

به نام خدا



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

(ایرانداک)

خلاصه گزارش طرح پژوهشی سازمانی

عنوان طرح پژوهشی

ارائه چارچوب ارزیابی شرکت‌های تحول‌آفرین در حوزه فناوری اطلاعات

تاریخ شروع طرح پژوهشی	۱۳۹۹/۴/۱	تاریخ پایان طرح پژوهشی	۱۴۰۰/۱۱/۵
-----------------------	----------	------------------------	-----------

نام و نام خانوادگی مجری طرح پژوهشی	علی نعیمی صدیق
------------------------------------	----------------

نام و نام خانوادگی همکاران طرح پژوهشی	محمد ربیعی و سمیه ایزدی
---------------------------------------	-------------------------

درباره طرح پژوهشی

در عصر حاضر سازمان‌ها و شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ به‌صورت فزاینده‌ای با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه هستند که برای ماندگاری و پویایی خود مجبور هستند، با تغییرات محیطی خود را سازگار نمایند. به بیان دیگر تحولات علمی، اجتماعی، فرهنگی و فناورانه باعث می‌شود تا شرکت‌ها افزون بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را پیش‌بینی کرده و حتی بتوانند تحول‌آفرین باشند. از این‌رو در همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات از دوره پنجم، جایزه‌ای به عنوان «جایزه شرکت‌های تحول‌آفرین» برگزار می‌شود. هدف از این جایزه معرفی شرکت‌های تحول‌آفرین به بخش حاکمیت و مدیران عالی کشور و آگاهی‌رسانی به مدیران میانی در مورد چگونگی ایجاد تحول در حوزه‌های گوناگون با کاربرست فناوری اطلاعات است. در این پژوهش قصد داریم تا با مطالعه پژوهش‌های پیشین، معیارهایی که در تحول شرکت‌ها تاثیرگذارند را شناسایی کنیم و در جلسه گروه کانونی چارچوبی برای ارزیابی جایزه شرکت‌های تحول‌آفرین تعیین نماییم. شرکت‌ها به چهار دسته نوپا، کوچک، متوسط و بزرگ تقسیم شدند و شش معیار رهبری تحول‌آفرین، نوآوری در فرایندها، محصول و فناوری، نتایج مشتریان، سرمایه‌های انسانی، تاثیر اجتماعی و نتایج کلیدی عملکرد به عنوان معیارهای ارزیابی شرکت‌ها تحول‌آفرین انتخاب شدند که با استفاده از روش تجزیه و تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) گروهی اهمیت و

وزن هر یک از معیارها در دسته شرکت‌ها تعیین شد و در پایان کاربرگ و فرایند ارزیابی جایزه شرکت‌های تحول‌آفرین ارائه شد.

روش پژوهش

در این پژوهش در گام نخست معیارها و زیرمعیارهای اصلی جایزه شرکت‌های تحول‌آفرین در حوزه فناوری اطلاعات، پس از مطالعه پژوهش‌های پیشین و شناسایی معیارها و زیرمعیارهای اولیه با تشکیل گروه کانونی شامل ده تن از متخصصان حوزه فناوری اطلاعات طراحی شده است و در گام بعدی ضریب اهمیت هر یک از آن‌ها با روش تصمیم‌گیری تجزیه و تحلیل سلسله‌مراتبی گروهی (Group AHP) تعیین شده است. بدین صورت که به هریک از اعضای جلسه گروه کانونی ماتریس مقایسه‌های زوجی شش معیار شناسایی شده شامل رهبری تحول‌آفرین، نوآوری در فرایندها، محصول و فناوری، نتایج مشتریان، سرمایه‌های انسانی، تاثیر اجتماعی و نتایج کلیدی عملکرد در چهار سطح نوپا، کوچک و متوسط داده شد که در پایان وزن و اهمیت هر یک از معیارها در سطح مربوطه تعیین شد.

یافته‌های طرح پژوهشی

معیارها و تعریف هر یک از آن‌ها که در این طرح نهایی شده‌اند به شرح زیر است:

ردیف	معیار	زیر معیار
۱	رهبری	۱- الف) نفوذ آرمانی؛ ۱- ب) انگیزش الهام بخش؛ ۱- ج) ترغیب ذهنی؛ ۱- د) ملاحظات فردی.
۲	نوآوری در فرایندها، فناوری و محصول	۲- الف) فرآیندها مبتنی بر ارزیابی، تحلیل و درک نیازها و انتظارات ذی نفعان و قابلیت سازمانی است. ۲- ب) رژیم فناوری- رژیم فناوری به عنوان مجموعه ویژگی‌های یک محیط فناوری تعریف می‌شود که در آن فعالیت‌های نوآورانه شرکت‌ها انجام می‌شود. فرصت فناوری، قابلیت نوآوری، تجمع دانش و قابلیت و نزدیکی پایه دانش به علوم پایه (در مقابل علوم کاربردی) از ویژگی‌های رژیم فناوری است. ۲- ج) محصولات، خدمات و فرآیندها بر اساس نیازها و انتظارات مشتریان طراحی و ایجاد می‌شوند. ۲- د) نرخ و تناوب نوآوری به چه صورتی در فرآیندها و محصولات

