: روش تحقیق توصیفی - پیمایشی و به لحاظ هدف کاربردی بوده و جامعه آماری در بخش کیفی خبرگان دانشگاهی و حوزه بانکداری هوشمند در بانک ملت بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و اصل اشباع ۱۳ مصاحبه شونده انتخاب شدند. در بخش کمی نیز از نظرات ۳۳۵ نفر از کارکنان بانک ملت استان تهران بهره گرفته شد. جهت جمع آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته و پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد و روایی محتوایی آن توسط اساتید مدیریت دانشگاه و روایی پایایی آن با آزمون آلفای کرونباخ تایید شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی از تکنیک مصاحبه و روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از آزمون‌های آماری و مدل اندازه‌گیری استفاده شد. نرم افزارهای مورد استفاده در آمار توصیفی و استنباطی SPSS و SmartPLS بودند

یافته‌ها: یافته‌ها نشان دادند هوشمندسازی سازمانی شامل چهار مولفه اصلاحات استراتژیک، توانمندی علمی، خدمت‌رسانی هوشمند و تحولات دیجیتال می‌باشد. همچنین در اولویت بندی مولفه‌ها، تحولات دیجیتال در رتبه اول قرار گرفت.

نتیجه‌گیری: نتایج نشان دادند موفقیت بانک ملت با هوشمندسازی و همچنین تحولات دیجیتال ارتباط مستقیم دارد.

واژگان کلیدی: هوشمندسازی، تحول دیجیتال، بانک ملت

مقدمه

همکاران^۲، (۲۰۱۹:۲۷۰). بنابراین نیازمند ایجاد قابلیت‌هایی هستند که از راه آنها دانش و مهارت‌های جدید به طور مستمر به‌روز و کاربردی شوند (لازارویس و لاکي^۴، ۲۰۱۵: ۹۸). سازمان هوشمند ابزارهای لازم موفقیت برای سهولت کار را در اختیار افراد شاغل خود قرار می‌دهد؛ این قابلیت باعث انعطاف پذیری بیشتر سازمان در جهان تجارت می‌شود و در نتیجه وقتی کارآیی خود را بهتر مدیریت می‌کنند کارآمدتر می‌شود (الشرفی و الشوباکي^۵، ۲۰۲۰: ۱۲۲). سازمان هوشمند باید فرایندها و افراد سازمان را با فناوری پیشرفته همگام ساخته و نیازهای مراجعه کنندگان را در قالب زمانی به نسبت کوتاه رفع کند (نایانجیز^۶ و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۷).

تحقیقات صورت گرفته در این زمینه، شاخص‌های متفاوتی را برای سازمان‌های هوشمند معرفی کرده‌اند. تقوا و همکاران (۱۳۹۶) مدلی برای دولت هوشمند ارائه داده و ابعاد مدیریت و رهبری هوشمند، زیرساخت و فناوری هوشمند، تعامل هوشمند، خدمات هوشمند، محیط هوشمند و امنیت هوشمند را جهت دولت هوشمند معرفی کرده‌اند. مردانی و منصور (۱۳۹۵) با مطالعه وزارت کشور هشت عامل فناوری اطلاعات و ارتباطات، منابع انسانی، حقوقی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و نظامی، فرهنگی - اجتماعی، عمرانی و زیست محیطی را به عنوان شاخص‌های کلیدی هوشمندسازی معرفی کرده‌اند. پذیره و همکاران^۷ (۲۰۱۹) سازمان یادگیرنده، هوشمندی جامع سازمان، ارتباط‌های سازمانی، مدیریت سازمانی و تفکر سیستمی را به عنوان عوامل سازمان هوشمند معرفی کردند. در برنامه ششم توسعه، به تأمین مالی فعالیت‌های خرد و متوسط به وسیله نظام بانکی و اعمال نظارت کامل و فراگیر بانک مرکزی بر بازار و مؤسسات پولی، بانکی و اعتباری و ساماندهی مؤسسات و بازارهای غیرمتشکل پولی و مالی در جهت ارتقاء شفافیت و سلامت و کاهش نسبت مطالبات غیرجاری به تسهیلات اشاره شده است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹). دسترسی به اینترنت و تلفن‌های هوشمند به یک ابزار مفید برای انجام فعالیت‌های بانکی از جمله، چک کردن مانده حساب، انتقال پول بین حساب‌ها و انجام معاملات پرداخت تبدیل شده است (بوکو^۸، ۲۰۲۰: ۵۰). توسعه مداوم بانکداری اینترنتی، آداب و رسومی را که بانک‌ها معاملات خود را انجام می‌دادند، تغییر داده و مشتریان معاملات بانکی معمول خود را انجام می‌دهند (نایانجیز و همکاران، ۲۰۲۰: ۲۷). با توجه به تغییرات فراوان فناوری بر زندگی جوامع بشری این تغییرات و تحولات بانک‌ها را مصون نگذاشته

دوره فعلی زندگی، تمدنی نوین و در حال تکوین است که با ورود فناوری اطلاعات و ارتباطات در تمام عرصه‌ها، شکلی را پدید آورده که با دوره‌های قبل قابل قیاس نیست. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در تمامی ابعاد زندگی بشر تحول بنیادین ایجاد کرده و دنیای کنونی را در جریان یک انقلاب کامل قرار داده است. با پیشرفت سریع این فناوری و تأثیر عمیق ابزار و تجهیزات الکترونیکی در تسهیل امور، هر روز بر اهمیت این ابزار و کاربرد آنها افزوده می‌شود. فناوری اطلاعات به عنوان یکی از مولفه‌های رشد اقتصادی در گسترش توسعه مالی و استقرار نظام اطلاع رسانی جهانی به شکل فزاینده‌ای نقش داشته است. چنین روند رو به رشدی تحولات شگرفی را در ساختارهای اقتصادی و نظام پولی و مالی ایجاد کرده است. صنعت بانکداری به عنوان یکی از پیشگامان گردش خدمات مالی در عرصه فعالیت‌های اقتصادی به سرعت تحت تأثیر تحولات فناوری‌های نوین قرار گرفته است (گوپ و همکاران^۱، ۲۰۱۸: ۶۷۵). با توجه به گسترش انتخاب مشتریان در دریافت خدمات و نیز افزایش تمایل آن‌ها به دریافت خدمات با بالاترین کیفیت سطح جهانی، توجه به حرکت به سمت بانکداری دیجیتال به صورت فزاینده‌ای در حال رشد است. تمایل و استقبال عمومی به دریافت خدمات آسان از طریق فناوری‌های مالی است. هوشمندانه‌ترین اقدام توسط مؤسسات مالی، همکاری با خدمات نوین و پیوستن به آن است (اسماعیل و الاسد^۲، ۲۰۱۹: ۴۸۰). در سال‌های اخیر، فناوری‌های هوش کسب و کار به یکی از مفاهیم مهم در مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی تبدیل شده؛ با فرهنگ سازمان‌های پیشرو عجین شده و در خط مقدم فناوری‌های اطلاعاتی جهت پشتیبانی از تصمیم‌گیری قرار گرفته است. برای اینکه سازمان‌ها قادر به واکنش سریع در برابر تغییرات بازار باشند، نیاز به سیستم‌های اطلاعات مدیریت دارند که بتوانند برای سازمان و محیط آن تحلیل‌های علت و معلولی مختلف را انجام دهند و در این میان سیستم‌های هوش کسب و کار که جزء پیچیده‌ترین سیستم‌های اطلاعاتی موجود می‌باشند، ابزاری را فراهم می‌کنند که بر اساس آن نیازهای اطلاعاتی سازمان به شکل مناسبی پاسخ داده شود (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۰). در همین راستا، سازمان‌ها با داشتن سطح پیچیدگی مناسب، انعطاف پذیری، قدرت واکنش منطقی، توان کشف فرصت‌ها و کاهش خطرپذیری در محیط پر رقابت باید بتوانند با شرایط موجود همسو شده و بقای خود را حفظ کنند (نیسار و

