

## Systematic Mapping of Business Intelligence Research in Selected Journals: Identifying Research Gaps and Suggestions for Future Research

Seyed Mohammadbagher Jafari \*

Associate Professor, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

Atefe Sadat Rohani 

Master of Public Administration, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

Fatemeh Yousefi 

Master of Public Administration, College of Farabi, University of Tehran, Qom, Iran

### Abstract

Due to the widespread use of information systems, a large amount of data has been stored in organizations, and the analysis of this data is a valuable resource to help organizations making better decisions. This concept is known as business intelligence (BI) and is one of the most important factors for the success of organizations in the contemporary world. Given the importance of BI, it is necessary to systematically review the research conducted in Iran on it. The purpose of this research is to identify the topics researched in selected journals, analyze the dispersion and frequency of studies, identify research methods, the purpose of articles, the level of analysis of BI research and finally identify research gaps and provide the future research suggestions. The research was conducted by analyzing secondary data and systematically mapping the existing knowledge of BI in 6 selected databases. For this purpose, 2108 articles were reviewed and in the initial review, 1274 articles were selected and 91 articles were approved by studying the abstracts. Finally, considering the exclusion criteria, 81 final articles were selected and analyzed. The results show that the most thematic coverage of BI in these journals was the specific topic of knowledge

\* Corresponding Author: sm.jafari@ut.ac.ir

**How to Cite:** Jafari, S.M., Rohani, A.S., Yousefi, F. (2022). Systematic Mapping of Business Intelligence Research in Selected Journals: Identifying Research Gaps and Suggestions for Future Research, *Journal of Business Intelligence Management Studies*, 10(39), 127-162.

management and general topic was BI tools with 44.45%. The most used research method was descriptive-survey with 34.57%, the most purpose was practical with 82.71% and the highest level of analysis used was community analysis with 66.66%. Finally, research gaps were presented in the form of future research suggestions.


**Keywords:** Business Intelligence, Systematic Mapping, Business Intelligence Research Gaps, Systematic Review.






## نگاشت نظام یافته پژوهش های هوشمندی کسب و کار در نشریات علمی-تخصصی منتخب: شناسایی خلائهای پژوهشی و پیشنهاد برای پژوهش های آتی


دانشیار، گروه مدیریت صنعتی و فناوری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

سید محمدباقر جعفری \* 

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

عاطفه سادات روحانی 

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکده گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

فاطمه یوسفی 

### چکیده

با توجه به گسترش کاربرد سیستم های اطلاعاتی، حجم زیادی از داده ها در سازمان ها ذخیره شده است که تجزیه و تحلیل این داده ها منبع بسیار ارزشمندی برای کمک به تصمیم گیری بهتر می باشد. این موضوع که با مفهوم هوشمندی کسب و کار شناخته می شود یکی از مهم ترین عوامل موفقیت سازمان ها در دنیای معاصر است. با توجه به اهمیت این موضوع ضرورت دارد که پژوهش های انجام شده در کشور در حوزه هوشمندی کسب و کار به صورت نظام مند بررسی شود. هدف از این تحقیق شناسایی موضوعات بررسی شده در مجلات علمی-تخصصی، تحلیل وضعیت پراکندگی و فراوانی مطالعات، شناسایی روش های پژوهش، اهداف مقالات، سطح تحلیل پژوهش های هوشمندی کسب و کار و سرانجام شناخت خلائهای پژوهشی در این حوزه و ارائه پیشنهادات آتی است. بدین منظور پژوهش با تحلیل داده های ثانویه و مرور نظام مند دانش موجود هوشمندی کسب و کار در ۶ پایگاه داده منتخب انجام شد. ۲۱۰۸ مقاله بررسی شده که در بررسی اولیه ۱۲۷۴ مقاله انتخاب و پس از مطالعه چکیده های مقالات، ۹۱ مقاله مورد تایید قرار گرفت. در نهایت با مد نظر قرار دادن معیارهای حذف، ۸۱ مقاله انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج

پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین پوشش موضوعی هوشمندی کسب و کار در این مجلات با موضوع خاص مدیریت دانش و موضوع عام، ابزارهای هوشمندی کسب و کار با ۴۴/۴۵ درصد، بیشترین روش تحقیق مورد استفاده توصیفی پیمایشی با ۳۴/۵۷ درصد، بیشترین هدف کاربردی با ۸۲/۷۱ درصد و بیشترین سطح تحلیل مورد استفاده، سطح تحلیل جامعه با ۶۶/۶۶ درصد می‌باشد. در نهایت خلاهای پژوهشی در قالب پیشنهادات آتی ارایه شد.

