



نام دانشگاه: آزادتران غرب  
نام دانشکده: مدیریت

بررسی و اولویت بندی عوامل موثر بر پذیرش هوش تجاری در شرکت های PSP  
مبتنی بر چارچوب تکنولوژی، سازمان، محیط TOE

ایمان محمدی

تهیه و تنظیم:  
سیامک طبیبی

بهمن ۱۴۰۲

استاد راهنما:  
جناب آقای دکتر کامران جمالی فیروزآبادی  
استاد مشاور:  
جناب آقای دکتر حسین محسنی

# فهرست مطالب

کلیات تحقیق	.....	فصل اول
مبانی نظری و پیشینه	.....	فصل دوم
روش تحقیق	.....	فصل سوم
جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها	.....	فصل چهارم
بحث و نتیجه گیری	.....	فصل پنجم

# کلیات

## فصل اول



## کلیات

### بیان مساله

برای پذیرش یک فناوری از جمله هوش تجاری در سازمان ها تا کنون در سطح شرکت های فعال در صنعت psp هیچ الگو و چارچوبی علمی مشاهده نشده است.

### جنبه جدید بودن و نوآورانه

از آنجاییکه پژوهشی مشابه با محتوای تاثیر هوش تجاری با در نظر گرفتن چارچوب تکنولوژی، سازمان، محیط (TOE) در کشور انجام نشده است، این پژوهش موضوعی جدید و نوآورانه محسوب می شود.

### فرضیه اصلی:

عوامل تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی در انتخاب و سطح استفاده از هوش تجاری در صنعت پرداخت تاثیر گذار می باشد.

۱

### ضرورت انجام

با توجه به اینکه صنعت پرداخت صنعتی بر پایه تراکنش است لذا استفاده از فناوری هوش تجاری برای شرکت های فعال در حوزه پرداخت امری ضروری به نظر می رسد.

۳

### اهداف تحقیق

بررسی و اولویت بندی عوامل موثر در پذیرش هوش تجاری در شرکت های PSP با رویکرد TOE

۵

### قلمرو تحقیق

شرکت کارت اعتباری ایران کیش (۱۴۰۲)

۲

۴

۶

## فصل دوم

# مبانی نظری و پیشینه تحقیق



## مبانی نظری

### هوش تجاری:



#### به عنوان چارچوب

هوش تجاری، یک سیستم جدید، برنامه نرم افزاری یا پروژه مستقل نیست، بلکه یک چارچوب کاری شامل فرآیندها، ابزار و فناوری های مختلف است که برای تبدیل داده به اطلاعات و اطلاعات به دانش مورد نیاز هستند (راهچمنی و همکاران، ۲۰۱۹).



#### به عنوان یک رویکرد معماری سازمان

هوش تجاری نه بعنوان یک ابزار یا محصول و یا حتی سیستم، بلکه بعنوان یک رویکرد جدید در معماری سازمانی مطرح شده است، این معماری بر اساس سرعت در تحلیل اطلاعات به مدیران جهت اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند کسب و کار در حداقل زمان ممکن کمک می کند (واتسون، ۲۰۱۹).



#### به عنوان ابزار

هوش تجاری امروزه ابزار قدرتمندی را در اختیار سازمان ها قرار می دهد که به آنها در شناخت بهتر مشتریان و تهیه کنندگان کمک شایانی می کند. همچنین با کمک آن می توان کارایی عملیات داخلی یک سازمان را تعیین کرد. (امهوف، ۲۰۲۰).



#### به عنوان فرآیند

هوش تجاری چیزی نیست مگر فرآیند بالا بردن سود دهی سازمان در بازار رقابتی با استفاده هوشمندانه از داده های موجود در سازمان (جردن و همکاران، ۲۰۱۸).