دانش‌های موجود در راستای انجام نوآوری در بازتولید دانش است (اسمایل و السعد^{۱۱}: ۲۰۲۰: ۴۸۰). چن و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۲) به نقل از ماتسودا^{۱۳} (۱۹۹۲) یکی از پدیدآورندگان نظریه هوش سازمانی، بیان می‌دارند که هوش سازمانی ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش ماشینی است. برخلاف بسیاری، ماتسودا تأکید می‌کند هوش ماشینی بخشی یکپارچه از هوش یک سازمان است. از نظر وی کار سازمانی که کاری گروهی و تعاونی محسوب می‌شود، هم شامل عامل حل مسئله انسانی و هم شامل عامل حل مسئله ماشینی است (یعقوبی و ولی زاده، ۱۳۹۴). اجزای هوش سازمانی در رویکرد هوش با تمرکز بر بعد شناختی، شامل ساختارهای توانایی پردازش اطلاعات، مانند توانایی دستیابی به اطلاعات، تفسیر اطلاعات، انتشار اطلاعات، ذخیره اطلاعات و پیاده سازی اطلاعات است (کریمی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۷). نیسارو همکاران (۲۰۱۹) فناوری‌های اجتماعی را ابزار قدرتمند سازمان‌ها برای مدیریت جریان اطلاعات و تغییر در سیستم‌های مدیریت دانش خود و در نتیجه حرکت به سمت هوشمند شدن سازمان معرفی کرده اند.

پیشینه داخلی

مدل فرآیند طراحی و توسعه محصول بر اساس پارادایم اقتصاد هوشمند در صنعت بانکداری توسط سلطانی نژاد و همکاران (۱۴۰۰: ۴۷) ارائه و مورد بررسی قرار گرفت. مجموعه عواملی که می‌تواند این مدل را در بانک‌های کشور محقق کند، در قالب یک مدل جامع با ۶ بعد اساسی و ۴۷ مولفه و ۲۳۶ شاخص معرفی و ارائه شد. پدیده اصلی، مراحل فرآیند طراحی و توسعه محصول در صنعت بانکداری است که در شش بعد تعیین اهداف و راهبردها، مدیریت ایده ها، تجزیه و تحلیل فرآیند، طراحی محصول و فرآیندها، توسعه تجاری، مدیریت عملکرد و ارتقاء و با توجه به شرایط علی، مداخله گر، زمینه ای، راهبردها و پیامدها تدوین و مدل نهایی ارائه شد. از جمله نتایج پژوهش بکارگیری راهبردهای اقتصاد هوشمند در فرآیند طراحی و توسعه محصول در صنعت بانکداری کشور می‌باشد. نتایج مرحله کمی نشان داد که روابط موجود با ضرایب تاثیر مناسبی به تایید رسید و با بخش کیفی همخوانی داشت. شاه ویسی و همکاران (۱۳۹۹: ۶۰) به ارائه مدل بهبود عملکرد مالی بانک‌ها بر مبنای فناوری‌های نوین مالی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که متغیر مستقل با عنوان فناوری‌های نوین مالی از طریق شاخص‌های کاهش هزینه، بهبود ارائه خدمات مالی، افزایش درآمد،

و آنها را با تهدیدات گوناگونی مواجه ساخته است. از مشکلات داخلی نظیر کمبود منابع، مشکل مطالبات و غیره گرفته تا تهدیدات خارجی نظیر رقابت با رقبای بانکی که این عوامل می‌تواند ناشی از به روز نبودن فناوری‌های بانکی باشد (شاه ویسی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۰). با وجود اهمیت موارد گفته شده، تحقیقات نشان داده اند پیاده سازی و استقرار سیستم‌های هوش کسب و کار به یکی از اولویت‌های اصلی مدیران ارشد اطلاعاتی سازمان‌ها تبدیل شده است (یئو و کرونیوس^۹: ۲۰۱۰: ۳۰)، اما پیاده سازی سیستم هوش کسب و کار همانند سایر راهکارهای سازمانی فناوری اطلاعات در شرکت‌های مختلف نتایج متفاوتی به دنبال داشته است؛ بعضی از سازمان‌ها گزارش داده اند که سیستم هوش کسب و کار آن‌ها موفقیت آمیز بوده و بقیه گزارش کرده اند که در پیاده سازی با شکست مواجه شده اند (سنگر و لاهد^{۱۰}: ۲۰۱۳: ۱۷۷). از آنجا که هوشمندسازی در سیستم‌های بانکی نقش مهمی در توسعه پایدار سازمان و همچنین کشور دارد، در پژوهش حاضر به تدوین مدل هوشمندسازی سازمانی در بانک ملت پرداخته شده است. با توجه به اینکه بانک ملت همانند سایر بانک‌های ایران فعالیت‌هایی را در جهت هوشمندسازی فرآیندهای خود انجام داده، همچنین در فرآیند هوشمندسازی سایر سازمان‌ها نیز همکاری‌های ارزنده ای داشته است، اما تمامی پتانسیل بالقوه این سازمان در راستای استفاده از فناوری در کسب و کار خود به کار گرفته نشده است. بانک ملت نیز همانند سایر بانک‌ها و مراکز، زیرساخت‌های مناسب جهت استفاده درست و کارآمد از تکنولوژی را ندارد. با توجه به اینکه فرهنگ استفاده از تکنولوژی هنوز در ایران در مراحل اولیه قرار دارد، بانک‌های ایرانی از جمله بانک ملت از طرف مشتریان نیز در راستای پذیرش تکنولوژی با مشکلاتی مواجه هستند. همچنین شاخص‌ها و نحوه فعالیت‌های این مرکز در راستای هوشمندسازی و توسعه پایدار شفاف و مشخص نیست. در نتیجه سوال اصلی این تحقیق بدین شرح است: مدل هوشمندسازی سازمانی هم راستا با سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (بند ۶ و ۹) در بانک ملت چگونه است؟ و ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های هوشمندسازی سازمانی در راستای سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (بند ۶ و ۹) در بانک ملت کدام اند؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

هوش سازمانی از دیدگاه محققان تعاریف گوناگونی دارد. هوش سازمانی توانایی سازمان‌ها در جمع آوری

کارآفرینان در مورد نوآوری را بررسی کردند. نتیجه تحقیق ۷ عامل را به عنوان عوامل کلیدی در عملکرد نوآوری سیستمی معرفی کرد که عبارتند از: فعالیت‌های کارآفرینی، توسعه دانش، انتشار دانش از طریق شبکه، بسیج منابع، شکل دهی بازار، جهت دهی به جستجو و ایجاد مشروعیت.

