فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت
Journal of New Research Approaches in Management Science
سال دوم. شماره ۱۵. پاییز ۱۳۹۸، صص۱۲-۱ Vol 2. No 15. 2019, p 1-12
شماره شاپا (۲۵۸۸-۵۵۶۱) ISSN: (2588-5561)

بررسی تاثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان

مریم صادقی[۱]. دکتر بیژن عابدینی[۲]
۱. کارشناس ارشد مدیریت مالی
۲. عضو هئیت علمی دانشگاه هرمزگان. ایران

چکیده

در عصر حاضر بررسی عملکرد شرکت از اهمیت ویژه‌ای برخودار بوده و مدیران و راهبران سازمان‌ها بر اساس آن برنامه و راهبردهای آینده سازمان را مشخص می‌نمایند. عملکرد مالی سازمان به عنوان معیاری مناسب و کارا برای ارزیابی عملکرد سازمان می‌باشد. اهمیت عملکرد مالی برای شرکت‌ها باعث می‌شود که هر عامل مؤثر بر آن نیز اهمیت یابد. هدف این تحقیق بررسی تاثیر هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت‌ها می‌باشد. شرکت مخابرات بندرعباس به عنوان مطالعه موردی تحقیق و مدیران این سازمان به عنوان جامعه آماری تحقیق مشخص گردیده‌اند. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده و پرسشنامه‌ای بر اساس پرسشنامه استاندارد هوش تجاری و از نسبت بازده دارایی‌ها استفاده و تدوین شده است. پرسشنامه هوش تجاری از پرسشنامه استاندارد پرویچ (۲۰۱۲) استخراج و عملکرد مالی نیز از طریق بازده دارایی مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور تایید روایی پرسشنامه از نظر خبرگان و به منظور بررسی پایایی آن نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. همچنین به منظور تجزیه‌وتحلیل اطلاعات از آزمون رگرسیون استفاده شد و نتایج تحقیق نشان داد که تمامی ابعاد هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت‌ها موثر است.

واژه‌های کلیدی: عملکرد مالی، هوش تجاری، شرکت مخابرات بندرعباس.

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

مقدمه

هوش تجاری به فرایند تبدیل داده‌های خام به اطلاعات تجاری و مدیریتی اطلاق می‌گرددکه به تصمیم‌گیرندگان سازمان کمک می‌کند تا تصمیمات خود را بهتر و سریعتر گرفته و بر اساس اطلاعات صحیح، عمل نمایند. (کوهن و همکاران[1] ۲۰۰۹). امروزه با توجه به رقابت شدید در محیط تولید و راهبردهای مختلف شرکت‌ها برای کسب مزیت رقابتی و بهره‌گیری از آن برای حذف رقبا و پیروزی در رقابت در اختیار داشتن منابع مالی می‌تواند ابزاری قدرتمند برای سازمان‌ها باشد. عملکرد مالی برای شرکت‌های تولیدی، شاخص بسیار مهم در ارزیابی موفقیت این سازمان‌ها بوده و شناسایی عوامل موثر بر آن می‌تواند از جنبه‌های مختلف برای سازمان‌های تولیدی با اهمیت باشد. هوشمندی رقابتی به عنوان یک ابزار مدیریت استراتژیک و یکی از سریعترین زمینه های رشد کسب و کار دنیا، به شمار می‌رود. همچنین هوشمندی رقابتی، یکی از تکنیک‌های مهم در ایجاد مزیت رقابتی است. هوش تجاری، وظایف گردآوری، پردازش و تحلیل حجم وسیعی از داده‌ها از سیستم داخلی و منابع خارجی را پوشش می‌دهد و این ممکن است، چرا که هوش تجاری از ابزار پیشرفته تحلیل و پیش‌بینی سریعی استفاده می‌کند که به یک شرکت این کمک را می‌کند که برای دستیابی به مقاصد سازمانی تصمیمات بهنگام و عاجل اتخاذ کند (باریک و همکاران[2] ۲۰۰۳).