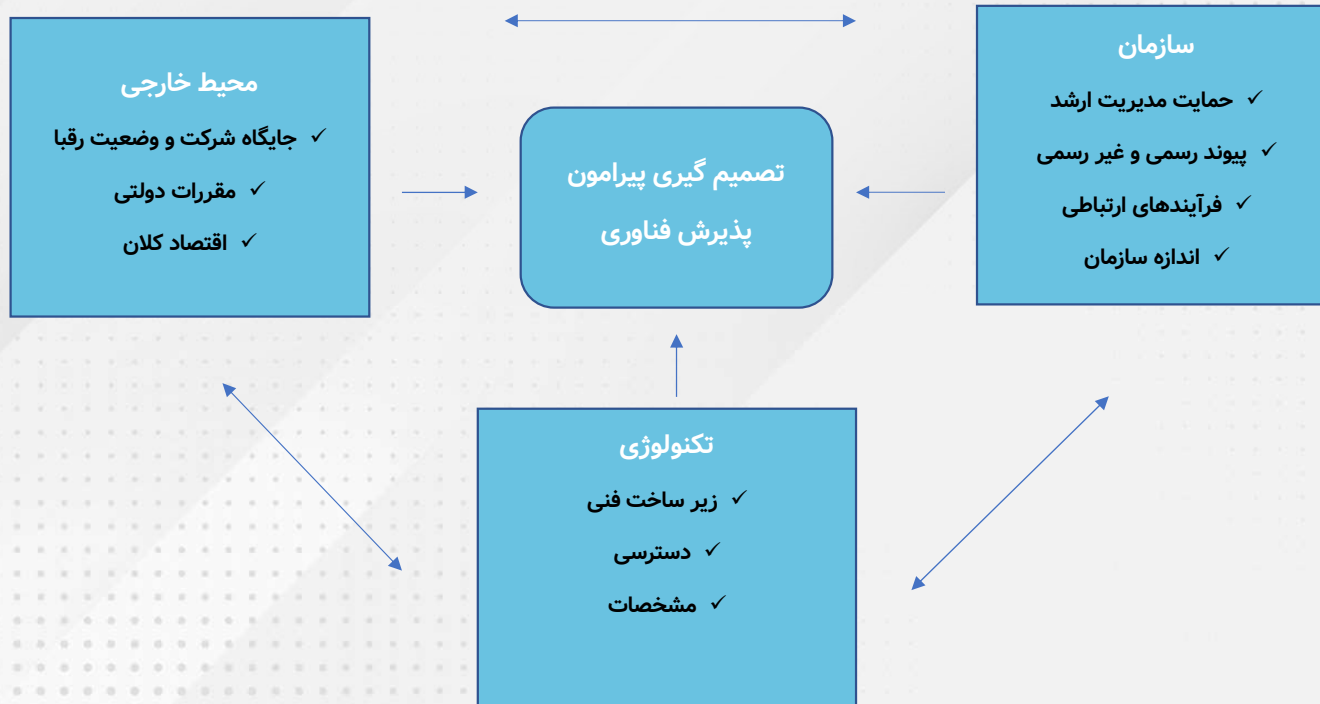
## مبانی نظری

## هوش تجاری



## مبانی نظری

### چارچوب فناوری - سازمان - محیط (TOE)



تورناتزکی و فلیشر (۱۹۹۰)

فصل سوم

روش تحقیق



## روش تحقیق

از نظر گردآوری داده ها

توصیفی  
همبستگی

از نظر هدف

کاربردی



از نظر رویکرد

کمی  
پیمایشی

## روش تحقیق

روش گردآوری  
اطلاعات

کتابخانه ای - میدانی

ابزار گردآوری  
داده ها

پرسشنامه مبتنی بر  
طیف لیکرت

جامعه تحقیق

شرکت کارت اعتباری ایران  
کیش (متعلق به بانک تجارت)

روش تجزیه و  
تحلیل اطلاعات

آمار توصیفی  
روش کمی  
آزمون کولموگروف  
رگرسیون  
نرم افزار SPSS

پایایی  
پرسشنامه

$\alpha = 0.872$  آلفای کرونباخ

روش نمونه گیری  
و حجم نمونه

جدول مورگان

روایی  
پرسشنامه

$CVR = 0.6$

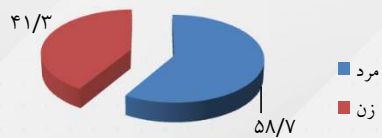
## فصل چهارم

# تجزیه و تحلیل اطلاعات



## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

### مشخصات جامعه آماری:



ردیف	جنسیت	تعداد	درصد
۱	مرد	۵۸	۵۸.۷
۲	زن	۴۱	۴۱.۳
۳	جمع	۹۹	۱۰۰

ردیف	سن	تعداد	درصد
۱	۱۸-۲۵ سال	۱۳	۱۳.۹
۲	۲۶-۳۰ سال	۲۷	۲۷.۹
۳	۳۱-۳۵ سال	۳۴	۳۴.۳
۴	بیشتر از ۳۶ سال	۲۳	۲۳.۹
۵	جمع	۹۷	۱۰۰

ردیف	تحصیلات	تعداد	درصد
۱	کارشناسی	۵۶	۳۲.۵
۲	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۱۶	۶۷.۵
۳	جمع	۱۷۲	۱۰۰