روش‌شناسی تحقیق

هدف تحقیق حاضر ارایه مدل هوشمندسازی سازمانی در بانک ملت می‌باشد. این پژوهش از نظر فلسفه پژوهش، کیفی با رویکرد استقرائی بوده و از نظر هدف پژوهشی، چون به دنبال مشخص کردن عوامل موثر بر هوشمندسازی سازمانی و طراحی و ارایه مدل هوشمندسازی سازمانی در بانک ملت استان تهران در قالب مطالعه ای آمیخته (کمی با استفاده از روش پیمایشی و کیفی با استفاده از روش اکتشافی) می‌باشد، پژوهشی بنیادین محسوب می‌گردد. جهت تجزیه تحلیل اطلاعات، ابتدا از روش کیفی (تحلیل مضمون با روش کدگذاری) برای شناسایی مولفه‌ها و مقوله‌های مدل و پس از آن برای کشف روابط علت و معلولی و تایید یافته‌ها از روش کمی بهره گرفته شده است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و حوزه بانکداری هوشمند در بانک ملت و متخصصانی که مسلط به موضوع پژوهش بودند است. در این پژوهش برای تعیین نمونه‌ها از روش نمونه گیری هدفمند استفاده شد. در این روش پایه انتخاب موارد نمونه توسط پژوهشگر با توجه به هدف‌های مطالعه و ماهیت تحقیق استوار است. در صورتی که هدف از مطالعه، آزمون فرضیات باشد، حداقل شش نمونه (سه نمونه از هر کدام از گروه‌های مورد مقایسه) مورد نیاز است. در صورتی که هدف از مقایسه، اکتشاف و توصیف عقاید و نگرش‌های مصاحبه‌شوندگان باشد، با توجه به زمان و منابع قابل‌دسترس، تعداد (۱۰ ± ۱۵) نمونه برای انجام مصاحبه کافی می‌باشد (مرادی و میرالماسی، ۱۳۹۷: ۴۵). در این پژوهش ۱۳ نفر با استفاده از اصل اشباع به عنوان مصاحبه‌شونده در نظر گرفته شد. در بخش کیفی این پژوهش از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شد. در مصاحبه‌های انفرادی با مصاحبه‌شوندگان، برای بررسی مقدماتی از ضبط صورت و چک نویس استفاده شد که این شاخص‌ها بر گرفته از موضوع، مدل و اهداف پژوهش بود. علاوه بر شاخص‌های کیفی از مصاحبه شونده‌گان خواسته شد شاخص‌های موردنظر خود را پیشنهاد دهند.

امنیت مالی، شفافیت مالی، مدیریت دارایی‌ها، افزایش جریان نقدی، قطع وابستگی بودجه به نفت و زمان انجام حسابرسی، بر بهبود عملکرد مالی بانک‌ها مؤثر است. حقیقت شعار اصل و هاشمی دیزج (۱۳۹۹) به بررسی رابطه سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات با رشد اقتصادی: مقایسه کشورهای در حال توسعه، نوظهور و توسعه یافته پرداختند. نتایج تحقیق حاکی از آن است که در کشورهای در حال توسعه بین سرمایه‌گذاری در سایر بخش‌ها غیر از فناوری اطلاعات و ارتباطات، و رشد اقتصادی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. کریمی (۱۳۹۹) به تاثیر فناوری اطلاعات بر بهبود عملکرد بنگاه‌های اقتصادی پرداخت. نتایج نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک با تغییر فرایندهای تولید و توزیع، کاهش هزینه‌های عملیاتی، افزایش بازدهی دارایی‌ها بر عملکرد بنگاه‌ها موثر است و موجب مزیت رقابتی بنگاه‌ها می‌شود و سرمایه‌گذاری بر نیروی کار فناوری اطلاعات می‌تواند بر بهره‌وری بنگاه‌ها موثر و مفید باشد.

پیشینه خارجی

آدامیک و فرناندز^{۱۴} (۲۰۲۱) سازمان‌های هوشمند به عنوان منبع رقابت پذیری در عصر صنعت ۴،۰: ادغام چشم انداز خرد و کلان را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها نشان دادند که انقلاب صنعت ۴،۰ که امروزه در حال وقوع است به این معنی است که سازمان‌ها نه تنها با فرصت‌های جدید بلکه با چالش‌های مربوط به شناسایی نقش خود در ایجاد یک دنیای هوشمند مدرن روبرو هستند و اقتصاد بسیاری از کشورها نیز تحت تأثیر قابل توجه و فزاینده انواع مختلف سازمان‌ها است. اسکیل و همکاران^{۱۵} (۲۰۲۰) تنوع دیجیتال و یک جامعه هوشمند فراگیر، در جستجوی روش شناختی جدید برای مشارکت دیجیتال و توسعه پایدار در حومه سوئد را بررسی کردند. نتایج نشان داد شهرهای هوشمند می‌توانند خدماتی با کیفیت بی نظیر به همه شهروندان ارائه دهند. کوآن و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۹) بهبود استراتژی‌های نوآوری خدمات مالی برای تقویت مزیت رقابتی صنعت بانکی چین در طول انقلاب فینتک را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج حاصل منجر به ارائه مدلی شش بعدی شامل ۲۰ زیر معیار شده است. که برخی از آنها عبارتند از: شرکای تجاری جدید، مفاهیم جدید خدمات، نوآوری سازمانی، نوآوری فناوری، با مشتری جدید، مدل‌های جدید درآمد، پلانکو و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۷) ترکیب چارچوب سیستم‌های نوآوری فناوری با دیدگاه

جدول ۱: مشخصات خبرگان شرکت کننده در پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی	متغیر	طبقه	فراوانی
محل خدمت	رؤسا و سرپرستان	۲	دکتری تخصصی	۱۰	۳	پایین‌تر از ۳۹ سال	۳	
	شعب بانک ملت در تهران	۴	فوق لیسانس	۳	۲	۴۰ تا ۴۵ سال	۶	
محل خدمت	خبرگان سازمانی در حوزه هوشمندسازی	۷	زن	۴	۲	بالای ۵۰ سال	۲	
	اساتید مطلع در حوزه مورد مطالعه	جنسیت	مرد	۹	۵	زیر ۱۵ سال	۵	
		سابقه کار		۴	۴	۱۶ تا ۲۰ سال	۴	
				۲۰	۴	بالای ۲۰	۴	

متغیر آشکار و پنهان؛ میانگین واریانس استخراج شده (AVE) همه مؤلفه‌ها بالای ۰/۵ بود و همین طور پایایی ترکیبی همه مؤلفه‌ها بزرگ تر از میانگین واریانس استخراج شده آن بود؛ لذا میتوان گفت که روایی همگرای سازه‌های مدل تأیید می‌شوند. در این پژوهش پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه می‌شود. مقادیر این دو ضریب برای همه متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان‌دهنده پایا بودن ابزار اندازه‌گیری بود. بعد از تایید مدل مفهومی تحقیق توسط گروه خبرگان و نیز تایید روایی آن، مدل نهایی تحقیق مستخرج شد. جهت اعتبار سنجی مدل، از پرسشنامه سنجش مدل برای تعیین درجه تناسب مدل به صورت طیف پنج‌درجه‌ای شامل بخشهای تنظیم تطبیق، قابلیت فهم، قابلیت تعمیم و کنترل استفاده شد و در اختیار ۳۰ نفر از متخصصان این حوزه قرار داده شد. سپس داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای مورد ارزیابی قرار گرفت.

