

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت

Journal of New Research Approaches in Management Science

سال دوم، شماره ۱۵، پاییز ۱۳۹۸، صص ۱-۱۲

ISSN: (2588-5561)

شماره شاپا (۲۵۸۸-۵۵۶۱)

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 هیئت 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 موردنی تحقیق و مدیران این سازمان به عنوان جامعه آماری تحقیق مشخص گردیده‌اند. به منظور جمع آوری 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 پرویج (۲۰۱۲) استخراج و عملکرد مالی نیز از طریق بازده دارایی مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور تایید رواجی پرسشنامه از نظر خبرگان و به منظور بررسی پایایی آن نیز از ضرب آلفای کرونباخ استفاده شده است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل 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.

مقدمه

هوش تجاری به فرایند تبدیل داده‌های خام به اطلاعات تجاری و مدیریتی اطلاق می‌گردد که به تصمیم‌گیرندگان سازمان کمک می‌کند تا تصمیمات خود را بهتر و سریعتر گرفته و بر اساس اطلاعات صحیح، عمل نمایند. (کوهن و همکاران، 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 موقوفیت 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 زمینه‌های 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، 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 می‌باشد. یکی از مهمترین وظایف مدیران مالی، کنترل منابع مالی و حصول اطمینان از دستیابی به نتایج از پیش تعیین 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 گمراه‌گتنده نیز باشند. ابزارهای اندازه‌گیری متلفی جهت ارزیابی سلامت یک واحد تجاری می‌توان به کارست که از آن جمله تجزیه و تحلیل‌های افقی و عمودی صورت‌های مالی و بررسی نسبت‌ها را می‌توان نام برد. تجزیه و تحلیل صورت‌های مالی کوششی است در جهت ارزیابی نقاط قوت و ضعف وضعیت مالی موسسه از طریق بررسی ارقام گزارش شده (حقیقی کفایش و همکاران، ۱۳۹۱)

هدف اصلی هوش تجاری این است که به شرکت کمک کند تا عملکرد خود را بهبود 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

پیش روی شرکت ها به سوی اهدافشان می شود یا خیر در اتخاذ تصمیمات بهتر یاری می دهد. امروزه مدیران بازرگانی برای اتخاذ تصمیمات و به ویژه تصمیمات مرتبط با عملکرد مالی و انتخاب بهترین و بهینه ترین تصمیم در این حوزه نیازمند در اختیار داشتن ملزوماتی هستند که شناسایی آنها می تواند بر موفقیت سازمان موثر باشد. بر این اساس در این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سوال هستیم که آیا هوش تجاری شرکت می تواند 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 تصمیم گیری در سطح مختلف سازمانی متمرک است، نگریسته می شود (کریمیان و همکاران، ۱۳۹۴). بازار هوش تجاری را ابزاری برای برتری رقابتی و پایشگر و تحلیلگر بازار و مشتریان می داند. از نقطه نظر فناوری نیز هوش تجاری یک سیستم هوشمند است که با پردازش دقیق داده ها، نقطه دخالت سخت افزار و نرم افزار در مغز افزارها به حساب می آید. ولی به بیان ساده تر هوش تجاری چیزی نیست مگر فرایند بالا بردن سوددهی و عملکرد سازمان در بازار رقابتی با استفاده هوشمندانه از داده های موجود در فرایند تصمیم گیری. در صورتی که مفهوم هوش تجاری بدستی در ک و منتقل نگردد، موجب می شود 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 پرس و جو در داخل اطلاعات است و خود مستقل ا و بدون نیاز به اطلاعات مناسب قادر به ارائه پیشنهاد یا راهکاری نیست (شجاعی کیاسری و همکاران، ۱۳۹۱).

