

## عنوان مقاله:

تاثیر ظرفیت هوش تجاری، یادگیری شبکه ای و نوآوری بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه : شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی)

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت در علوم انسانی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

جلال حقیقت منفرد - استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، تهران

محسن فاضل - دانش آموخته رشته مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز، تهران

## خلاصه مقاله:

سازمانهای موفق همواره به دنبال به کارگیری روشها و ابزارهای نوین به عنوان مزیت‌های رقابتی در جهت نیل به توسعه و بهبود مستمر هستند. پژوهش حاضر با هدف تحلیل تاثیر ظرفیت هوش تجاری، یادگیری شبکه ای و نوآوری بر عملکرد سازمان (مورد مطالعه شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی) انجام شده است. مبنای روش تحقیق توصیفی از نوع آزمون همبستگی است. برای جمع آوری داده ها از چهار پرسشنامه شامل پرسشنامه های عملکرد، شبکه، نوآوری، هوش تجاری (به ترتیب با نمره ای برابر با ۸۸/۵، ۸۹/۵، ۸۷/۵، ۸۹/۵ برحسب آلفای کرونباخ) استفاده شده است. داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار آماری PLS و سایر ابزارها در حوزه آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر اساس یافته های پژوهش می توان نتیجه گیری کرد که هوش تجاری بر عملکرد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی تاثیر دارد. هوش تجاری بر نوآوری در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی تاثیر دارد. نوآوری و یادگیری شبکه ای بر عملکرد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی تاثیر دارد. همچنین هوش تجاری بر یادگیری شبکه های شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی تاثیر دارد.

## کلمات کلیدی:

عملکرد، یادگیری شبکه ای، نوآوری، هوش تجاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1475669>

