

## عنوان مقاله:

نقش سطوح هوش تجاری در بهبود عملکرد بنگاه های کوچک و متوسط

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های دانش بنیان در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

علیرضا دهقان - عضو هیات علمی گروه مهندسی کامپیوتر (IT)، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه سلمان فارسی، کازرون، ایران

فاطمه بافندکار - گروه مهندسی کامپیوتر (IT)، دانشکده فنی مهندسی، دانشگاه سلمان فارسی، کازرون، ایران

## خلاصه مقاله:

در اکثر کشورها، بنگاه های کوچک و متوسط به عنوان عناصر مهم در پیشرفت های اقتصادی- اجتماعی شناخته شده اند. نگاهی به نظام اقتصادی بسیاری از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته ی جهان نشان می دهد که ایجاد و حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط یکی از اولویت های اساسی در برنامه های توسعه اقتصادی است. این بنگاه ها باوجود آنکه نیازمند سرمایه گذاری نسبتا کمتر هستند، اما همچنان با مشکلات و موانعی در بازار رقابتی رو به رو می باشند. به علت وجود فضای رقابتی حاکم بر بازار جهان، بنگاه های اقتصادی به منظور موفقیت و کسب مزیت رقابتی، به دنبال امکانات، ابزارها و روش هایی بر مبنای فناوری هستند که بتواند سریع و مطمئن شرایط لازم را برای آنها فراهم آورد. هوشمندی کسب و کار یکی از رایج ترین این گونه فناوری هاست که به بنگاه های اقتصادی امکان جمع آوری، تبدیل، ایجاد، نگهداری و انتقال داده های صحیح و تحلیل سریع آنها در فرآیند تصمیم گیری را می دهد. در این مقاله با استفاده از روش کتابخانه ای به بررسی هوش تجاری و کاربرد آن در بنگاه های کوچک و متوسط پرداخته شده و به چهار سطح تاثیر هوش تجاری در این بنگاه ها مورد توجه قرار گرفته است.

## کلمات کلیدی:

بنگاه های کوچک و متوسط، سطوح هوش تجاری، سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/695991>

