

## عنوان مقاله:

تاثیر مولفه های هوش تجاری بر تعالی سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری سازمانی و قابلیت های تحلیلی هوش تجاری در سازمان های آموزشی (مورد مطالعه دانشگاه کاشان)

## محل انتشار:

فصلنامه کارافن، دوره 20، شماره 0 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

عاطفه جشنی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

هاجر منصوری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

علی یزدخواستی - دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

## خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، بررسی تاثیر مولفه های هوش تجاری بر تعالی سازمانی با در نظر گرفتن نقش میانجی نوآوری سازمانی و قابلیت های تحلیلی هوش تجاری در سازمان های آموزشی بود. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و جامعه آماری پژوهش ۳۰۰ تن از کارکنان دانشگاه کاشان بود که براساس جدول مورگان تن به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار گرد آوری اطلاعات، پرسش نامه ۳۰ گویه ای هوش تجاری پوپویچ و همکاران (۲۰۱۲) با پایایی ۰/۹۷۴، پرسش نامه محقق ساخته ۱۷ گویه ای نوآوری سازمانی با پایایی ۰/۸۹۵ و پرسش نامه ۳۶ گویه ای تعالی سازمانی جوکارلوس بولوسار (۲۰۰۵) با پایایی ۰/۹۸۰ بود. به منظور توصیف داده ها از نرم افزار Spss و در تحلیل استنباطی، مدل یابی معادلات ساختاری از نرم افزار lisrel استفاده شد. نتایج بارهای عاملی تاییدی آماره t هوش تجاری بر تعالی سازمان ۵۱/۲۱ و بر نوآوری سازمانی به میزان ۹۶/۱۶ نشان می دهد بین متغیرها همبستگی معنادار وجود دارد. هوش تجاری از طریق مولفه قابلیت های تحلیلی با بارعاملی ۰/۳۲/۱۷، بیشترین همبستگی را بر تعالی و نوآوری سازمانی داشته است. مولفه قابلیت های تحلیلی هوش تجاری، بر نوآوری و تعالی سازمانی تاثیر مستقیم دارد. مدیران با توجه به زیرساخت های تکنولوژی و عامل انسانی متخصص در زمینه تحلیل اطلاعات می توانند سازمان آموزشی را به سمت نوآوری و تعالی سازمانی سوق دهند.

## کلمات کلیدی:

هوش تجاری، نوآوری سازمانی، تعالی سازمانی، سازمان های آموزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2090811>