استخراج کدهای ثانویه از کدهای اولیه

در طی فرایند کدگذاری، ۶۲ کد اولیه استخراج شد. با توجه به اینکه پس از هر مصاحبه و انجام فرایند کدگذاری کدهای اولیه استخراج شدند، در فرایند کدگذاری بعدی کدهای تکراری حتی الامکان حذف شدند و در فرایند کدگذاری دخیل نشدند. مگر کدهایی که از نظر اهمیت تاکید زیادی روی آنها وجود داشت. بر همین اساس پالایش کدهای اولیه و تبدیل آنها به کدهای ثانویه در طی مراحل کدگذاری و استخراج شاخص‌ها صورت گرفت. در نهایت نیز کدهای ثانویه به صورت جدول زیر ارائه گردید.

جامعه آماری پژوهش در بخش کمی شامل تمامی کارکنان شعب بانک ملت شهر تهران است که تعداد آنها در حدود ۲۵۲۲ نفر در نظر گرفته شده است. در این پژوهش از فرمول کوکران برای بررسی حجم نمونه استفاده شده است. بر این اساس برای جامعه ای با حجم ۲۵۲۲ نفر ۳۳۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت کاهش ریزش، ۳۵۵ پرسشنامه توزیع شد. همچنین، در این پژوهش برای انتخاب نمونه‌های آماری از روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله‌ای استفاده شد. مرحله کمی پژوهش نیز شامل پرسشنامه محقق ساخته در رابطه با هوشمندسازی سازمانی می‌باشد. به منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی ظاهری، محتوایی و سازه استفاده شد. در روایی ظاهری پرسشنامه‌ها قبل از توزیع توسط پژوهش گر، چند نفر از اعضای نمونه و برخی خبرگان دانشگاهی و کارشناسان بانک ملت مورد بررسی قرار گرفت. در روایی محتوایی در قالب یک روش دلفی و با کمک فرم‌های CVR و CVI و به کمک ده نفر از خبرگان شامل اعضای مصاحبه‌شونده، خبرگان دانشگاهی، چند نفر از آزمودنی‌ها و ... محتوای پرسشنامه از نظر سؤالهای اضافی و یا اصلاح سؤالها مورد بررسی قرار گرفت. فرم CVI نشان داد که همه بر آن از نقطه‌نظر ساده بودن، واضح بودن و مربوط بودن از وضعیت مناسبی برخوردارند (میزان این ضریب برای هر یک از سؤالها بالاتر از ۰/۷۹ بود)؛ هم چنین با توجه به اینکه مقدار CVR برای همه سؤالها بالای ۰/۶۲ به دست آمد هیچ سؤالی نیاز به حذف شدن نداشت. در مورد روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا با کمک نرم افزار Smart-Pls 2 استفاده شد. در بررسی روایی همگرا یافته‌ها نشان داد ضرایب معناداری تمام بارهای عاملی بزرگتر از ۲/۵۸ بود (آماره تی) یعنی تمامی بارهای عاملی با اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود؛ مقادیر تمام بارهای عاملی نیز بالای ۰/۵ بود (رابطه

جدول ۲: کدگذاری ثانویه

کدهای ثانویه	نشانگر کدها
کاهش هزینه	A1.O1.L1.F2
بهبود ارائه خدمات مالی	A2.B3.M1
افزایش درآمد	A3.L2
امنیت مالی	C1.N1.D1.M4
اصلاح نظام درآمدی دولت	E5.J5
بهبود شاخص‌های تجاری	E6
افزایش راندمان و بازدهی	F3
شفافیت مالی	P1
مدیریت مطالبات	N2
بهبود کارایی	K1
قطع وابستگی بودجه به نفت	P2
مزیت رقابتی	A11.C3.O7
سرمایه گذاری در مبادلات	O2
کاهش زمان انجام حسابرسی	A4.K2.D5
اقتصاد سبز	O5
تبلیغات و ارتباطات یکپارچه بازاریابی	C2
تعامل‌پذیری در دولت	E2
حرکت یکپارچه به سمت اقتصاد دیجیتال	E3
اطمینان از یک محیط سالم و بهداشت کار رفاه اجتماعی	L3
کشف الگوی مبارزه با پولشویی	B5
مشارکت شهروندان	J2
تحول در نحوه عملکرد مشاغل	A10
مقابله با کلاهبرداری‌ها	A12.B4.D2.P3.L4
ارتقای کیفیت زندگی شهروندان	O4
کاهش حملات سایبری	D3
افزایش فرهنگ زیست محیطی	J3
توسعه شهر هوشمند	P5
دستیابی به استاندارد بالا	P6
کاهش مصرف انرژی	P7
ایجاد سیستم‌های بسیار کارآمد برای کنترل داخلی اکولوژیکی	P8
تحلیل روند داده‌های گذشته	E4
دیدگاه استراتژیک	B7.D4
اتخاذ سریع تصمیمات استراتژیک	N8
هوشمندی در اعتبارسنجی	M3
بهینه‌سازی تجهیز منابع	K3
فرایندهای کاری منقطع	O6
کیفیت خدمات	M2.N5
افزایش ضریب امنیت و صحت ارائه خدمات	K5
تصمیم‌گیری‌های داده محور	K4
ایجاد تکامل و نوآوری	J1
پیش بینی روندهای آینده	A12
هوش تجاری ابری	F4
استفاده بهینه از نیروی انسانی و کامپیوترها	F1
بهرمندی از نیروی انسانی متخصص و چندوجهی	B8
ایجاد پیشنهاداتی مناسب سازی شده به مشتریان	B6
حفظ مشتری	A6.F5
دسترسی راحت مشتریان به خدمات	B1
شناسایی نیازهای ویژه مشتریان	N3
ارائه خدمات و محصولات شخصی سازی شده	N4.N7.M6
مدیریت ارتباط با مشتری	A5
تایید هویت مشتریان	A13.P4.O3
استفاده و بهره‌گیری از ابزارها و تکنولوژی‌های جدید	K6.N6
نظارت و کنترل هوشمند	K4
مدیریت تحول	C5
تغییر الگوهای ذهنی مدیران	C6
تحول رویکردها و جهت‌گیری‌های آینده	A9
توسعه زیرساخت‌های ارتباطی	A7
پشتیبانی اطلاعاتی برای تجارت	J4
محتوای دیجیتال	E1
ارائه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	A8
انتشار از طریق شبکه	B2.C4
مکانیزم‌های کاری تخصصی	M5

استخراج مفاهیم از کدهای ثانویه

با توجه کدهای ثانویه استخراج شده می‌باشد، برای احصاء مفاهیم، کدهای ثانویه مورد بررسی قرار گرفته و کدهای ثانویه ای که قرابت معنایی و مفهومی دارند، کنار هم قرار داده شده و به خلق مفاهیم جدید پرداخته می‌شود. در حقیقت، در این مرحله به دسته بندی کدهای ثانویه پرداخته شده است. نتایج نهایی دسته بندی کدها در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۳: مفاهیم استخراج شده از کدهای ثانویه