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی نرمال / غیر نرمال بودن داده‌ها:

انجام آزمون کولموگروف- اسمیرنوف توسط نرم افزار spss

اعداد	عدد sig
عوامل تکنولوژیکی	۰/۰۷۹
عوامل سازمانی	۰/۱۱۹
عوامل محیطی	۰/۲۴۲

با توجه به این که عدد sig در این آزمون از ۰.۰۵ بزرگتر است لذا مشخص می‌شود که آزمون دارای توزیع نرمال است و باید از آزمون‌های پارامتریک استفاده شود.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی اول):

"رابطه معنا داری بین وضعیت زیر ساختی فناوری در سطح استفاده از هوش تجاری در شرکت های PSP وجود دارد."

### Model Summary

شماره مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
۱	۰٫۹۵۳	۰٫۹۰۸	۰٫۹۰۷	۳٫۴۵۴۶۴

R (ضریب همبستگی پیرسون) نشان می‌دهد که به میزان ۹۵.۳ درصد وضعیت زیر ساختی فناوری و استفاده از هوش تجاری با یکدیگر همبستگی دارد و این همبستگی نیز مثبت است.

R Square، (ضریب تعیین)، نزدیک به یک، برازش بهتر را نشان می‌دهد که این مقدار برابر ۰.۹۰۸ به دست آمده است که نشانگر سهم ۹۰.۸ درصدی مدل در بیان پراکندگی متغیر وابسته (وضعیت زیر ساختی فناوری) است.

نزدیکی R Square و Adjusted R Square (ضریب تعیین (۰/۹۰۸) و ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۹۰۷)) به هم نشانگر آن است که متغیرهای به کار رفته در مدل، توانسته‌اند برازش مناسبی ارائه دهند.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی اول):

جدول ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
۱	Regression	۲۰۰۰۵/۵۵۰	۱	۲۰۰۰۵/۵۵۰	۱۶۷۶/۲۷۶	۰/۰۰۰
	Residual	۲۰۲۸/۸۶۸	۱۷۰	۱۱/۹۳۵		
	Total	۲۲۰۳۴/۴۱۹	۱۷۱			

F نشانگر سهمی است که مدل رگرسیونی نسبت به باقی مانده متغیرها در بیان پراکندگی کل دارد. هر چه این مقدار بزرگتر باشد، مدل رگرسیونی مناسب‌تر خواهد بود.

مقدار کوچکتر از ۰/۰۵، برای Sig، نشانگر ارائه مدل مناسب رگرسیون است. بنابراین عدد sig نشان می‌دهد که رگرسیون خطی از مدل مناسبی برخوردار است و رابطه معنا داری بین وضعیت زیر ساختی فناوری در سطح استفاده از هوش تجاری وجود دارد.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی اول):

جدول ضرایب مدل رگرسیونی

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۰٫۲۸۷	۱٫۲۸۰		۰٫۲۲۴	۰٫۸۲۳
۱ استفاده از هوش تجاری	۰٫۳۴۱	۰٫۰۰۸	۰٫۹۵۳	۴۰٫۹۴۲	۰٫۰۰۰

عدد sig نشان می‌دهد که آیا می‌توان استفاده از هوش تجاری و ضریب ثابت را در مدل وارد کرد یا خیر. با توجه به این که این عدد از ۰.۰۵ کوچکتر است می‌توان این عامل را در مدل رگرسیونی وارد کرد. مدل رگرسیونی وضعیت زیر ساختی فناوری در سطح استفاده از هوش تجاری را می‌توان به صورت زیر نوشت:

$$\text{وضعیت زیر ساختی فناوری} = (۰٫۳۴۱ * \text{استفاده از هوش تجاری})$$

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی دوم):

«رابطه معنا داری بین وضعیت حمایت مدیریت ارشد در سطح استفاده از هوش تجاری در شرکت های PSP وجود دارد»

Model Summary

شماره مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
۱	۰٫۸۹۸	۰٫۸۰۶	۰٫۸۰۵	۵٫۰۳۶۷۴

R (ضریب همبستگی پیرسون) نشان می‌دهد که به میزان ۸۹/۸ درصد وضعیت حمایت مدیر ارشد و استفاده از هوش تجاری با یکدیگر همبستگی دارد و این همبستگی نیز مثبت است.