عملکرد مالی

عملکرد فرآیندی است که بواسیله ی آن کارکنان در فواصل معین و به طور رسمی مورد بررسی و سنجش قرار می گیرد همچنین ارزیابی عملکرد بعنوان مرور و توصیف نظام مند عملکرد فرد در شغل مورد نظر و مدیریت، و نیز بعنوان نظام کلان جمع آوری اطلاعات، بازنگری، ارائه بازخورد نسبت به عملکرد افراد کشف و شناسایی اطلاعات مورد نیاز به منظور بهبود و ارتیخی سازمان، تعریف شده است (نمایی و ابراهیمی، ۱۳۹۰). از سال های گذشته تا کنون ارزیابی عملکرد واحد های اقتصادی بخش عمده ای از مباحث حسابداری، مدیریت، اقتصاد و ... را به خود اختصاص داده است. ارزیابی عملکرد فرآیندی است که بدان وسیله همه مدیران درباره عملکرد کارهای تخصصی انجام شده در درون شرکت اطلاعاتی بدست می آورند و این عملکرد را با شاخص های تعیین شده در بودجه، برنامه ها و هدف ها مقایسه

می‌کنند. اصولاً 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 مکانیزم‌هایی 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 عنوان 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 برمنای بازار و شاخص‌های غیرمالی در کم 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 (نمایزی 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 تئوری افشار اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی ارائه کرده‌اند که در این تحقیق تئوری‌هایی که انگیزه شرکت‌ها را برای افشار اطلاعات زیست محیطی و اجتماعی شرکت‌ها توضیح می‌دهند شامل تئوری اقتصاد سیاسی، تئوری ذینفعان، تئوری مشروعت و تئوری سازمانی معرفی و تحقیقات انجام شده در زمینه تئوری‌های مذکور ارائه شد. بوچر و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهش خود تحت عنوان کارکردهای هوش تجاری سازمان‌ها به این نتیجه دست یافت که شاخص‌های کلیدی عملکرد پایه و ضرورت تصمیمات کسب و کار هستند و هوش تجاری قابلیت‌های توسعه این شاخص‌ها را برای سازمان فراهم می‌آورد.

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی:

– هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار می‌باشد.

فرضیات فرعی:

- یکپارچگی داده‌های مالی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار می‌باشد.
- قابلیت‌های تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار می‌باشد.
- کیفیت محتوی اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار می‌باشد.
- کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار می‌باشد.
- فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار 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 پروویج (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 دارایی) در بازه زمانی سه ساله مورد بررسی قرار می‌گیرد. همچنین این پرسشنامه مورد تأیید اساتید راهنما و مشاور و چند تن از اساتید رشته مدیریت مالی قرار گرفته است (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)^۱ لازم برخوردار می‌باشد یا به عبارتی روا می‌باشد. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه نیز از ضرب آلفای کرونباخ استفاده شده که جدول زیر خلاصه آن را نشان می‌دهد:

1- Face Validity

جدول ۱: پایانی بررسی‌نامه

متغیر	یکپارچگی داده‌ها	کیفیت محتوى	فرهنگ تصمیم‌گیری	قابلیت‌های	کل
اطلاعات	به اطلاعات	مدیران	تحلیل مدیران	قابلیت‌های	متغیر
ضریب آلفای کرونباخ	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 شده است.

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

همانگونه که از جدول فوق می‌توان استنباط نمود، از آنجا که سطح معنی‌داری این آزمون از ۰.۰۵ بیشتر است، لذا فرض H_0 مبنی 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 عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیرگذار می‌باشد. این فرضیه را می‌توان به صورت آماری به شکل زیر نشان داد:

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

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

جدول ۳: ضرایب مدل رگرسیون یکارچگی داده‌های مالی و عملکرد مالی

متغیر	β -مقدار استاندارد	برآورد استاندارد	خطای معیار	t-مقدار	p-مقدار
ثابت	-	۰/۱۸۴	۱۴/۱۳۸	۱/۰۰۰	
عملکرد مالی	۰/۰۵۳	۰/۲۳۴	۴/۱۸۰	۰/۰۰۰	
متغیرها					
یکارچگی داده‌های مالی و عملکرد مالی	۰/۴۸۳	۰/۲۳۳	۶/۳۱۲	۱/۶۷	

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

فرضیه ۲: قابلیت تحلیلی مدیریان بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تأثیرگذار 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 تأثیرگذار می‌باشد.

