

عنوان مقاله:

طراحی چهارچوب برنامه ریزی راهبردی جهت توسعه هوش تجاری در بنگاههای تجاری

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمدرضا هراتی نیک - دانشجوی کارشناسی ارشد تجارت الکترونیک دانشکده مهندسی کامپیوتر و فنا

سیدعلیرضا هاشمی گلپایگانی - عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات دانشگاه صنعت

مهدی شجری - عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات دانشگاه صنعت

خلاصه مقاله:

علیرغم اهمیت هوش تجاری در سازمانها، تاکنون شکستهای متعددی در راه انداز این بستر رخ داده است شاید یکی از این دلایل این شکست ها، نداشتن دید راهبردی به مقوله هوش تجاری در سازمان ها باشد هوش تجاری در سازمانی با محیط رقابتی و معماری بنگاه، معنا پیدا می کند از این رو برای راه اندازی موفق یک بستر هوش تجاری در بنگاه، می بایست یک دید راهبردی، بلندمدت و همه جانبه اتخاذ گردد. از این رو در مقاله حاضر چهارچوبی برای برنامه ریزی راهبردی جهت راه اندازی بستر هوش تجاری ارائه می گردد. در این چهارچوب که مبتنی بر روش کلی برنامه ریزی راهبردی است بستر هوش تجاری به عنوان یک زیرسیستم سازمان تلقی شده که با سازمان و محیطش در تعامل است محور اصلی نیز بر روی تحلیل فضای موجود ترسیم فضای مطلوب و تعیین راهبردهای مناسب برای طی مرحله گذار است شناخت وضعیت موجود براساس دو تحلیل آمادگی و زیرساخت بنگاه برای هوش تجاری بدست می آید راهبردهای کلی برپایه طبقه بندی وضعیتها به چهاربخش تقسیم می گردد. این چهارچوب ارائه شده با توجه به ویژگی های خود می تواند برای برنامه ریزی و رسیدن به بستر مطلوب هوش تجاری کارایی و تاثیر زیادی در کم نمودن احتمال شکست داشته باشد.

کلمات کلیدی:

برنامه ریزی راهبردی (استراتژیک)، هوش تجاری (کسب و کار هوشمند)، انبار داده، فناوری اطلاعات سازمانی، بنگاه تجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/84661>

