

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر هوش تجاری بر خلق ارزش در شرکت های خدماتی بازرسی فنی تهران

محل انتشار:

کنفرانس ملی مطالعات نوین اقتصاد، مدیریت و حسابداری در ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

مریم امام جمعه - گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده علوم اداری و زبان های خارجی، موسسه آموزش عالی پیام گلیپگان

سید محسن زارع - گروه مدیریت و حسابداری، دانشکده علوم اداری و زبان های خارجی، موسسه آموزش عالی پیام گلیپگان

خلاصه مقاله:

هوش تجاری یک فرایند مبتنی بر فناوری است که به منظور تحلیل داده ها برای کمک به مدیران ارشد، مدیران میانی و سایر کاربران جهت اتخاذ تصمیمات بهینه به کار برده می شود. با توجه به اهمیت هوش تجاری در محیط رقابتی کنونی، این مطالعه تلاش دارد تا به بررسی تاثیر هوش تجاری بر ارزش آفرینی در شرکت های خدمات بازرسی بپردازد. این پژوهش از نظر دسته بندی تحقیقات برحسب هدف، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت داده ها و شیوه گردآوری آنها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران شرکتهای خدمات بازرسی فنی در شهر تهران می باشد که با استفاده از سرشماری از 197 نفر آنها نظرسنجی شد. ابزار گردآوری داده های ابعاد مدل پیشنهادی پژوهش، پرسشنامه است. در این مطالعه، از تحلیل عاملی تاییدی برای غربالگری سیوالات استفاده شد. به منظور اعتبارسنجی مدل مفهومی از مدلسازی معادلات ساختاری بهره گرفته می شود. در این سطح جهت اجرای این مدل از نرم افزار LISREL جهت مدل سازی معادلات ساختاری می باشد، استفاده شد. در نهایت و پس از تحلیل عاملی، کلیه سازه های پیشنهادی محقق مورد تایید قرار گرفت و در مدل باقی ماند. بر مبنای تجزیه و تحلیل مسیر انجام شده، مشخص شد که: (1) هوش تجاری بر قابلیت های استراتژیک و زیرساخت های هوش کسب و کار موثر است، (2) زیرساخت های هوش تجاری بر قابلیت های عملیاتی و استراتژیک کسب و کار موثر است، (3) قابلیت های عملیاتی بر ارزش عملیاتی و استراتژیک کسب و کار موثر است، و (4) قابلیت های استراتژیک بر ارزش عملیاتی و استراتژیک کسب و کار موثر است.

کلمات کلیدی:

هوش کسب و کار، قابلیت استراتژیک، قابلیت عملیاتی، ارزش عملیاتی، ارزش استراتژیک، زیرساخت هوش تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/797614>

