

## عنوان مقاله:

الگوی سنجش هوشمندی کسب وکار در صنعت تلکام

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره 7، شماره 28 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

آرمان احمدی زاد - دانشگاه کردستان

ابراهیم عباسی - دانشگاه الزهرا

مهین رحیم پور - دانشگاه الزهرا

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، ارائه الگوی سنجش سیستم هوشمندی کسب وکار با استفاده از رویکرد آمیخته است. در این مقاله، ابتدا مبانی نظری پژوهش بررسی شده و سپس، با مرور پژوهش های پیشین، شاخص های سنجش سیستم هوشمندی کسب وکار استخراج شده است. در ادامه، متغیرهای اولیه استخراج شده با روش کیفی و با گروه های کانونی غربال و متغیرهای مناسب به منظور طراحی مدل و سنجش آن تایید شدند. جامعه آماری شامل مدیران، روسا و کارشناسان کسب وکار یکی از اپراتورهای تلفن همراه کشور است و نمونه آماری به صورت سرشماری جامعه آماری انتخاب شد. در ادامه، داده های کمی پژوهش با پرسشنامه جمع آوری و با توجه به این که جامعه آماری سرشماری شده بود، با روش های آمار توصیفی و ماتریس اهمیت- عملکرد تحلیل شد. نتایج نشان داد که وضعیت سیستم هوشمندی کسب وکار در سطح متوسط رو به بالایی است؛ اما سطح ابعاد آن باهم متفاوت اند. هوشمندی فناورانه و هوشمندی رقبا در وضعیت مطلوبی قرار دارند و وضعیت هوشمندی بازار در سطح متوسط روبه بالا و نزدیک به مطلوب است؛ اما سطح هوشمندی راهبردی ضعیف ارزیابی شد. بر اساس ماتریس اهمیت- عملکرد در مجموع هوشمندی فناورانه، هوشمندی رقابتی و هوشمندی بازار در ناحیه قوت های سیستم هوشمندی کسب وکار قرار گرفتند؛ اما هوشمندی راهبردی در ناحیه ضعف های کلیدی سیستم هوشمندی کسب وکار است.

## کلمات کلیدی:

هوشمندی کسب وکار، هوشمندی بازار، هوشمندی رقابتی، هوشمندی فناورانه، هوشمندی راهبردی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/916522>

