

عنوان مقاله:

بررسی جایگاه هوش تجاری (BI) در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان ها

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسنده:

امیر کمپانی - دانش آموخته MBA - استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

فناوری های نوین با سرعتی سرسام آور در حال پیشرفت هستند، به طوری که جوامع به صورت عام و بازار به صورت خاصی با شتابی وصف ناپذیر به دنبال ترفندهایی می گردند که بقایشان را در این عرصه آشفته و متلاطم تضمین کنند. سازمان ها باید بپذیرند که فلسفه حیاتشان تغییر کرده است و دیگر زنده بودن 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 این عرصه به صورت سنتی و به دور از قواعد جدید بازی، کسب و کار می کند و برای این که بتوان پایه پای رقبا باقی ماند یا شاید به سختی و با مهارت بسیار بتوان یک قدم از آن ها پیش گرفت، می بایست به قواعد جدید بازی کاملاً مسلط بود تا شاید روزی بتوان خود یک قاعده جدید انگاشت. بنابراین تسلط بر فناوری های جدید مانند هوش تجاری در کسب و کارها یک الزام و ضرورتی اجتناب ناپذیر تلقی می شود. در این مقاله به لزوم برقراری سیستم هوشی تجاری در سازمان ها، به منظور اخذ تصمیمات موثر در جهت افزایش سودآوری و کسب مزیت رقابتی می پردازیم.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، مزیت رقابتی، سودآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/756576>