ارزیابی عملکرد یکی از اقدامات اساسی و ضروری در امر برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری مدیران بیان می‌شود و در واقع ارزیابی نه تنها در انتخاب استراتژی و ساختار مالی به مدیران کمک می‌کند، بلکه نشان می‌دهد که چگونه استراتژی‌ها و ساختار مالی بر ارزش بازار سهام اثر می‌گذارد. لذا سنجش عملکرد شرکت‌ها، ارزیابی کلی از وضعیت مالی و نتایج به منظور اخذ تصمیمات منطقی می باشد. یکی از مهمترین وظایف مدیران مالی، کنترل منابع مالی و حصول اطمینان از دستیابی به نتایج از پیش‌تعیین شده می‌باشد. ماحصل کار حسابداران و مدیران مال ارائه گزارش‌هایی است که وضعیت مالی موسسه و نتیجه عملکرد آن را در سک دوره نشان می‌دهد. اگر این گزارش‌ها به درستی تجزیه و تحلیل نشوند، ممکن است برای خوانندگان نه تنها اطلاعات مفیدی ارائه ندهند، بلکه گمراه‌کننده نیز باشند. ابزارهای اندازه‌گیری متلفی جهت ارزیابی سلامت یک واحد تجاری می‌توان به کاربست که از آن جمله تجزیه‌وتحلیل‌های افقی و عمودی صورت‌های مالی و بررسی نسبت‌ها را می‌توان نام برد. تجزیه‌وتحلیل صورت‌های مالی کوششی است در جهت ارزیابی نقاط قوت و ضعف وضعیت مالی موسسه از طریق بررسی ارقام گزارش شده (حقیقی کفاش و همکاران، ۱۳۹۱)

هدف اصلی هوش تجاری این است که به شرکت کمک کند تا عملکرد خود را بهود بخشد و مزیت رقابتی خود را در بازار ارتقاء دهد. هوش تجاری از طریق این ارزیابی که آیا فعالیت‌ها به واقع منجر به

1- Cohen et al
2- Barrick et al

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

پیشروی شرکت‌ها به سوی اهدافشان می‌شود یا خیر در اتخاذ تصمیمات بهتر یاری می‌دهد. امروزه مدیران بازرگانی برای اتخاذ تصمیمات و به ویژه تصمیمات مرتبط با عملکرد مالی و انتخاب بهترین و بهینه‌ترین تصمیم در این حوزه نیازمند در اختیار داشتن ملزوماتی هستند که شناسایی آنها می‌تواند بر موفقیت سازمان موثر باشد. بر این اساس در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال هستیم که آیا هوش تجاری شرکت می‌تواند در عملکرد مالی شرکت موثر باشد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

هوش تجاری

هوش تجاری از منظر معماری و فرایند به هوش تجاری به عنوان یک چارچوب که عامل افزایش کارایی سازمان و یکپارچگی فرایندها و نهایتاً بر فرایندهای تصمیم‌گیری در سطوح مختلف سازمانی متمرکز است، نگریسته می‌شود (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۴). بازار هوش تجاری را ابزاری برای برتری رقابتی و پایشگر و تحلیلگر بازار و مشتریان می‌داند. از نقطه نظر فناوری نیز هوش تجاری یک سیستم هوشمند است که با پردازش دقیق داده‌ها، نقطه دخالت سخت‌افزار و نرم‌افزار در مغزافزارها به حساب می‌آید. ولی به بیان ساده‌تر هوش تجاری چیزی نیست مگر فرایند بالا بردن سوددهی و عملکرد سازمان در بازار رقابتی با استفاده هوشمندانه از داده‌های موجود در فرایند تصمیم‌گیری. در صورتی که مفهوم هوش تجاری بدرستی درک و منتقل نگردد، موجب می‌شود تا انتظارات مدیران به صورت ناگهانی افزایش یابد و برآورده نشدن این توقعات مواردی را از جمله سلب اطمینان افراد و بویژه مدیران از این سیستم به دنبال خواهد داشت؛ چرا که هوش تجاری فقط به دنبال کوتاه کردن مسیرهای پرس‌وجو در داخل اطلاعات است و خود مستقلاً و بدون نیاز به اطلاعات مناسب قادر به ارائه پیشنهاد یا راهکاری نیست (شجاعی کیاسری و همکاران، ۱۳۹۱).

