

عنوان مقاله:

نقش هوش تجاری بر مزیت رقابتی (مورد مطالعه: صندوق تامین خسارت های بدنی)

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت و اقتصاد در علوم انسانی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

مصطفی گودرزی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد واحد بویین زهرا

مریم اسلامی - کارشناسی ارشد حقوق خصوصی دانشگاه آزاد واحد تنکابن

مجید غفاری - کارشناسی مدیریت بیمه دانشگاه فراز

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر هوش تجاری بر مزیت رقابتی با در نظر داشتن نقش میانجی توزیع دانش و نوآوری سازمانی می باشد. این پژوهش به لحاظ طبقه بندی بر مبنای هدف، کاربردی است و به لحاظ طبقه بندی بر مبنای روش یک تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق در بردارنده کلیه کارکنان ستادی شاغل در صندوق تامین خسارت های بدنی در شهر تهران است که ۱۰۰ نفر می باشند، است. محاسبه حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۸۰ نفر است. روش نمونه گیری که در این تحقیق مورد استفاده قرار خواهد گرفت نمونه گیری تصادفی ساده می باشد داده های گردآوری شده از طریق نرم افزار spss و Smart-PLS مورد تحلیل قرار گرفتند و با کمک مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه های تحقیق بررسی شدند. نتایج بدست آمده از تحقیق نشان داد؛ هوش تجاری بر توزیع دانش تاثیر معنا دار دارد. هوش تجاری بر نوآوری سازمانی تاثیر معنا دار دارد. نوآوری سازمانی بر مزیت رقابتی تاثیر معنا دار دارد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، توزیع دانش، نوآوری سازمانی، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1797448>

