

پیش‌بینی عملکرد مدیران بر اساس هوش تجاری و سیستم‌های اطلاعاتی مدیران نمایندگی‌های شرکت ایران خودرو (مطالعه موردی: استان فارس، بوشهر و کهگیلویه و بویر احمد)

محمد بی‌آزار^۱، فرشته مصطفوی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان، سپیدان، ایران

^۲ مدیر گروه کارشناسی ارشد مدیریت کارآفرینی، گرایش کسب و کار جدید، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان، سپیدان، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

هدف از انجام این پژوهش پیش‌بینی عملکرد مدیران ایران خودرو بر اساس هوش تجاری و سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت بوده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران شرکت ایران خودرو در استان‌های فارس، بوشهر و کهگیلویه و بویر احمد در نظر گرفته شد. از آنجا که تعداد این مدیران ۸۰ نفر بودند، از روش تمام شماری، همه‌ی آن‌ها بعنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. روش انجام تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی است و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی و از نوع پیمایشی - تحلیلی است. همچنین به لحاظ زمانی نیز این تحقیق از نوع مقطعی می‌باشد. ابزار مورد استفاده در این تحقیق نیز پرسشنامه بود که به ترتیب برای متغیر هوش تجاری از پرسشنامه پروپوویچ و همکاران، برای متغیر سیستم‌های اطلاعات مدیریت از پرسشنامه اکبری و برای عملکرد مدیران از پرسشنامه پاترسون استفاده گردید که روایی و پایایی تمامی این پرسشنامه تایید شده است. تحلیل داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار SPSS ۱۱ به انجام رسید و از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چند متغیره برای بررسی روابط استفاده شد. یافته‌ها حاکی از مثبت و معنادار بودن رابطه بین هوش تجاری مدیران و عملکرد آنان بوده است. همچنین بین سیستم‌های اطلاعات مدیران و عملکرد آن‌ها رابطه مثبت و معنا داری وجود داشت.

واژه‌های کلیدی: هوش تجاری، سیستم‌های اطلاعات مدیریت، عملکرد مدیران، شرکت ایران خودرو