		در نظر گرفته می‌شود.
۳	نتایج مشتری	۳- الف) برداشت‌ها- نشان دهنده درکی است که مشتریان از اجرای رویکردهای مرتبط با مشتری دارند و بیانگر میزان اثربخشی این رویکردها در جهت تحقق استراتژی سازمان در این زمینه است. ۳- ب) شاخص‌های عملکردی - مجموعه‌ای از شاخص‌هایی است که به منظور پایش، تحلیل، بهبود فرایندها و پیش‌بینی برداشت‌ها در ارتباط با رویکردهای مرتبط با مشتری بکار گرفته می‌شود و بیانگر میزان اثربخشی و کارایی این رویکردها است. ۳- ج) رژیم بازار- رژیم یک تکرار خاص از یک مرحله خاص (یا فازها) از یک چرخه بازار است. به بیان ساده‌تر، رژیم بازار اصطلاحی است که توسط معامله‌گران الگویی برای توصیف وضعیت بازار کلی در رابطه با افزایش یا سقوط بازار به کار می‌رود. رژیم‌های بازار بیشتر در مورد دولت‌های بلند مدت و پایدار بازار هستند که می‌توانند برای سرمایه‌گذاری یا تصمیم‌گیری در مورد تجارت استفاده شوند. از این رو، رژیم بازار امروز فقط به آنچه امروز در بازار اتفاق می‌افتد بستگی ندارد بلکه به روزها، هفته‌ها و ماه‌های قبل و بعد از آن نیز بستگی دارد.
۴	سرمایه‌های انسانی	۴- الف) برداشت‌ها- نشان دهنده درکی است که کارکنان از اجرای رویکردهای مرتبط با مدیریت سرمایه‌های انسانی سازمان دارند و بیانگر میزان اثربخشی این رویکردها در جهت تحقق استراتژی سازمان در این زمینه است. ۴- ب) شاخص‌های عملکردی - مجموعه‌ای از شاخص‌هایی است که به منظور پایش، تحلیل، بهبود فرایندها و پیش‌بینی برداشت‌ها در ارتباط با رویکردهای مرتبط با مدیریت سرمایه‌های انسانی بکار گرفته می‌شود و بیانگر میزان اثربخشی و کارایی این رویکردها است.
۵	تأثیر اجتماعی	۵- الف) برداشت‌ها- نشان دهنده درکی است که جامعه و ذینفعان ذیربط، از اجرای رویکردهای مرتبط با مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان دارند و بیانگر میزان اثربخشی این رویکردها در جهت تحقق استراتژی سازمان در این زمینه است. ۵- ب) شاخص‌های عملکردی - مجموعه‌ای از شاخص‌هایی است که به منظور پایش، تحلیل، بهبود فرایندها و پیش‌بینی برداشت‌ها در ارتباط با رویکردهای مرتبط با مسئولیت‌های اجتماعی بکار گرفته می‌شود و بیانگر میزان اثربخشی و کارایی این رویکردها است.

۶	نتایج کلیدی عملکرد	۶- الف) شاخص‌های کلیدی عملکرد مالی - شاخص‌های کلیدی مالی هستند که برای اندازه‌گیری عملکرد عملیاتی سازمان استفاده می‌شوند و به درک، پیش‌بینی و بهبود دستاوردهای کلیدی استراتژیک مورد انتظار کمک می‌کنند. ۶- ب) شاخص‌های کلیدی عملکرد غیرمالی - شاخص‌های کلیدی غیرمالی هستند که برای اندازه‌گیری عملکرد عملیاتی سازمان استفاده می‌شوند و به درک، پیش‌بینی و بهبود دستاوردهای کلیدی استراتژیک مورد انتظار کمک می‌کنند.
---	--------------------	--

در جدول زیر وزن هر یک از معیارها در سطح شرکت قابل مشاهده است.

ردیف	معیار	شرکت‌های نوپا	شرکت‌های کوچک	شرکت‌های متوسط	شرکت‌های بزرگ
۱	رهبری	۱۰,۵٪	۱۱,۱٪	۱۵,۸٪	۱۹,۶٪
۲	نوآوری	۳۹,۸٪	۳۰,۹٪	۲۲,۶٪	۱۴,۱٪
۳	نتایج مشتری	۱۰,۳٪	۱۴,۸٪	۱۶,۱٪	۱۷٪
۴	سرمایه‌های انسانی	۱۲٪	۱۴,۴٪	۱۷,۸٪	۱۹,۵٪
۵	تأثیر اجتماعی	۶,۷٪	۸,۲٪	۱۱,۲٪	۱۶,۲٪
۶	نتایج کلیدی عملکرد	۱۳,۱٪	۱۷,۲٪	۱۹,۸٪	۲۱,۲٪

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

ارزیابی جایزه شرکت‌های تحول‌آفرین بدین صورت شد که کاربرگ جایزه شرکت‌های تحول‌آفرین (پیوست یک) در اختیار شرکت‌ها قرار می‌گیرد. شرکت‌ها پس از تکمیل و ارسال به دبیرخانه همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات در چهار دسته نوپا، کوچک، متوسط و بزرگ قرار می‌گیرند. کاربرگ‌های تکمیل شده توسط اعضای منتخب کمیته علمی همایش با توجه به وزن و اهمیت معیارهای هر دسته مورد بررسی قرار می‌گیرند و امتیاز کل خود را به دست می‌آورند، سپس تعدادی از شرکت‌های هر دسته (نوپا، کوچک، متوسط و بزرگ) که بالاترین امتیاز را به دست می‌آورند در لیست منتخب همان دسته قرار می‌گیرند. در مرحله بعد برای راستی‌آزمایی و ممیزی بازدید حضوری از شرکت‌های لیست منتخب صورت می‌گیرد و دوباره توسط ممیزان و ارزیابان حضوری به شرکت‌های منتخب امتیاز بر مبنای وزن معیارهای دسته مخصوص به خود داده می‌شود که در پایان شرکت‌های هر

دسته که بالاترین امتیاز را به دست آورده‌اند، به عنوان شرکت‌های تحول‌آفرین در حوزه فناوری اطلاعات شناخته می‌شوند. در شکل زیر فرایند ارزیابی شرکت‌های تحول‌آفرین در همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات نمایش داده شده است.