عملکرد مالی

عملکرد فرآیندی است که بوسیله ی آن کارکنان در فواصل معین و به طور رسمی مورد بررسی و سنجش قرار می‌گیرد همچنین ارزیابی عملکرد بعنوان مرور و توصیف نظام‌مند عملکرد فرد در شغل مورد نظر و مدیریت، و نیز بعنوان نظام کلان جمع‌آوری اطلاعات، بازنگری، ارائه بازخورد نسبت به عملکرد افرد کشف و شناسایی اطلاعات مورد نیاز به منظور بهبود و اثربخشی سازمان، تعریف شده است (نمازی و ابراهیمی، ۱۳۹۰). از سال‌های گذشته تا کنون ارزیابی عملکرد واحدهای اقتصادی بخش عمده‌ای از مباحث حسابداری، مدیریت، اقتصاد و. . . . را به خود اختصاص داده است. ارزیابی عملکرد فرآیندی است که بدان وسیله همه‌ی مدیران درباره عملکرد کارهای تخصصی انجام شده در درون شرکت اطلاعاتی بدست می‌آورند و این عملکرد را با شاخص‌های تعیین شده در بودجه، برنامه‌ها و هدف‌ها مقایسه

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

می‌کنند. اصولا عملکرد با هدف رابطه‌ی مستقیمی دارد. نتایج حاصل از ارزیابی عملکرد خود هدف نبوده بلکه ابزاری است که در جهت پیش‌بینی برنامه‌های آتی و نیز بهبود نقاط قوت و برطرف نمودن نقاط ضعف آن واحد مورد استفاده قرار می‌گیرد. ارزیابی عملکرد واحد اقتصادی بدون در نظر گرفتن ویژگی‌های تجاری بر شرایط حاکم بر بازار و خدمات آن و صرف‌نظر از جایگاهی که واحد مورد ارزیابی در مجموعه‌ی نظام و ساختار اقتصادی کشور از آن برخوردار است، ثمربخش نخواهد بود. امروزه مدیران به صورت بالقوه به مکانیزم هایی که از طریق آن عملکردشان مورد قضاوت قرار می‌گیرد، توجه دارند. آنان بدنبال اطلاعاتی درباره ارتباط طرح‌های پاداش و عملکرد خود هستند. علاوه براین زمانی که طرح پاداش نسبت به عملکرد حساس نباشد، در بازار رقابتی نیروی کار مدیریتی شرکت، مدیران خود را از دست خواهد داد و آنان واحد اقتصادی را ترک خواهند کرد. هرچند اطلاعات حسابداری، هم بعنوان معیاری جهت هرگونه افزایش حقوق و مبنای اضافه حقوق در سال‌های آتی و هم در برنامه‌ریزی و کنترل فعالیتها در بسیاری از شرکتها نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و حسابرسان با اعتبار بخشی به آن اطلاعات، قابلیت اتکای آنها را جهت تصمیم‌گیری افزایش می‌دهند و مدیران و کارکنان شرکت‌ها نیز، ارزیابی عملکرد بر اساس ارقام حسابداری را بهتر از ارزیابی عملکرد برمبنای بازار و شاخص‌های غیرمالی درک می‌نمایند. اما هیلی براین باور است که اطلاعات حسابداری دارای معایبی است که استفاده از آن فرآیند عملکرد را با محدودیت مواجه می‌سازد زیرا گزارش‌های حسابداری گذشته‌نگر است و نه آینده‌نگر (نمازی و ابراهیمی، ۱۳۹۰).

