

بررسی تأثیرات و عوامل مؤثر پیاده‌سازی هوش تجاری در بستر رایانش ابری در سازمان‌ها

محمد حیدری بنی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی بین‌الملل، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

چکیده

امروزه استفاده از هوش تجاری در سازمان‌های مختلف به‌عنوان ابزار تصمیم‌گیری و مدیریتی سریع و کارآمد به یاری مدیران میانی و بالایی آمده است که این ابزار مفید با توجه به نیازمند بودن زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و به‌تبع آن هزینه بسیار بالای آن برای هر سازمانی قابل استفاده نمی‌باشد که به همین جهت این پژوهش استفاده از بستر رایانش ابری را برای از بین بردن این نقطه ضعف به سازمان‌های مختلف پیشنهاد داده است لذا هدف این پژوهش بررسی تأثیرات و عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی هوش تجاری در بستر رایانش ابری در سازمان‌ها می‌باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، توصیفی و از نوع کاربردی و روش پژوهش پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش تمامی استفاده‌کنندگان این سیستم در شبکه بهداشت استان البرز بود. که بر اساس روش نمونه‌گیری طبقه‌ای و بر اساس فرمول کوکران ۱۵۵ نفر به‌عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش از نرم‌افزارهای اس پی اس اس، لیزرل و اکسل برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد بعد سازمانی، بعد فرآیندی و بعد فنی بر پیاده‌سازی هوش تجاری در بستر رایانش ابری در سازمان‌ها تأثیرگذار است، همچنین استفاده از تکنولوژی هوش تجاری بر رضایتمندی مشتریان، اعتبار سازمان و کاهش هزینه‌های سازمان تأثیرگذار می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: هوش تجاری، رایانش ابری، هوش تجارت ابری

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صفحات ۵۲۰-۵۰۷