

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استفاده منظم و نوآورانه سیستم های هوش تجاری بر بازاریابی، مدیریت، تدارکات و عملکرد سازمان (مورد مطالعه: شرکت های صنعت غذایی در استان تهران)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، مهندسی صنایع، حسابداری و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

فربیا قاسمی درویش بقال - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

شاهین جعفری دوابسری - کارشناس ارشد مدیریت MBA گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

پریسا خداداد گندشمین - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازرگانی بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

مدیران جهت پیشبرد محصولات و خدمات سازمانها در میدان رقابت نیازمند راهبردی جهت منحصر به فرد شدن هستند. هوش تجاری یکی از ابزارهای حمایتگر مدیران ارشد جهت اخذ تصمیم به موقع و سریع در میان انبوه اطلاعات داده است، لذا هدف این پژوهش، بررسی تاثیر استفاده منظم و نوآورانه سیستم های هوش تجاری بر عملکرد سازمان است. روش تحقیق توصیفی- همبستگی و از لحاظ هدف کاربردی است و جامعه آماری از بین کارکنان و مدیران شرکت های صنعت غذایی در استان تهران با حجم نمونه ۳۸۴ نفر صورت گرفت. روش نمونه گیری تحقیق به صورت دردسترس بوده و جهت بازگشت مناسب، ۴۰۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این میان ۳۵۳ پرسشنامه قابل استفاده جهت تجزیه و تحلیل آماری بوده است. نتایج با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS صورت گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که استفاده منظم و نوآورانه بر بازاریابی، مدیریت و تدارکات تاثیر مثبت و معناداری دارد و تاثیر استفاده نوآورانه قویتر است. همچنین بازاریابی، مدیریت و تدارکات بر عملکرد سازمان نیز تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، استفاده منظم، استفاده نوآورانه، عملکرد سازمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1478612>