مفاهیم	کدهای ثانویه
اصلاحات استراتژیک	تحلیل روند داده‌های گذشته
	دیدگاه استراتژیک
	اتخاذ سریع تصمیمات استراتژیک
	هوشمندی در اعتبارسنجی
	بهینه‌سازی تجهیز منابع
نوآزمندی علمی	فرایندهای کاری منقطع
	کیفیت خدمات
	افزایش ضریب امنیت و صحت ارائه خدمات
	تصمیم‌گیری‌های داده محور
	ایجاد تکامل و نوآوری
خدمت رسانی هوشمند	پیش بینی روندهای آینده
	هوش تجاری ابری
	استفاده بهینه از نیروی انسانی و کامپیوترها
	بهرمندی از نیروی انسانی متخصص و چندوجهی
	ایجاد پیشنهاداتی مناسب سازی شده به مشتریان
تحولات دیجیتال	حفظ مشتری
	دسترسی راحت مشتریان به خدمات
	شناسایی نیازهای ویژه مشتریان
	ارائه خدمات و محصولات شخصی سازی شده
	مدیریت ارتباط با مشتری
مکانیزم‌های کاری تخصصی	تایید هویت مشتریان
	استفاده و بهره‌گیری از ابزارها و تکنولوژی‌های جدید
	نظارت و کنترل هوشمند
	مدیریت تحول
	تغییر الگوهای ذهنی مدیران
مکانیزم‌های کاری تخصصی	تحول رویکردها و جهت‌گیری‌های آینده
	توسعه زیرساخت‌های ارتباطی
	پشتیبانی اطلاعاتی برای تجارت
	محتوای دیجیتال
	سامانه تدارکات الکترونیکی دولت
انتشار از طریق شبکه	
مکانیزم‌های کاری تخصصی	

دسته بندی نهایی کدها

در آخرین مرحله از فرآیند تحلیل مضمون و به منظور ارائه پاسخ به سؤالات پژوهش، دسته بندی کدها با توجه به مفاهیم استخراج شده از کدهای ثانویه انجام شد. در این چارچوب، شمای کلی نهایی کدها در قالب مقوله اصلی، مقوله فرعی، مفهوم، کد ثانویه و نشانگر کد اولیه ترسیم شدند و در گام بعدی، الگوی هوشمندسازی سازمانی در راستای سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه در بانک ملت مبتنی بر نتایج تحلیل داده‌ها در بخش کیفی تحقیق تنظیم و نتایج حاصل از دسته بندی نهایی کدها در جدول نشان داده شدند.

جدول ۴: دسته بندی نهایی کدها در راستای پاسخ به سؤالات پژوهش

مقوله	مفهوم	کد ثانویه	نشانگر کد
هوشمندسازی سازمانی	اصلاحات استراتژیک	تحلیل روند داده‌های گذشته	E4
		دیدگاه استراتژیک	B7.D4
		اتخاذ سریع تصمیمات استراتژیک	N8
		هوشمندی در اعتبارسنجی	M3
		بهینه‌سازی تجهیز منابع	K3
	توانمندی علمی	فرایندهای کاری منعطف	O6
		کیفیت خدمات	M2.N5
		افزایش ضریب امنیت و صحت ارائه خدمات	K5
		تصمیم‌گیری‌های داده محور	K4
		ایجاد تکامل و نوآوری	J1
خدمات رسانی هوشمند	دسترسی راحت مشتریان به خدمات	پیش بینی روندهای آینده	A12
		هوش تجاری ابری	F4
		استفاده بهینه از نیروی انسانی و کامپیوترها	F1
		بهره‌مندی از نیروی انسانی متخصص و چندوجهی	B8
		ایجاد پیشنهادهای مناسب سازی شده به مشتریان	B6
	شناسایی نیازهای ویژه مشتریان	حفظ مشتری	A6.F5
		مدیریت ارتباط با مشتری	A5
		تایید هویت مشتریان	A13.P4.O3
		ارائه خدمات و محصولات شخصی سازی شده	N4.N7.M6
		شناسایی نیازهای ویژه مشتریان	N3
تحولات دیجیتال	تحول رویکردها و جهت گیری‌های آینده	استفاده و بهره‌گیری از ابزارها و تکنولوژی‌های جدید	K6.N6
		نظارت و کنترل هوشمند	K4
		مدیریت تحول	C5
		تغییر الگوهای ذهنی مدیران	C6
		توسعه زیرساخت‌های ارتباطی	A7
	محتوای دیجیتال	پشتیبانی اطلاعاتی برای تجارت	J4
		محتوای دیجیتال	E1
		ارائه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	A8
		انتشار از طریق شبکه	B2.C4
		مکانیزم‌های کاری تخصصی	M5

نتایج

جدول ۵ نشان می‌دهد که از میان مولفه‌های

هوشمندسازی دیجیتال، تحولات دیجیتال در رتبه اول قرار گرفت. همچنین از میان شاخصهای اصلاحات استراتژیک فرایندهای کاری منعطف، شاخصهای توانمندی علمی تصمیم‌گیری‌های داده محور، شاخصهای خدمات رسانی هوشمند شناسایی نیازهای ویژه مشتریان و شاخصهای تحولات دیجیتال انتشار از طریق شبکه در اولویت اول قرار گرفت.

شاخصهای مرکزی و پراکندگی مولفه‌های مدل هوشمندسازی سازمانی

نتایج نشان می‌دهد هوشمندسازی شامل چهار مولفه اصلی است: اصلاحات استراتژیک، توانمندی علمی، خدمات رسانی هوشمند و تحولات دیجیتال. هر یک از مولفه‌های اصلی نیز شامل شاخص‌هایی است که با توجه به بارهای عاملی آنها به شرح جدول ۵ می‌باشد.

جدول ۵: اولویت بندی مولفه‌ها و شاخص‌های هوشمندسازی سازمانی

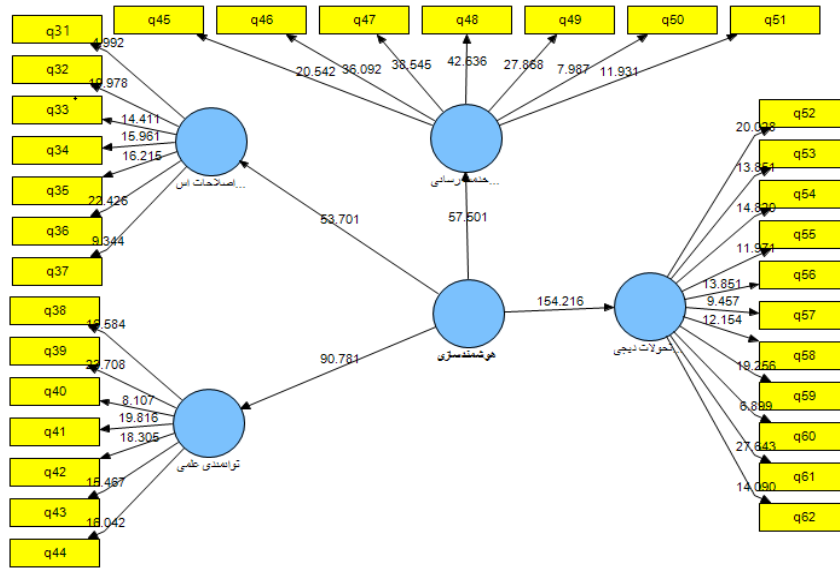
رتبه	بار عاملی	شاخص	رتبه	بار عاملی	مولفه
۷	۵۰۷/۰	تحلیل روند داده‌های گذشته	۴	۹۱۲/۰	اصلاحات استراتژیک
۲	۸۰۳/۰	دیدگاه استراتژیک			
۳	۷۶۲/۰	اتخاذ سریع تصمیمات استراتژیک			
۵	۷۵۵/۰	هوشمندی در اعتبارسنجی			
۴	۷۶۲/۰	بهینه‌سازی تجهیز منابع			
۱	۸۲۳/۰	فرایندهای کاری منعطف			
۶	۶۶۱/۰	کیفیت خدمات			
۵	۷۷۱/۰	افزایش ضریب امنیت و صحت ارائه خدمات	۲	۹۴۶/۰	توانمندی علمی
۱	۸۲۵/۰	تصمیم‌گیری‌های داده محور			
۷	۶۹۱/۰	ایجاد تکامل و نوآوری			
۳	۸۰۵/۰	پیش بینی روندهای آینده			
۲	۸۱۹/۰	هوش تجاری ابری			
۶	۷۶۳/۰	استفاده بهینه از نیروی انسانی و کامپیوترها			
۴	۷۹۶/۰	بهره‌مندی از نیروی انسانی متخصص و چندوجهی			
۴	۸۴۹/۰	ایجاد پیشنهادهای مناسب سازی شده به مشتریان	۳	۹۲۹/۰	خدمت رسانی هوشمند
۳	۸۷۸/۰	حفظ مشتری			
۲	۹۰۰/۰	دسترسی راحت مشتریان به خدمات			
۱	۹۰۱/۰	شناسایی نیازهای ویژه مشتریان			
۵	۸۴۴/۰	ارائه خدمات و محصولات شخصی سازی شده			
۷	۵۶۵/۰	مدیریت ارتباط با مشتری			
۶	۶۷۵/۰	تایید هویت مشتریان			
۵	۷۲۳/۰	استفاده بهره‌گیری از ابزارها و تکنولوژی‌های جدید	۱	۹۷۲/۰	تحولات دیجیتال
۴	۷۲۷/۰	نظارت و کنترل هوشمند			
۷	۷۲۱/۰	مدیریت تحول			
۱۰	۶۳۳/۰	تغییر الگوهای ذهنی مدیران			
۸	۷۱۷/۰	تحول رویکردها و جهت گیری‌های آینده			
۹	۶۴۲/۰	توسعه زیرساخت‌های ارتباطی			
۶	۷۲۲/۰	پشتیبانی اطلاعاتی برای تجارت			
۲	۷۹۲/۰	محتوای دیجیتالی			
۱۱	۶۲۰/۰	ارائه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	۱	۸۲۲/۰	انتشار از طریق شبکه
۱	۸۲۲/۰	انتشار از طریق شبکه			
۳	۷۵۵/۰	مکانیزم‌های کاری تخصصی			