حیدری کرد زنگنه و همکاران (۱۳۹۶) با عنوان رابطه مسئولیت اجتماعی با عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به مشتریان و نهادهای موجود در جامعه ارتباط دارد. ولی عملکرد مالی با مسئولیت اجتماعی شرکت نسبت به کارکنان و محیط‌زیست رابطه معناداری ندارد. علیخانی و مران جوری (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان کاربرد تئوری‌های افشای اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی ارائه کرده‌اند که در این تحقیق تئوری‌هایی که انگیزه شرکت‌ها را برای افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت‌ها توضیح می دهند شامل تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری ذینفعان، تئوری مشروعیت و تئوری سازمانی معرفی و تحقیقات انجام شده در زمینه تئوری‌های مذکور ارائه شد. بوچر و همکاران[1] (۲۰۰۹) در پژوهش خود تحت عنوان کارکردهای هوش تجاری سازمان‌ها به این نتیجه دست یافت که شاخص‌های کلیدی عملکرد پایه و ضرورت تصمیمات کسب‌وکار هستند و هوش تجاری قابلیت‌های توسعه این شاخص‌ها را برای سازمان فراهم می‌آورد.

1- Bocher et al

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی:

ـ هوش تجاری بر عملکردمالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

فرضیات فرعی:

ـ یکپارچگی داده‌های مالی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.
ـ قابلیت‌های تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.
ـ کیفیت محتوی اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.
ـ کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.
ـ فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی است زیرا نتایج آن برای سازمان‌های مورد مطالعه راهکارهای عملی ارائه می‌نماید. جامعه آماری این پژوهش مدیران (هر سه سطح از مدیریت عالی، میانی و سرپرستی) شرکت مخابرات استان هرمزگان می‌باشند. بررسی‌ها نشان می‌دهد تعداد این مدیران در حدود ۱۰۴ نفر است. در پژوهش حاضر، به منظور تعیین حجم نمونه از رابطه کوکران استفاده شده و بر این اساس حجم نمونه ۶۹ نفر تعیین شده است. همچنین به منظور انتخاب نمونه از روش تصادفی ساده استفاده شده و ۶۹ مدیر جهت پاسخگویی به سوالات پرسشنامه انتخاب گردیدند. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های میدانی و از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پرسش‌نامه استاندارد پروویچ (۲۰۱۲) جهت جمع‌آوری داده‌ها در حوزه هوش تجاری استفاده گردیده است. همچنین به منظور ارزیابی معیار عملکرد مالی از طریق بازده دارایی (سود تقسیم بر کل داریی)در بازه زمانی سه ساله مورد برررسی قرار می‌گیرد. همچنین این پرسش‌نامه مورد تأیید اساتید راهنما و مشاور و چند تن از اساتید رشته مدیریت مالی قرار گرفته‌است (اعتبار محتوایی). همچنین قبل از توزیع پرسشنامه بین افراد نمونه به منظور رفع اشکال‌های احتمالی آن، پرسش‌نامه اولیه بین ۱۵ واحد از واحدهای جامعه آماری توزیع شد و سپس نظرات آن‌ها در پرسشنامه نهایی اعمال شد. بنابراین می‌توان گفت که پرسش‌نامه حاضر حداقل از اعتبار ظاهری (صوری)[1] لازم برخوردار می‌باشد یا به عبارتی روا می‌باشد. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده که جدول زیر خلاصه آن را نشان می‌دهد:

1- Face Validity

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

جدول ۱: پایایی پرسشنامه

متغیر	یکپارچگی داده‌ها	کیفیت محتوی اطلاعات	کیفیت دسترسی به اطلاعات	فرهنگ تصمیم‌گیری مدیران	قابلیت‌های تحلیل مدیران	کل
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۸۰۲	۰/۷۸۱	۰/۷۱۱	۰/۸۲۳	۰/۸۱۸	۰/۸۵۴

در این پژوهش برای توصیف داده‌ها از آمار توصیفی و به منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از آمار استنباطی (آزمون رگرسیون) استفاده شده‌است.