R Square، (ضریب تعیین)، نزدیک به یک، برازش بهتر را نشان می‌دهد که این مقدار برابر ۰/۸۰۶ به دست آمده است که نشانگر سهم ۸۰/۶ درصدی مدل در بیان پراکندگی متغیر وابسته (وضعیت حمایت مدیر ارشد) است.

نزدیکی R Square و Adjusted R Square (ضریب تعیین ۰/۸۰۶ و ضریب تعیین اصلاح شده ۰/۸۰۵) به هم نشانگر آن است که متغیرهای به کار رفته در مدل، توانسته‌اند برازش مناسبی ارائه دهند.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی دوم):

جدول ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	۱۷۹۳۸,۵۳۵	۱	۱۷۹۳۸,۵۳۵	۷۰۷,۱۱۱	۰,۰۰۰
Residual	۴۳۱۲,۶۹۲	۱۷۰	۲۵,۳۶۹		
Total	۲۲۲۵۱,۲۲۷	۱۷۱			

در جدول بالا عدد Sig کوچکتر از ۰/۰۵، است که نشانگر ارائه مدل مناسب رگرسیون است. بنابراین عدد sig نشان می‌دهد که رگرسیون خطی از مدل مناسبی برخوردار است و عوامل سازمانی بر استفاده از هوش تجاری تاثیر دارد.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی دوم):

جدول ضرایب مدل رگرسیونی

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-۱,۲۸۹	۱,۸۶۶		-۰,۶۹۱	۰,۴۹۱
۱ استفاده از هوش تجاری	۰,۳۲۳	۰,۰۱۲	۰,۸۹۸	۲۶,۵۹۲	۰,۰۰۰

با توجه به این که عدد sig برای متغیر استفاده از هوش تجاری از ۰.۰۵ کوچکتر است می توان این عامل را در مدل رگرسیونی وارد کرد. بنابراین مدل رگرسیونی به صورت زیر خواهد بود:

(استفاده از هوش تجاری \* ۰,۳۲۳) = حمایت مدیریت ارشد

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی سوم):

«رابطه معنا داری بین جایگاه شرکت و وضعیت رقبای موجود در صنعت در سطح استفاده از هوش تجاری در شرکت های PSP وجود دارد»

Model Summary

شماره مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
۱	۰/۹۴۲	۰/۸۸۸	۰/۸۸۷	۳/۸۰۶۷۹

R (ضریب همبستگی پیرسون) نشان می‌دهد که به میزان ۹۴/۲ درصد وضعیت عوامل محیطی و استفاده از هوش تجاری با یکدیگر همبستگی دارد و این همبستگی نیز مثبت است.

R Square، (ضریب تعیین)، نزدیک به یک، برازش بهتر را نشان می‌دهد که این مقدار برابر ۸۸/۸٪ به دست آمده است که نشانگر سهم ۸۸/۸ درصدی مدل در بیان پراکندگی متغیر وابسته (وضعیت حمایت مدیر ارشد) است.

نزدیکی R Square و Adjusted R Square (ضریب تعیین ۸۸/۸٪ و ضریب تعیین اصلاح شده ۸۸/۷٪) به هم نشانگر آن است که متغیرهای به کار رفته در مدل، توانسته‌اند برازش مناسبی ارائه دهند.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی سوم):

جدول ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	۱۹۴۶۰,۵۷۸	۱	۱۹۴۶۰,۵۷۸	۱۳۴۲,۸۸۰	۰,۰۰۰
Residual	۲۴۶۳,۵۸۵	۱۷۰	۱۴,۴۹۲		
Total	۲۱۹۲۴,۱۶۳	۱۷۱			

در جدول بالا عدد Sig کوچکتر از ۰,۰۵، است که نشانگر ارائه مدل مناسب رگرسیون است. بنابراین عدد sig نشان می‌دهد که رگرسیون خطی از مدل مناسبی برخوردار است و عوامل محیطی بر استفاده از هوش تجاری تاثیر دارد.

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی فرضیه های پژوهش (فرضیه فرعی سوم):

جدول ضرایب مدل رگرسیونی

### Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
۱	(Constant)	۱,۰۰۲	۱,۴۱۰		۰,۷۱۰	۰,۴۷۸
	استفاده از هوش تجاری	۰,۳۳۶	۰,۰۰۹	۰,۹۴۲	۳۶,۶۴۵	۰,۰۰۰

با توجه به این که عدد sig برای متغیر استفاده از هوش تجاری از ۰.۰۵ کوچکتر است می توان این عامل را در مدل رگرسیونی وارد کرد. بنابراین مدل رگرسیونی به صورت زیر خواهد بود:

(استفاده از هوش تجاری\*۰,۳۳۶) = جایگاه شرکت و وضعیت رقبا

## جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

### فرضیه اصلی

"عوامل تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی در انتخاب و سطح استفاده از هوش تجاری در صنعت پرداخت تاثیر گذار می باشد."