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

جدول ۴: ضرایب مدل رگرسیون قابلیت تحلیلی مدیریان و عملکرد مالی

متغیر	β -مقدار استاندارد	برآورد استاندارد	خطای معیار	t-مقدار	p-مقدار
ثابت	-	۰/۰۹۸	۹/۰۰۹	۰/۰۰۰	
عملکرد مالی	۰/۰۲۳	۰/۱۷۲	۲/۱۱۹	۰/۰۰۰	
متغیرها					
تحلیلی مدیریان و عملکرد مالی	۰/۰۵۰۴	۰/۲۵۴	۷/۰۹۲	۱/۶۱	

چون در متغیر یکارچگی داده‌های مالی، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۵ معنی دار می‌باشد لذا بر متغیر 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 متغیر عملکرد مالی موثر می‌باشد.

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 عملکرد مالی

متغیر	معیار	خطای	برآورد استاندارد	β	مقدار t	p-مقدار
ثابت				-	۰/۰۷۲	۰/۰۰۰
عملکرد مالی				۰/۱۸۲	۰/۲۱۷	۰/۰۰۰
متغیرها				R	R2	F
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 متغیر 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 متغیر عملکرد مالی موثر می‌باشد.

فرضیه ۴: 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 ۶: ضرایب مدل رگرسیون کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی

متغیر	معیار	خطای	برآورد استاندارد	β	مقدار t	p-مقدار
ثابت				-	۰/۱۹۸	۰/۰۰۰
عملکرد مالی				۰/۱۱۸	۰/۳۳۱	۰/۰۰۰
متغیرها				R	R2	F
کیفیت دسترسی به اطلاعات بر عملکرد مالی				۰/۴۰۷	۰/۱۶۵	۴/۹۳۰
						۱/۷۱

چون در متغیر کیفیت دسترسی به اطلاعات، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ معنی دار می‌باشد لذا بر متغیر 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 متغیر عملکرد مالی موثر می‌باشد.

فرضیه ۵: فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیر گذار می‌باشد.

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

H_0 : فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیر گذار نمی‌باشد.

H_1 : فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیر گذار می‌باشد.

جدول ۲: ضرایب مدل رگرسیون فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی

متغیر	برآورد استاندارد β	خطای معیار	t-مقدار	p-مقدار
ثابت	۰/۳۱۱	-	۸/۰۹۱	۰/۰۰۰
عملکرد مالی	۰/۰۰۹	۰/۳۲۹	۲/۱۱۸	۰/۰۰۰

متغیرها	R	R ²	F	dw
فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی بر عملکرد مالی	۰/۷۰۹	۰/۵۰۲	۱۰/۴۰۵	۱/۵۲۷

چون در متغیر فرهنگ تصمیم‌گیری تحلیلی، مقدار بتا (Beta) در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ معنی دار می‌باشد لذا بر متغیر 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 متغیر عملکرد مالی موثر می‌باشد.

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

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

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

H_1 : هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت مخابرات استان هرمزگان تاثیر گذار می‌باشد.

جدول ۸: ضرایب مدل دگرسیون هوش تجاری بر عملکرد مالی

متغیر	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				
هوش تجاری بر عملکرد مالی	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 متغیر 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 متغیر عملکرد 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 موقعیت 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 کسب و کار در سراسر جهان به صورت عمیقی تغییر کرده است. در قرن بیست و یکم، سازمان‌ها بر مبنای دانش و شبکه‌ها به منظور پاسخگویی به محیط متغیر و متغیر اکنونی رشد کرده‌اند؛ لذا سازمان‌ها 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 موقوفیت در چنین محیطی، مدیران نیازمند سیستم‌های پشتیبان تصمیم هوشمندی می‌باشند که قادر به استفاده از داده‌ها و اطلاعات در دسترس باشند. در دنیابی 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