جدول ۶: آمار توصیفی مولفه‌های مدل هوشمندسازی سازمانی

کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	میانگین	مولفه
۶۵۰/۰-	0/431	0/692	3/473	هوشمندسازی سازمانی
۳۵۹/۰-	-0.048	0/615	3/650	اصلاحات استراتژیک
۱۹۳/۰-	0/474	0/832	3/310	توانمندی علمی
۸۵۹/۰-	0/307	0/863	3/261	خدمت رسانی هوشمند
۸۲۴/۰-	0/283	0/666	3/599	تحولات دیجیتالی

میانگین 3/473، اصلاحات استراتژیک با میانگین 3/650، توانمندی علمی با میانگین 3/310، خدمت رسانی هوشمند با میانگین 3/261 و تحولات دیجیتال با میانگین 3/599. یافته‌ها حاکی از اینست که تمامی مولفه‌های مدل دارای میانگین بالای ۳ هستند.

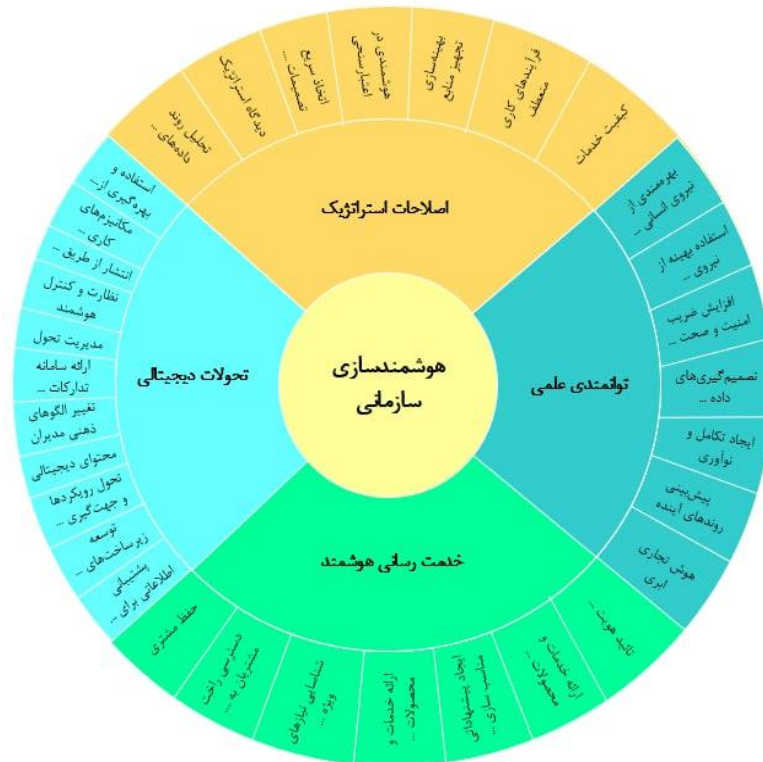
شاخص‌های مرکزی و پراکندگی مربوط به مولفه‌های مدل هوشمندسازی سازمانی در جدول ۶ نمایش داده شده است. جدول فوق میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی را برای مولفه‌های هوشمندسازی نشان می‌دهد. مولفه‌ها عبارتند از هوشمندسازی سازمانی با



شکل ۱: خروجی معناداری مدل هوشمندسازی سازمانی

جدول ۷: شاخص‌های استفاده شده برای سنجش اولویت مولفه‌های مدل هوشمندسازی سازمانی

شاخص ضریب تعیین (R^2)	شاخص ارتباط پیش بین (Q^2)	شاخص مدل (GOF)
-	0/232	0/697
0/832	0/287	-
0/895	0/215	-
0/864	0/266	-
0/944	0/247	-



شکل ۲: مدل هوشمندسازی سازمانی

سنجش اولویت مولفه‌ها و شاخص‌های مدل هوشمندسازی سازمانی

برای سنجش اولویت مولفه‌ها و شاخص‌ها از بارهای عاملی بهره گرفته شد. نتایج مربوط به هوشمندسازی به صورت شکل و جدول بالا است.

جدول فوق نشان می‌دهد که مقادیر Q^2 برای متغیرهای فوق الذکر مثبت و در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش بینی مدل در مورد مولفه‌ها مطلوب هستند. شاخص برازش مدل نمونه مورد بررسی 0/697 می‌باشد که جز اندازه‌های بزرگ است. با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده در نمونه مورد بررسی برازش مناسبی دارد. همچنین با توجه به اینکه بارهای عاملی تمامی متغیرهای آشکار مدل بیشتر از 0/4 و معناداری بیشتر از 2/58 است، می‌توان گفت سازه حاضر از روایی مطلوبی برخوردار است. بنابراین با توجه به نتایج فوق مدل هوشمندسازی سازمانی به شکل ۲ است.

