

بررسی تاثیر ابعاد محتوایی سازمان (فرهنگ، تکنولوژی، استراتژی)

بر اثر بخشی هوش تجاری با توجه به نقش تعدیل گر مدیریت دانش بانک سامان

عرضه بانکداری کشور به منظور توانایی رقابت در بازار و افزایش سطح رضایتمندی مشتریان، تسهیل در فرایند تصمیم گیری، تشخیص زود هنگام تهدیدات و شناسایی فرصتهای محیطی نیاز به سیستمی دارد تا بتواند اطلاعات سازمانی را یکپارچه و منسجم کرده و این امکان را به سازمان بدهد تا با بکارگیری این اقدامات از مزیت رقابتی و پیشرو بودن استفاده نماید. سیستم هوش تجاری ضمن برقراری این اهداف موجب می شود سطح آگاهی سازمان نیز افزایش یابد و گزارشات تحلیلی و چند بعدی را نیز که از نیازهای اساسی بانک به شمار می رود، تهیه کند با بکارگیری سیستم مدیریت دانش نیز می توان مزیت رقابتی بلند مدت را استمرار بخشید و اثربخشی سیستم هوش تجاری را در بانک افزایش داد. از طرفی ابعاد محتوایی سازمان (فرهنگ، تکنولوژی و استراتژی) به عنوان متغیر مستقل، نیز می تواند بستر مناسبی را برای اثر بخشی هوش تجاری ایجاد کند. در این مورد برای بررسی نرمال بودن داده های مسئله از آزمونهای ناپارامتریک مانند آزمون کلموگروف- اسمیرنوف و آزمون همبستگی اسپیرمن، و آزمون تحلیل واریانس فریدمن به منظور رتبه بندی مولفه های سازمان استفاده می شود.