

عنوان مقاله:

ارائه ی الگوریتمی جهت بهبود هوشمندی کسب و کار شرکت های دانش

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

وحید اسکو - مربی، حسابداری، عضو هیات علمی دانشگاه گنبد کاووس

مهسا فتاحی - دانشجوی کارشناسی ارشد آزاد اسلامی واحد آیت الله آملی

مهدی سلطانی - کارشناس ارشد مدیریت صنعتی و مدرس دانشگاه

مرتضی ترک جزی

خلاصه مقاله:

امروزه سازمان ها باید بپذیرند که فلسفه ی حیاتشان تغییر کرده و دیگر زنده ماندن به معنای رسیدن به وضعیت سوددهی مداوم نمی تواند باشد و باید به دنبال رقابت و ابزار آن باشند؛ چرا که امروزه کمتر شرکتی در عرصه سنتی و به دور از قواعد جدید کسب و کار فعالیت می کند؛ برای این که بتوان پا به پای رقبا باقی ماند یا حتی با مهارت بسیار بتوان از آن ها پیشی گرفت، می بایست به قواعد جدید بازی کاملاً مسلط بود، بنابراین تسلط بر هوش تجاری ضرورتی اجتناب ناپذیر تلقی می شود. هوش تجاری رویکردی نوین در کسب و کار و معماری سازمانی است که دسترسی سریع به داده ها و تحلیل آن ها را بر اساس نیازهای کاربران امکان پذیر می نمایند. استقرار هوش تجاری مستلزم فراهم سازی پیش نیازهایی است که یکی از کلیدی ترین عوامل استقرار هوش تجاری، مدیریت دانش سازمانی می باشد. ایجاد مزیت رقابتی در اقتصاد مبتنی بر دانایی در سازمان ها مستلزم مدیریت و استفاده از دانش ضمنی و آشکار سازمان و تبدیل آن به هوش تجاری است. در این راستا، بررسی نقش مدیریت دانش سازمانی بر بهبود هوش تجاری سازمان ها از اهمیت بالایی برخوردار است. این مقاله بر مبنای مروری بر ادبیات پژوهش، به شناسایی و ارزیابی رویکردهای مختلف سنجهش هوش تجاری پرداخته و در نهایت الگویی جهت ارتقای هوش تجاری شرکت های دانش محور با رویکرد مدیریت دانش ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، مدیریت دانش، شرکت های دانش محور

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286397>

