

## عنوان مقاله:

اهمیت هوش تجاری، منابع سازمانی و مدیریت دانش در ارتقا سازمان و ایجاد مزیت رقابتی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی دانش و فناوری علوم مهندسی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

داود جلالی اقدم - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات دانشگاه غیاث الدین جمشید کاشانی

مرتضی خادمی شجاع - دانشجوی کارشناسی ارشد فناوری اطلاعات دانشگاه غیاث الدین جمشید کاشانی

## خلاصه مقاله:

هوش تجاری مهمترین مبحثی است که توسط گارتنر در گزارش های روند راهبردی 2017 خود انتخاب شده است. هوش تجاری وظایف گردآوری پردازش و تحلیل حجم وسیعی از سیستم داخلی و منابع خارجی را پوشش می دهد و این امر ممکن است، زیرا هوش تجاری از ابزارهای پیشرفته تحلیل و پیش بینی سریع استفاده می کند که به یک سازمان کمک می کند تا برای دستیابی به مقاصد خود تصمیماتی به هنگام و عاجل اتخاذ کند. هدف اصلی هوش تجاری این است که به سازمان کمک کند تا عملکرد خود را بهبود بخشیده و مزیت رقابتی خود را در بازار ارتقاء دهد. مدیریت دانش و هوش تجاری در هر سازمانی از اهمیت ویژه ای برخوردار هستند. اما این مهم در سازمان های دانش محور که فلسفه وجودی آن ها تولید و انتشار دانش است از اهمیت بیشتر برخوردار می باشند. امروزه بدلیل تشدید فضای رقابتی، کشورها و نیز بنگاه ها در تصمیم گیری و اتخاذ استراتژی رقابتی خود، نه تنها به منابع محدود درونی سامانی و یا اطلاعات تصادفی کسب شده از فضای پیرامون اکتفا نمی کنند و در حقیقت داشتن اطلاعات صحیح، تاثیرگذار و به روز از فضای اطراف یکی از ابزارهای قدرت در سطح ملی و بنگاهی محسوب می شود. از این رو سازمان ها تلاش می کنند به بهترین منابع اطلاعاتی در محیط کسب و کار فعالیت خود دست یابند و از آن ها بطور موثر در برنامه ریزی راهبردی خود بهره گیرند. ( روتبرگ اریکسون، 2004، به نقل از اسنکو و سلطانی، 1391 )

## کلمات کلیدی:

هوش تجاری، سیستم منابع سازمانی، مزیت رقابتی، مدیریت دانش، ارتقا سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/766274>

