

عنوان مقاله:

ارایه ی یک تعریف از مدل کسب وکار با استفاده از مفهوم هوش تجاری

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

فلورا حمیدی - دانشجوی DBA سازمان مدیریت صنعتی، مدرس دانشگاه فنی و حرفه ای

خلاصه مقاله:

ما در دورانی زندگی می کنیم که زمان، کلیدی ترین اصل در کسب وکار است، صاحبان کسب وکار به استفاده از ابزارهای اطلاعاتی روی آورده اند تا بتوانند اطلاعات مورد نظر را بسرعت از منابع استخراج کنند هوش تجاری در امر تصمیم گیری در امور مختلف با تحلیل اطلاعات و روش های پرس وجو تسهیلات زیادی را فراهم می کند. هوش کسب و کار، نه به عنوان یک محصول و نه به عنوان یک سیستم، بلکه به عنوان یک معماری و رویکردی جدید موردنظر است که البته شامل مجموعه ای از برنامه های کاربردی و تحلیلی است که به استناد پایگاه های داده عملیاتی و تحلیلی به اخذ و کمک به تصمیم گیری برای فعالیت های هوشمند تجاری و کسبوکار می پردازند. یک مدل کسب و کار مبتنی بر هوش تجاری این امکان را می دهد که بخشی از کارهای تجاری با ابزار هوشمند انجام و خروجی گرفته شود. با استفاده از ابزار هوشمند می توان بصورت آنلاین سرویس دهی نمود و اثرات موثر آن را بر روند مدیریت کسب و کار مشاهده کرد. بازار، هوش کسب و کار را ابزار برای برتری رقابتی می داند. پژوهش حاضر تلاشی در جهت ارایه ی یک تعریف از مدل کسب وکار با بکارگیری هوش تجاری می باشد. پژوهش از نوع بنیادی با مطالعه ی کیفی به روش کتابخانه ای بوده که پس از مطالعه و بررسی تعاریف ارایه شده از سوی صاحب نظران تعریفی از مدل کسب وکار ارایه می شود که در آن هوش تجاری به عنوان یک عامل موفقیت کسب وکار در دنیای کنونی در آن گنجانده شده است به عبارت دیگر تعریف بر پایه ی هوش تجاری می باشد

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، مدل کسب وکار، مدل کسب وکار هوشمند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/854914>

