

## عنوان مقاله:

تحلیلی بر اهمیت هوش تجاری در سازمان صنایع بنیاد مستضعفان

## محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و پنجمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

محمد ابوالمعصوم - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی مدیریت بازاریابی پردیس بین الملل دانشگاه آزاد اسلامی واحد کیش

فرانک فرح بخش - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی مدیریت بازاریابی پردیس بین الملل دانشگاه آزاد اسلامی واحد کیش

منصور صمدی - استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام گروه مدیریت شهری ایران

## خلاصه مقاله:

امروزه در سازمان ها توجه به اطلاعات سودمند برای کسب و کار و بقای شرکت ها نقش حیاتی را دارد. مدیریت سازمان ها نیازمند استفاده مناسب از رویکردهای فناوری و اطلاعات است. یکی از ابعاد این فرآیند بررسی رویکرد هوش تجاری در تصمیم گیری سازمان است. بکارگیری هوش تجاری در سازمان صنایع بنیاد مستضعفان جهت تحلیل و پیش بینی سریع اطلاعات نظیر داشتن مزیت رقابتی، حفظ عملکرد مثبت و مستمر و تصمیم گیری به موقع و صحیح را می دهد. در این تحقیق با توجه به طراحی و اجرای یک پژوهش میدانی با شناسایی و معرفی مهمترین فاکتورها و عوامل موثر در عملکرد یک سیستم هوش تجاری، مطالب و نیازهای اساسی مدیران سازمان صنایع بنیاد مستضعفان از برنامه ریزی منابع بدلیل تصمیم گیری مدیریت تا استقرار هوش تجاری مورد سوال قرار گرفته است، ضمنا با توجه به تحلیل ویژگی های مدیریتی و ماهیت تصمیم گیری، فرض هایی در خصوص برنامه ریزی منابع و تصمیم گیری مدیریت بررسی می شود. در ادامه این تحقیق با استفاده از میانگین متغیرها میزان اهمیت جنبه های کاربرد هوش تجاری از دید مدیران و مشکلات اصلی سازمان صنایع در پیاده سازی هوش تجاری بیان شده است.

## کلمات کلیدی:

هوش تجاری، مزیت رقابتی، سازمان صنایع بنیاد مستضعفان، ارزیابی عملکرد، فاکتورهای موثر بر هوش تجاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/676570>