با توجه به اینکه فرضیه‌های فرعی، فرضیه‌ی اصلی را تشکیل می‌دهند و هر سه فرضیه‌ی فرعی معنی‌دار بودند می‌توان گفت این فرضیه نیز صحیح است و عوامل تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی در انتخاب و سطح استفاده از هوش تجاری در صنعت پرداخت تاثیر گذار می باشد.

# نتیجه گیری

## فصل پنجم



## بحث و نتیجه گیری

### نتیجه گیری:

فرض اصلی پژوهش بیان کرد:

**«عوامل تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی در انتخاب و سطح استفاده از هوش تجاری در صنعت پرداخت تاثیر گذار می باشد».**

با توجه به اینکه فرضیه‌های فرعی، فرضیه‌ی اصلی را تشکیل می‌دهند و هر سه فرضیه‌ی فرعی معنی‌دار بودند می‌توان گفت این فرضیه نیز صحیح است و عوامل تکنولوژیکی، سازمانی و محیطی در انتخاب و سطح استفاده از هوش تجاری در صنعت پرداخت تاثیر گذار می باشد. نتایج به دست آمده از این پژوهش با یافته‌های اشرف بنی محمد و همکاران (۲۰۲۲) همراستاست.

## بحث و نتیجه گیری

### اولویت بندی:

اولویت بندی عوامل تاثیر گذار بر پذیرش هوش تجاری در سازمان با توجه به یافته ها به شرح جدول زیر می باشد:

اولویت	میزان تاثیر عوامل بر پذیرش هوش تجاری	نوع عامل
اول	۳۴٫۱٪	تکنولوژیکی
دوم	۳۳٫۶٪	محیطی
سوم	۳۲٫۳٪	سازمانی

## پیشنهادات

### چند پیشنهاد:

- ❖ با توجه به نقش زیرساخت‌های فناوری در استفاده از هوش تجاری، سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی زیرساخت‌های حوزه فناوری و تکنولوژیک از اهمیت بالایی نسبت به سایر عوامل برخوردار است از این رو پیشنهاد می‌شود صاحبین کسب و کار و مدیران ارشد شرکت در خصوص بروز رسانی، تجهیز و تامین کلیه موارد سخت افزاری و نرم افزاری حوزه فناوری اقدام نمایند.
- ❖ با توجه به اهمیت عوامل محیطی در استفاده از هوش تجاری پیشنهاد می‌شود مدیران ارشد شرکت نسبت به بررسی کامل شرایط رقبا و علی‌الخصوص انتخاب و استفاده از فناوری‌های پیشرفته و روز دنیا به عنوان مزیت رقابتی در بازار کسب و کار خود اقدام نمایند.
- ❖ با توجه به تاثیر عوامل سازمانی در استفاده از هوش تجاری، پیشنهاد می‌شود مدیریت ارشد سازمان نسبت به توانمندسازی و آموزش کارکنان، شناسایی فرآیندها و مستندسازی آنها، پیاده سازی استانداردهای حوزه فناوری اطلاعات و همچنین در خصوص تقویت مدیریت دانش و بهبود روابط داخلی سازمان اقدامات برنامه ای و اجرایی موثری را در نظر بگیرند.

## پیشنهادات

### پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

- ۱- پیشنهاد می‌شود این پژوهش در بین حداقل دو یا سه شرکت PSP انجام و نتایج آن با یکدیگر مقایسه شود.
- ۲- پیشنهاد می‌شود این پژوهش در شرکت‌های فعال در حوزه فین تک و استارت‌آپ‌ها انجام شود.
- ۳- پیشنهاد می‌شود این پژوهش برای سیستم بانکی و به طور خاص یک یا چند بانک منتخب انجام شود.
- ۴- پیشنهاد می‌شود این پژوهش در دو صنعت مختلف بررسی و نتایج آن در دو صنعت با یکدیگر مقایسه شود.



با تشکر و سپاس فراوان از اساتید ارجمند:

جناب آقای دکتر کامران جمالی فیروز آبادی به عنوان استاد راهنما

و

جناب آقای دکتر حسین محسنی به عنوان استاد مشاور

و

مدیر گروه محترم جناب آقای دکتر محمد حسین درویش متولی