یافته‌ها

در این بخش ابتدا می‌بایست نوع توزیع نمونه آماری مشخص تا پس از آن به انتخاب آزمون مناسب پرداخته شود. بدین منظور ابتدا نرمال بودن و غیر نرمال بودن توزیع نمونه آماری به کمک آزمون کولموگروف- اسمیرنوف (K-S) مورد آزمون قرار گرفت. اگر سطح معنی‌داری از ۰. ۰۵ بیشتر باشد، فرض آماری صفر تایید شده و نرمال بودن مورد تایید قرار می‌گیرد. در غیر این صورت فرض مخالف مورد قبول قرار گرفته و عدم نرمال بودن سوال‌های تحقیق مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ۲: نتایج آزمون آماری بررسی توزیع نرمال بودن توزیع مولفه‌های تحقیق

مولفه‌های تحقیق	آماره k-s	سطح معنی‌داری(sig)
یکپارچگی داده‌ها	۲/۱۸۰	۰/۰۹
کیفیت محتوی اطلاعات	۲/۷۴۶	۰/۰۸
کیفیت دسترسی به اطلاعات	۳/۰۱۰	۰/۱۷
فرهنگ تصمیم‌گیری	۴/۷۶۰	۰/۱۵
قابلیت تحلیل مدیران	۳/۰۰۹	۰/۱۹
عملکرد مالی	۳/۱۰۳	۰/۰۸

همانگونه که از جدول فوق می‌توان استنباط نمود، از آنجا که سطح معنی‌داری این آزمون از ۰. ۰۵ بیشتر است، لذا فرض H_0 مبتنی بر نرمال بودن وضعیت مولفه‌های مورد بررسی تایید می‌گردد. لذا در تحقیق حاضر با توجه به نرمال بودن نمونه آماری مورد بررسی، از آزمون‌های پارامتریک استفاده شده است.

فرضیه ۱: یکپارچگی داده‌های مالی بر عملکردمالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

این فرضیه را می‌توان به صورت آماری به شکل زیر نشان داد:

H_0: یکپارچگی داده‌های مالی بر عملکردمالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

H_1: یکپارچگی داده‌های مالی بر عملکردمالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

جدول ۳: ضرایب مدل رگرسیون یکپارچگی داده‌های مالی و عملکردمالی

متغییر	خطای معیار	برآورد استاندارد β	مقدار t	p- مقدار
ثابت	۰/۱۸۴	–	۱۴/۳۳۸	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۰۵۳	۰/۲۳۴	۴/۱۸۰	۰/۰۰۰

متغیرها	R	R2	F	dw
یکپارچگی داده‌های مالی و عملکرد مالی	۰/۴۸۳	۰/۲۳۳	۶/۳۱۲	۱/۶۷

چون در متغیر یکپارچگی داده‌های مالی، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد لذا بر متغییر عملکرد مالی تأثیر دارد. همچنین برای تفسیر نتایج جدول فوق از ضرایب رگرسیون استاندارد شده یعنی بتا (Beta) استفاده می‌شود. یکپارچگی داده‌های مالی با بتای ۰/۲۳۴ بر متغیر عملکرد مالی تأثیر دارد.

فرضیه ۲: قابلیت تحلیلی مدیریان بر عملکردمالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

این فرضیه را می‌توان به صورت آماری به شکل زیر نشان داد:

H_0**:** قابلیت تحلیلی مدیریان بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

H_1**:**قابلیت تحلیلی مدیریان بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

جدول ٤: ضرایب مدل رگرسیون قابلیت تحلیلی مدیریان و عملکردمالی

متغییر	خطای معیار	برآورد استاندارد β	مقدار t	p- مقدار
ثابت	۰/۰۹۸	–	۹/۰۰۹	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۰۲۳	۰/۱۷۲	۲/۱۱۹	۰/۰۰۰

متغیرها	R	R2	F	dw
تحلیلی مدیریان و عملکردمالی	۰/۵۰۴	۰/۲۵۴	۷/۰۹۲	۱/۶۱

چون در متغیر یکپارچگی داده‌های مالی، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد لذا بر متغییر عملکرد مالی تأثیر دارد. همچنین برای تفسیر نتایج جدول فوق از ضرایب رگرسیون استاندارد شده یعنی بتا (Beta) استفاده می‌شود. قابلیت تحلیلی مدیریان با بتای ۰/۱۷۲ بر متغیرعملکرد مالی موثر می‌باشد.

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

فرضیه ۳: کیفیت محتوی اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

H_0**:** کیفیت محتوی اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات بندرعباس تاثیرگذار می‌باشد.

H_1**:** کیفیت محتوی اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات بندرعباس تاثیرگذار می‌باشد.