مفهوم جامع به منظور خلق محیط پشتیبان تصمیم یکپارچه برای مدیریت پیاده سازی می شود. هوش تجاری، مجموعه ای از ابزارها و تکنیک ها با هدف پشتیبانی از فرآیند تصمیم گیری است. تحقیقات علمی صورت گرفته در این خصوص نشان داده که هوش تجاری مهمترین فناوری حاضر از نظر سازمان ها می باشد. با وجود سیستم هوش تجاری مناسب، سازمان قادر خواهد بود سیستم های پشتیبان تصمیم خود را به منظور دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت توسعه دهنده. آنچه امروزه سازمان ها در تمامی نقاط دنیا و بخصوص در کشور ما مبتلا به آن هستند، مشکلات ارزیابی و سنجش احتمال موققت سیستم های سازمانی می باشد که با توجه به نیازمندی های کار کردن و غیر کار کردن بتواند در نقش هوش تجاری و پشتیبانی تصمیم گیری نیز ظاهر شوند. این موضوع در دنیای کسب و کار از اهمیت خاصی برخوردار است، لیکن در دنیای علم نیز می تواند پیام آور مفاهیم ارزشمندی باشد. تشخیص معیارها و عوامل پشتیبانی تصمیم گیری و هوش تجاری در قالب یک چارچوب یکپارچه برای محققان، دستاوردهای قابل توجه بوده و ارائه نظریات جدید در این زمینه می تواند مرزهای دانش را گسترش دهد. در طول سالیان اخیر و نظر به مفهوم سیستم های پشتیبان تصمیم، محیط کسب و کار تغییرات زیادی کرده است. از آن جمله می توان به مواردی نظری 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. سیستم های پشتیبان تصمیم سازمانی، سیستم های در مقیاس بزرگ، چند کاربره، و با هدف عمومی هستند که در فرآیند تصمیم گیری و برنامه ریزی جایگاه سازمان یافته و نسبتاً مشخصی را دارند و برای انواع تصمیمات سازمانی طراحی شده اند. با توجه به این نتایج پیشنهاد می گردد در این سازمان و همچنین در شرکت های مشابه به منظور ارتقاء عملکرد مالی زمینه را برای ارتقاء هوش تجاری فراهم آورند و به عبارتی کار کردهای فناوری اطلاعات در مدیریت دانش سازمان گسترش داده و با این اقدام زمینه را برای رشد هوش تجاری سازمان فراهم نمایند. نتایج تحقیقات گذشته همخوانی داشته و در همگی آنها هوش تجاری عامل افزایش بهره وری سازمانی بوده است.

فهرست منابع و مأخذ

- حقیقی کفash، مهدی؛ اسماعیلی، محمد رضا و اکبری، مسعود (۱۳۹۱). ارزیابی عملکرد در سازمان‌های فرهنگی، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر، چاپ اول.
- حیدری کرد زنگنه، غلامرضا؛ نوروزش، ایرج و جعفری، محمدحسن (۱۳۹۶). مشویلت اجتماعی و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مجله اقتصادی*، سال ۱۷، شماره ۳ و ۴.
- شجاعی کیاسری، س، قنبری، ا، و صابر سلیمانی (۱۳۹۱). بررسی کاربرد هوش تجاری در فرایندهای دولت الکترونیک بوسیله تحلیل مفهومی دولت الکترونیک، فصلنامه مدیریت، دانشگاه تهران، شماره ۱۳.
- علیخانی، راضیه و مران جوری، مهدی (۱۳۹۳). کاربرد تئوری‌های افشاء اطلاعات زیست‌محیطی و اجتماعی. *فصلنامه مطالعات حسابداری و حسابرسی*، سال ۳، شماره ۹.
- کریمیان، حسن و بهرامی، مژگان (۱۳۹۴). تاثیر هوش تجاری بر عملکرد بازاریابی شرکت‌های تجاری (مورد مطالعه: شرکت‌های داروسازی). *کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کش و کار*، دوره ۱.
- 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 ۱۹۷-۱۹۳.
- 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.