بحث و نتیجه گیری

براساس نتایج حاصل از این پژوهش، هوشمندسازی شامل چهار مولفه به شرح زیر است: اصلاحات استراتژیک: تحلیل روند داده‌های گذشته، دیدگاه استراتژیک، اتخاذ سریع تصمیمات استراتژیک، هوشمندی در اعتبارسنجی، بهینه‌سازی تجهیز منابع، فرایندهای کاری منعطف، کیفیت خدمات. از ویژگی‌های بارز مدیریت استراتژیک، تأکید آن بر تصمیم‌گیری استراتژیک است. هر چه سازمان‌ها بزرگ‌تر و پیچیده‌تر و هر قدر با محیط‌های نامطمئن تری روبه‌رو می‌شوند، کار تصمیم‌گیری استراتژیک دشوارتر و پیچیده‌تر می‌شود. با در نظر داشتن دیدگاه انتخاب استراتژیک، برای هر سازمان و هر مجموعه‌ای که طالب پیشرفت و توسعه است، یک چارچوب تصمیم‌گیری استراتژیک پیشنهاد می‌شود. در همین راستا، بسیاری از شرکت‌ها سعی در معرفی استراتژی‌های تحول دیجیتال شرکت به عنوان ابزاری برای رسیدگی سیستماتیک به تحول دیجیتال خود به منظور پاسخگویی به فرصت‌ها و خطرات جدید ناشی از فناوری‌های دیجیتالی دارند.

توانمندی علمی: افزایش ضریب امنیت و صحت ارائه خدمات، تصمیم‌گیری‌های داده‌محور، ایجاد تکامل و نوآوری، پیش‌بینی روندهای آینده، هوش تجاری ابری، استفاده بهینه از نیروی انسانی و کامپیوترها، بهره‌مندی از نیروی انسانی متخصص و چندوجهی. سازمان‌ها به منظور تدوین و طراحی نقشه راه و استراتژی تحول

دیجیتال خود، ابتدا باید به یک درک جامع و همه‌سویه از وضعیت کنونی سطح دیجیتال خود برسند. در این میان نقش مأموریت‌ها و اهداف تعیین شده و آگاهی رسانی و پذیرش آنها از سمت کارکنان در اجرایی شدن تصمیمات اصلی مدیران همیشه تأکید شده است. تعامل و ارتباط نزدیک مدیریت و مدیران با کارکنان و پذیرش فناوری از سمت خود مدیران در تشویق به استفاده از فناوری از سوی کارکنان اهمیت دارد و روشهای مدیریتی در داخل سازمان در شرایط تغییر متفاوت است و بر پذیرش تحول دیجیتالی در شرکت اثر بسیار زیادی دارد. منابع انسانی از حیاتی‌ترین منابع سازمان است و چنانچه مقاومت در برابر تغییرات نمایند استراتژی مورد نظر قابل اجرایی شدن نیست لذا نیروی کاری که تخصص در زمینه فناوری و فرایند دیجیتالی شدن داشته باشد تأثیر مثبتی بر سایرین و همچنین روند دیجیتالی شدن شرکت خواهد داشت.

خدمت رسانی هوشمند: ایجاد پیشنهادهای مناسب سازی شده به مشتریان، حفظ مشتری، دسترسی راحت مشتریان به خدمات، شناسایی نیازهای ویژه مشتریان، ارائه خدمات و محصولات شخصی سازی شده، مدیریت ارتباط با مشتری، تایید هویت مشتریان. در بانکداری دیجیتال داده‌های مشتریان یکپارچه و همگون بوده، بر اساس نتایج تحلیل اطلاعات و سوابق آنها در هر لحظه تصمیم مناسبی اتخاذ شده و در نهایت شیوه خدمات‌دهی به هر مشتری هوشمند صورت می‌پذیرد. بنابراین نه تنها به درخواست‌های صریح مشتری پاسخ داده می‌شود، بلکه علایق و نیازهای ضمنی وی نیز شناسایی می‌شود.

تحولات دیجیتالی: استفاده و بهره‌گیری از ابزارها و تکنولوژی‌های جدید، نظارت و کنترل هوشمند، مدیریت تحول، تغییر الگوهای ذهنی مدیران، تحول رویکردها و جهت‌گیری‌های آینده، توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، پشتیبانی اطلاعاتی برای تجارت، محتوای دیجیتالی، ارائه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت، انتشار از طریق شبکه، مکانیزم‌های کاری تخصصی. نتایج بررسی وضعیت ابعاد هوشمندسازی سازمانی در راستای سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (بند ۶ و ۹) در بانک ملت نشان داد اختلاف میانگین مولفه‌ها، تمامی مولفه‌های مدل پژوهش در وضعیت مطلوبی قرار دارند. در این راستا می‌توان گفت بانک ملت در زمینه هوشمندسازی در راستای سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (بند ۶ و ۹) توانسته گام‌های مهم و اثربخشی بردارد.

منابع و ماخذ

انصاری سامانی، حبیب؛ سهیلی، رضا؛ امامی میبیدی، محمدرضا و فاریابی، صادق (۱۳۹۷). نقش تجارت الکترونیک در دست یابی به توسعه پایدار در ایران ۲۰۰۵-۲۰۱۶، **همایش تولید ملی و اشتغال پایدار، چالش‌ها و راهکارها**، بروجرد.

حقیقت شعار اصل، فرزاد و هاشمی دیزج، عبدالرحیم (۱۳۹۹). بررسی رابطه سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات ICT با رشد اقتصادی: مقایسه کشورهای در حال توسعه، نوظهور و توسعه یافته، **چهارمین کنفرانس علمی دستاوردهای نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران**، ایلام.

سلطانی نژاد، مهدی؛ فتحی هفشجانی، کیامرث؛ هاشم زاده خوراسگانی، غلامرضا و علیرضائی، ابوتراب (۱۴۰۰). ارائه مدل فرآیند طراحی و توسعه محصول بر اساس پارادایم اقتصاد هوشمند در صنعت بانکداری، **مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار**، ۱۲(۴۷).

شاه ویسی، فرهاد؛ طارمی، شهرام؛ خیراللهی، فرشید و طاهر ابادی، علی اصغر. (۱۳۹۹). ارائه مدل بهبود عملکرد مالی بانکها بر مبنای فناوریهای نوین مالی، **دانش حسابداری مالی**، ۷(۴)، ۵۷-۹۶.

رضائی، امین؛ فاتحی راد، نوید؛ شکوه، زهرا و مهدی زاده، سمانه (۱۳۹۹). بانکداری پایدار در چهارچوب گفتمان توسعه پایدار، **دهمین کنگره سراسری فناوریهای نوین در حوزه توسعه پایدار ایران**، تهران.

رضایی، صلاح؛ میرعابدینی، سیدجواد و ابطحی، عطاله (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر پیاده سازی هوشمندی کسب و کار در صنعت بانکداری ایران، **مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند**، ۶(۲۳)، ۳۳-۸۱.

مردانی، محمدرضا، & منصور، الهه. (۱۳۹۵). شناسایی شاخص‌های کلیدی هوشمندسازی نهادهای حاکمیتی دولت (مطالعه موردی: وزارت کشور).

توسعه اجتماعی، ۱۰(۴)، ۱۷۱-۱۹۶. doi: 10.22055/qjsd.2016.12383

قربانی، محبوبه، باب الحوائجی، فهیمه، نوشین فرد، فاطمه (۱۳۹۶). شاخص‌های پایداری برای کتابخانه‌های سبز، **فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات**، ۲۸(۱).