جدول ۵: ضرایب مدل رگرسیون کیفیت محتوی اطلاعات و عملکردمالی

متغییر	خطای معیار	برآورد استاندارد β	مقدار t	p- مقدار
ثابت	۰/۰۷۲	–	۱۱/۸۹۸	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۱۸۲	۰/۲۱۷	۳/۲۲۱	۰/۰۰۰
متغیرها	R	R2	F	dw
کیفیت محتوی اطلاعات و عملکرد مالی	۰/۶۰۹	۰/۳۷۰	۱۲/۱۰۶	۱/۹۳

چون در متغیر کیفیت محتوی اطلاعات، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد لذا بر متغییر عملکرد مالی تأثیر دارد. همچنین برای تفسیر نتایج جدول فوق از ضرایب رگرسیون استاندارد یعنی بتا (Beta) استفاده می‌شود. کیفیت محتوی اطلاعات با بتای ۰/۲۱۷ بر متغیرعملکرد مالی موثر می‌باشد.

فرضیه ٤: کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

این فرضیه را می‌توان به صورت آماری به شکل زیر نشان داد:

H_0**:** کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

H_1**:** کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

جدول ٦: ضرایب مدل رگرسیون کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکردمالی

متغییر	خطای معیار	برآورد استاندارد β	مقدار t	p- مقدار
ثابت	۰/۱۹۸	–	۶/۷۸۱	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۱۱۸	۰/۳۳۱	۲/۱۸۹	۰/۰۰۰

متغیرها	R	R2	F	dw
کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی	۰/۴۰۷	۰/۱۶۵	۴/۹۳۰	۱/۷۱

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

چون در متغیر کیفیت دسترسی به اطلاعات، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد لذا بر متغییر عملکرد مالی تأثیر دارد. همچنین برای تفسیر نتایج جدول فوق از ضرایب رگرسیون استاندارد یعنی بتا (Beta) استفاده می‌شود. کیفیت دسترسی به اطلاعات با بتای ۰/۳۳۱ بر متغیرعملکرد مالی موثر می‌باشد.

فرضیه ۵: فرهنگ تصمیم گیری تحلیلی بر عملکردمالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیر گذار می باشد.

این فرضیه را می توان به صورت آماری به شکل زیر نشان داد:

H_0**:** فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار نمی‌باشد.

H_1**:** فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

جدول ۷: ضرایب مدل رگرسیون فرهنگ تصمیم گیری تحلیلی بر عملکردمالی

متغییر	خطای معیار	برآورد استاندارد β	مقدار t	p- مقدار
ثابت	۰/۳۱۱	–	۸/۰۹۱	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۰۰۹	۰/۳۲۹	۳/۱۱۸	۰/۰۰۰

متغیرها	R	R2	F	dw
فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکردمالی	۰/۷۰۹	۰/۵۰۲	۱۰/۴۰۵	۱/۵۲۷

چون در متغیر فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد لذا بر متغییر عملکرد مالی تأثیر دارد. همچنین برای تفسیر نتایج جدول فوق از ضرایب رگرسیون استاندارد یعنی بتا (Beta) استفاده می‌شود. فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی با بتای ۰/۳۲۹ بر متغیرعملکرد مالی موثر می‌باشد.

فرضیه اصلی: هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

این فرضیه را می‌توان به صورت آماری به شکل زیر نشان داد:

H_0**:** هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیگذار نمی‌باشد.

H_1**:**هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد.

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

جدول ۸: ضرایب مدل رگرسیون هوش تجاری بر عملکردمالی

متغییر	خطای معیار	برآورد استاندارد β	مقدار t	p- مقدار
ثابت	۰/۲۹۳	–	۶/۰۸۱	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۰۰۲	۰/۴۹۱	۵/۰۹۳	۰/۰۰۰

متغیرها	R	R2	F	dw
هوش تجاری بر عملکردمالی	۰/۶۶۱	۰/۴۳۶	۹/۴۰۵	۱/۶۳

چون در متغیر هوش تجاری، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشد لذا بر متغییر عملکرد مالی تأثیر دارد. همچنین برای تفسیر نتایج جدول فوق از ضرایب رگرسیون استاندارد یعنی بتا (Beta) استفاده می‌شود. هوش تجاری با بتای ۰/۴۹۱ بر متغیرعملکرد مالی موثر می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

