

عنوان مقاله:

بررسی میزان آمادگی سازمان مدیریت صنعتی جهت استقرار سیستم هوش تجاری

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی ترندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

روشنک ورشوی - دانشجو دکتری مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکز

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی ارزیابی استقرار هوش تجاری در سازمان مدیریت صنعتی است، امروزه تمامی سازمان ها با حجم گسترده ای از داده و اطلاعات روبرو هستند و کلید موفقیت تجاری در این عصر استفاده صحیح از داده ها جهت اخذ تصمیماتی بهتر، سریعتر و بدون نقص می باشد. سازمانها برای رسیدن به این هدف نیازمند ابزارهای قوی و کارآمدی هستند تا بتوانند وظایف تحلیل، تصمیم سازی، تدوین استراتژی و پیش بینی را مکانیزه و اتوماتیک نمایند. هوش تجاری مجموعه ای از مهارتها، فناوریها و سیستم های کاربردی است که برای جمع آوری، ذخیره سازی، تحلیل و ایجاد دسترسی کارآمد به انبارهای داده جهت کمک به سازمانها برای درک مناسب تر از زمینه کسب و کار و نیز تصمیم گیری به موقع و صحیح مورد استفاده قرار می گیرد. هوش تجاری در این تحقیق به 7 مؤلفه رویکرد استراتژیک به کسب و کار، فرهنگ بهبود دائمی، فرهنگ اطلاعات محوری، عوامل مدیریتی زیربنایی، عوامل فنی، نظام یافتگی فرآیند تصمیم گیری و همکاری مدیران اجرایی و اطلاعاتی تقسیم بندی می شود. تحقیق حاضر از نوع کاربردی است، از منظر هدف توصیفی است، از منظر راهکار میدانی است و از منظر رویکرد غیر تجربی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری در این تحقیق مدیران، کارکنان، اساتید و دانشجویان سازمان مدیریت صنعتی می باشد. تعداد نمونه 145 نفر است از روش نمونه گیری جامعه محدود کوکران در نهایت 105 نفر برای بررسی نتایج پرسش نامه انتخاب شدند. معیار سنجش متغیرهای تحقیق بر مبنای پرسشنامه ساختار یافته با ترکیبی از مقیاس هفت نقطه لیکرت است. برای استخراج عامل های هر پرسشنامه از روش تحلیل عاملی اکتشافی توسط نرم افزار SPSS استفاده شده است. برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیر هوش تجاری از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و آزمون شاپیرو ویلک استفاده شده است. برای آزمون فرضیات از رگرسیون استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، پیش نیازهای استقرار هوش تجاری، عملکرد سازمان، رویکرد استراتژیک به کسب و کار، عوامل مدیریتی زیربنایی، عوامل فنی، نظام یافتگی فرآیند تصمیم گیری، ابزارهای هوش تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1160602>