کریمی، مهری (۱۳۹۹). تاثیر فناوری اطلاعات بر بهبود عملکرد بنگاه‌های اقتصادی، هشتمین کنفرانس بین

نتایج پژوهش حاضر در بررسی روابط میان متغیرهای مدل نشان داد رابطه مثبت و معناداری بین مولفه‌ها وجود دارد. این امر نشان دهنده این است که با افزایش هوشمندسازی سازمانی و بکارگیری مولفه‌های آن در بانک ملت، اهداف هوشمندسازی در این سازمان محقق می‌شود. این امر نشان دهنده قابلیت‌های بالای هوشمندسازی در کشور است. شاه ویسی و همکاران (۱۳۹۹) و حقیقت شعار اصل و هاشمی دیزج (۱۳۹۹) در تحقیق خود نشان دادند که استفاده از فناوری اطلاعات در سازمان منجر به ارتقای شاخص‌های اقتصادی در سازمان می‌شود. همچنین کریمی (۱۳۹۹) در تحقیق خود قابلیت‌های فناوری اطلاعات را عامل مهمی در بهره وری بنگاه‌ها خواند. آدامیک و فرناندز (۲۰۲۱)، اسکیل و همکاران (۲۰۲۰) نیز در تحقیقی هم راستا سازمان‌های هوشمند را به عنوان منبع رقابت پذیر معرفی کردند.

نتیجه‌گیری نهایی

امروزه سازمان‌ها با شرایط در حال تغییر اقتصادی، فنی، اجتماعی، فرهنگی، و سیاسی مواجه‌اند که بقاء آنان در چنین شرایط رقابتی و بسیار پیچیده، به هوشیاری و پاسخ به موقع و مناسب به این تغییرات بستگی دارد که لازمه سازگاری و پاسخ مناسب، هوشمندسازی سازمان و استفاده درست از سرمایه فکری سازمان می‌باشد. لذا، با توجه به نتایج حاصل از این پژوهش، مدیریت بانک ملت باید هوشمندسازی سازمان را سرلوحه کار خود قرار دهند. مدل نهایی این تحقیق می‌تواند در پیاده‌سازی و عملیاتی کردن این مفهوم مفید واقع گردد.

پیشنهادات

با توجه به ضرورت و اهمیت بکارگیری فناوری‌های دیجیتال، پیشنهاد می‌شود بانک‌ها در استفاده از هوشمندسازی اهتمام ورزند.

قدردانی

نویسندگان از حمایت دانشگاه علوم تحقیقات تهران در انجام این پژوهش تشکر فراوان دارند.

- Business economics and Entrepreneurship, Chicago, United States of America
- Matsuda, T. (1992). Organizational Intelligence: It's Significance as a Process and as a Product. Proceedings of the International Conference on Economics/Management and Information.
- Nayanajith, G., Damunupola, K. A., & Pastor, C. K. L. (2020). E-Service Quality, Technology Self-Efficacy and Smart Banking Adoption in Sri Lanka. *ASEAN Multidisciplinary Research Journal*, 4(1), 25-32.
- Nisar T.M., Prabhakar, G.; Strakova, L. (2019). Social media information benefits, knowledge management and smart organizations, *Journal of Business Research*, 94, 264-272.
- Pazireh, T., Rahimi, G., Irani, F. N., & Bohloul, N. (2019). Model Development for Establishment of Smart Organizations: Case Study of the Social Security Organization. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 10(4), 559-565.
- Planko, J.; Cramer, J.; Hekkert, M.P.; Chappin, M.M. (2017). Combining the technological innovation systems framework with the entrepreneurs' perspective on innovation. *Technology Analysis and Strategic Management* 2017, 29, 614-625.
- Potas, N, Erçetin S.S, Koçak, S (2010) Multi-dimensional organizational intelligence measurements for determining the institutional and managerial capacity of girls' technical education institution (Diyarbakir, anliurfa and Konya/Turkey). *African Journal of Business Management*, 2(8), 3222-3253, www.academicjournals.org/AJBM
- Qun, Z., Pei-Hsuan, T., and Jin-Long, W. (2019). Improving Financial Service Innovation Strategies for Enhancing China's Banking Industry Competitive Advantage during the Fintech Revolution: A Hybrid MCDM Model. *Sustainability* 2019, 11, 1419; doi:10.3390/su11051419.
- Sangar, A.B. & Iahad, N.B.A. (2013). Critical Factors That Affect the Success of Business Intelligence Systems (BIS) Implementation in an Organization. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2(2), 176-180.
- Skill, K. Wihlborg, E. Kaharevic, A (2020). Digital diversity and an inclusive smart society: a novel methodological search for digital participation and sustainable development in a Swedish suburb, *International Conference on Theory and*
- المللی نقد و واکاوی مدیریت در هزاره سوم، تبریز.
- کریمی، مهناز، فقیهی، ابوالحسن و عالم تبریز، اکبر (۱۳۹۸). هوش سازمانی: شناسایی مولفه‌ها با رویکرد رفتاری و عاطفی و رتبه بندی به روش مدل سازی ساختاری تفسیری، **پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی**، ۱۱(۱).
- تقوا، محمد، تقوی فرد مریم، زین الدینی، محمود (۱۳۹۶). مدلی برای دولت هوشمند: تبیین ابعاد دولت هوشمند با استفاده از روش فرا ترکیب. **فصلنامه مدیریت کسب و کار هوشمند**. دوره ۶، شماره ۲۱، یعقوبی، م. و ولی زاده، ن. ۱۳۹۴. رفتار مشارکتی کشاورزان در حفاظت منابع آب سطحی: تحلیل بومشناختی انسانی در بخش جنوبی حوضه آبریز دریاچه ارومیه. **پایاننامه - کارشناسی ارشد**. دانشگاه تربیت مدرس: ۱۰
- Adamik, A., & Sikora-Fernandez, D. (2021). Smart Organizations as a Source of Competitiveness and Sustainable Development in the Age of Industry 4.0: Integration of Micro and Macro Perspective. *Energies*, 14(6), 1572. MDPI AG.
- Albrecht, Karl. (2003), *The Power of Minds at work: Organizational Intelligence in Action*. New York. Amazon.
- Alshrafi, S. Al Shobaki, M (2020). The Role of Organizational Leadership in Achieving the Characteristics of Smart Organization, *International Journal of Academic Multidisciplinary Research*, 4(8), 121-128.
- Bucko, J. (2020). Security of smart banking applications in Slovakia. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 12(1), 42-52.
- Chen, H., Chiang, R. H., & Storey, V. C. (2012). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS quarterly*, 36(4), 1165-1188.
- Gope, S., Elia, G. & Passiante, G. (2018). The effect of HRM practices on knowledge management capacity: a comparative study in Indian IT industry. *Journal of Knowledge Management*, 22(3): 649-677
- Ismail, H. & Al-Assa'ad, N. (2020). The Impact of Organizational Intelligence on Organizational Agility: An Empirical study in Syrian Private Banks. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(2): 465-483
- Lazarevic S., Lukic J. (2015). Building smart organization through learning and development of employees, Faculty of

Practice of Electronic Governance, 843-846.

Yeoh, W. & Koronios, A. (2010). Critical success factors for Business Intelligence systems. *Journal of Computer Information Systems*, 50(3), 23-32.

یادداشت‌ها

- ¹ Gope et al
- ² Ismail & Al-Assa'ad
- ³ Nisar et al
- ⁴ Lazarevic & Lukic
- ⁵ Alshrafi & Al Shobaki
- ⁶ Nayanajith et al
- ⁷ Pazireh et al
- ⁸ Bucko
- ⁹ Yeoh & Koronios
- ¹⁰ Sangar & Iahad
- ¹¹ Ismail & Al-Assa'ad
- ¹² Chen et al
- ¹³ Matsuda
- ¹⁴ Adamik & Fernandez
- ¹⁵ Skill et al
- ¹⁶ Qun et al
- ¹⁷ Planko et al