امروزه بیشتر سازمان‌ها، در حال پی بردن به این نکته هستند که اطلاعات، خون زندگی دیجیتال است. همچنین کلید موفقیت در عصر اطلاعات، اتخاذ تصمیماتی است که بدون پیچیدگی و مغایرت‌های عملیاتی، بهتر و سریعتر بتوانند سازمان را در رقابت با سایرین به پیش ببرند. تصمیمات تجاری بد و نامناسب یعنی تصمیمات مبتنی بر اطلاعات حداقلی یا ناقص، می‌توانند زیان‌های چند میلیون دلاری به بار بیاورد، سهم اصلی و اکثریت بازار شرکت را از دست خارج کند و یا حتی شرکت را به ورطه ورشکستگی بکشانند. در سال‌های اخیر رویکرد مدیریت کسب‌وکار در سراسر جهان به صورت عمیقی تغییر کرده است. در قرن بیست ویکم، سازمان‌ها بر مبنای دانش و شبکه‌ها به منظور پاسخگویی به محیط متغیر و متمایز کنونی رشد کرده‌اند؛ لذا سازمان ها به منظور مواجهه با این چالش‌ها نیازمند زیرساخت‌های مناسب پشتیبان تصمیم می‌باشند. فناوری اطلاعات در همه جا حاضر است و به عنوان یک بخش حیاتی از سازمان نمود پیدا کرده است. همچنین نقش پشتیبانی از عملیات روزانه سازمان و فرآیندهای تصمیم‌گیری را ایفا میکند. محیط رقابتی و پرتلاطم امروزی تصمیم‌گیری بهینه و مداوم در کوتاه‌ترین زمان ممکن را از نیازهای ضروری مدیران ساخته است. بر این اساس برای دستیابی به موفقیت در چنین محیطی، مدیران نیازمند سیستم‌های پشتیبان تصمیم هوشمندی می‌باشند که قادر به استفاده از داده‌ها و اطلاعات در دسترس باشد. در دنیایی که ما در آن زندگی می‌کنیم، اطلاعات و دانش بیانگر دارایی اصلی سازمان‌ها می‌باشند. بدین منظور سازمان‌ها سعی در به کارگیری این دارایی برای ایجاد مزیت رقابتی به هنگام اتخاذ تصمیمات خطیر سازمانی را دارند؛ لذا برای دستیابی به آرمان‌ها و اهداف مدیریتی خود به دنبال استفاده از بهترین روش‌ها و ابزارها می‌باشند. سیستم‌های سازمانی پایه و زیرساخت سازمان می‌باشند و هوش تجاری به عنوان یک

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

مفهوم جامع به منظور خلق محیط پشتیبان تصمیم یکپارچه برای مدیریت پیاده‌سازی می‌شود. هوش تجاری، مجموعه‌ای از ابزارها و تکنیک‌ها با هدف پشتیبانی از فرآیند تصمیم‌گیری است. تحقیقات علمی صورت گرفته در این خصوص نشان داده که هوش‌تجاری مهمترین فناوری حاضر از نظر سازمان‌ها می‌باشد. با وجود سیستم هوش تجاری مناسب، سازمان قادر خواهد بود سیستم‌های پشتیبان تصمیم خود را به منظور دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت توسعه دهند. آنچه امروزه سازمان ها در تمامی نقاط دنیا و بخصوص در کشور ما مبتلا به آن هستند، مشکلات ارزیابی و سنجش احتمال موفقیت سیستم‌های سازمانی می‌باشد که با توجه به نیازمندی‌های کارکردی و غیرکارکردی بتوانند در نقش هوش تجاری و پشتیبانی تصمیم‌گیری نیز ظاهر شوند. این موضوع در دنیای کسب‌وکار از اهمیت خاصی برخوردار است، لیکن در دنیای علم نیز می‌تواند پیام‌آور مفاهیم ارزشمندی باشد. تشخیص معیارها و عوامل پشتیبانی تصمیم‌گیری و هوش تجاری در قالب یک چارچوب یکپارچه برای محققان، دستاوردی قابل توجه بوده و ارائه نظریات جدید در این زمینه می‌تواند مرزهای دانش را گسترش دهد. در طول سالیان اخیر و نظر به مفهوم سیستم‌های پشتیبان تصمیم، محیط کسب‌وکار تغییرات زیادی کرده است. از آن جمله می‌توان به مواردی نظیر جهانی شدن اقتصاد و افزایش پیچیدگی مراودات اقتصادی، مسطح کردن ساختار سازمانی و افزایش اختیارات کارکنان، افزایش نیاز به پاسخگویی سریع در محیط رقابتی پویا، ظهور و رشد تجارت الکترونیک و. . . اشاره کرد. سیستم‌های پشتیبان تصمیم سازمانی، سیستم‌های در مقیاس بزرگ، چند کاربره، و با هدف عمومی هستند که در فرآیند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی جایگاه سازمان‌یافته و نسبتا مشخصی را دارند و برای انواع تصمیمات سازمانی طراحی شده‌اند. با توجه به این نتایج پیشنهاد می‌گردد در این سازمان و همچنین در شرکت‌های مشابه به منظور ارتقاء عملکرد مالی زمینه را برای ارتقاء هوش تجاری فراهم آورند و به عبارتی کارکردهای فنآوری اطلاعات در مدیریت دانش سازمان گسترش داده و با این اقدام زمینه را برای رشد هوش تجاری سازمان فراهم نمایند. نتایج تحقیق با تحقیقات گذشته همخوانی داشته و در همگی آنها هوش تجاری عامل افزایش بهره‌وری سازمانی بوده است.

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]

فهرست منابع و مآخذ

ـ حقیقی کفاش، مهدی؛ اسماعیلی، محمدرضا و اکبری، مسعود (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد در سازمان‌های فرهنگی، تهران: مؤسسه‌ی انتشارات امیرکبیر، چاپ اول.

ـ حیدری کرد زنگنه، غلامرضا؛ نوروش، ایرج و جعفری، محمدحسن (۱۳۹۶). مسئولیت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله اقتصادی، سال ۱۷، شماره ۳ و ۴.

ـ شجاعی کیاسری، س، قنبری ا، و صابر سلیمانی (۱۳۹۱). بررسی کاربرد هوش تجاری در فرایندهای دولت الکترونیک بوسیلهٔ تحلیل مفهومی دولت الکترونیک، فصلنامهٔ مدیریت، دانشگاه تهران، شمارهٔ ۱۳.

ـ علیخانی، راضیه و مران جوری، مهدی (۱۳۹۳). کاربرد تئوری‌های افشای اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی. فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی، سال ۳، شماره ۹.

ـ کریمیان، حسن و بهرامی، مژگان (۱۳۹۴). تاثیر هوش تجاری بر عملکرد بازاریابی شرکت‌های تجاری (مورد مطالعه: شرکت‌های داروسازی). کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کشب و کار، دوره ۱.

ـ نمازی، محمد و ابراهیمی، شهلا (۱۳۹۰). بررسی تجربی نقش اجزای سرمایه‌ی فکری در ارزیابی عملیات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۳، شماره ۲، صص ۱۹۷-۱۶۳.

__ Barrick, M. R. , Mount, M. K. , & Gupta, R. (2003). Meta-analysis of the relationship between the five-factor model of personality and Holland's occupational types. Personnel Psychology, 56, 45-74. doi:10. 1111/j. 1744-6570. 2003. tb00143. x

__ Bouchera, Maxime, Whitesides, Sue & Evans. Alan (2009). Depth potential function for folding pattern representation, registration and analysis. Medical Image Analysis, Volume 13, Issue 2, Pages 203-214

__ Cohen, J. H. ; Sánchez, N. D. M. ; Montiel-ishinoet, F. D. , 2009. Chapulines and food choices in rural Oaxaca. Gastronomica: the Journal of Food and Culture, 9(1): 61–65.

[Downloaded from jnraims.ir on 2026-11-19]