**کلیدواژه‌ها:** هوشمندی کسب و کار، نگاشت نظام‌یافته، خلاهای پژوهشی هوشمندی کسب و کار، مرور نظام‌مند.



## مقدمه

افزایش ناگهانی حجم داده‌ها و اطلاعات در ابعاد مختلف، به علت گسترش محدوده فعالیت سازمان‌ها و اهداف آن‌ها، افزایش تعداد رقبا و مشتریان و سایر عوامل تأثیرگذار محیطی، منجر به تصمیم‌گیری دشوار در سطوح مختلف سازمانی شده است. هوشمندی کسب و کار<sup>۱</sup> برای سازمان‌های عصر اطلاعات در مواجهه با توده عظیمی از داده‌ها و اطلاعات سازمانی که توسط سیستم اطلاعات سازمان در سطوح مختلف عملیاتی، تاکتیکی و استراتژیک ایجاد می‌شوند، یک انتخاب نیست بلکه یک الزام است (پوطی و همکاران، ۱۳۹۷). هوشمندی کسب و کار<sup>۲</sup> به کنترل منابع و جریان اطلاعات درون و بیرون سازمان کمک می‌کند (Foshay, Kuziemy, 2013). سیستم‌های هوشمندی کسب و کار کلیه مهارت‌ها، تکنولوژی‌ها، برنامه‌های کاربردی و اقداماتی که یک کسب و کار را برای ادراک بهتر وضعیت رقابتی خود به کار می‌گیرد، شامل می‌شوند (جعفری و اسحاقیان، ۱۳۹۷). در واقع هوشمندی کسب و کار شامل مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی و تحلیلی است که با به‌کارگیری پایگاه‌های داده عملیاتی و تحلیلی به فرایند تصمیم‌گیری هوشمند کسب و کار کمک می‌کند. هوشمندی کسب و کار از جمله جدیدترین و پرکاربردترین مفاهیم مربوط به فناوری اطلاعات و ارتباطات و مدیریت کسب و کار بوده که در واقع مجموعه‌ای از متدولوژی‌هایی است که به افراد در همه سطوح سازمان امکان دسترسی، تعامل و تحلیل داده را برای مدیریت کسب و کار، بهبود عملکرد، کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری مؤثر از داده‌ها و اطلاعات را می‌دهد (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵). در دنیای رقابتی امروز شاهدیم که تمام سازمان‌های برتر، سرمایه‌گذاری‌های بسیاری بر روی هوشمندی کسب و کار انجام داده‌اند. چراکه در عصر اطلاعات، استفاده از هوش و مهارت‌های یادگیری به موقع و صحیح، اساس و پایه بقا سازمان‌های امروزی است؛ لذا هر

۱. در ادبیات تحقیق "هوش کسب و کار" و "هوش تجاری" معادل با "هوشمندی کسب و کار" در نظر گرفته شده است.

سازمان و شرکتی که از این قدرت برخوردار باشد، در صنعت و حرفه خود در مقایسه با رقبای خود متمایز و ممتاز می‌شود (Hosen, 2012).

در این راستا هوشمندی کسب و کار، مجموعه‌ای از فناوری‌های پشتیبان تعریف می‌شود که هدف آن ایجاد توانایی برای کاربران دانش از جمله مدیران و تحلیل‌گران در جهت اتخاذ تصمیم‌های بهتر و سریع‌تر است (Chaudhuri et al., 2011). لازم به ذکر است که هوشمندی کسب و کار به افراد در همه سطوح سازمان امکان دسترسی، تعامل و تحلیل داده را برای مدیریت کسب و کار، بهبود عملکرد، کشف فرصت‌ها و بهره‌برداری مؤثر می‌دهد (Hosen, S., 2012). هوشمندی کسب و کار به کنترل منابع و جریان اطلاعات درون و بیرون سازمان کمک می‌کند (Foshay, Kuziemy, 2013).

اگرچه هوشمندی کسب و کار در ابتدا برای حمایت از فعالیت‌های تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار گرفت اما امروزه به طور فزاینده‌ای به منظور یادگیری سازمانی، بهبود بهره‌وری عملیاتی و تقویت هوش سازمانی مورد توجه قرار گرفته است (Bozic, Vlado, 2019). هوشمندی کسب و کار به سازمان‌ها کمک می‌کند تا عملکرد خود را بهبود بخشند و با تغییرات محیطی منطبق شوند (Oslzak, 2014).

هوشمندی کسب و کار نه فقط به عنوان یک ابزار یا یک سیستم، بلکه به عنوان یک رویکرد جدید در معماری سازمانی، بر اساس سرعت تحلیل اطلاعات جهت اخذ تصمیمات دقیق و هوشمند کسب و کار در حداقل زمان ممکن مطرح شده است. این سیستم‌ها شامل مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی و تحلیلی بوده و به استناد پایگاه‌های داده عملیاتی و تحلیلی به تصمیم‌گیری برای فعالیت هوشمند کسب و کار کمک می‌کنند (Mikroyannidis, Theodolidis, 2010). با اطمینان کامل می‌توان ادعا کرد که استفاده از راهکار هوشمندی کسب و کار، می‌تواند قدرت رقابت پذیری یک سازمان را افزایش داده و از دیگر سازمان‌ها متمایز کند (همپا و همکاران، ۱۳۹۵). با توجه به نقش حیاتی داده‌ها در حمایت از ارتقای سازمان، هوشمندی کسب و کار به یک زمینه مطالعاتی مهم برای پژوهشگران تبدیل شده است (Gastaldi et al, 2018). چون فقدان تصویر کلی از

پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در ایران، عدم شناخت از وضعیت روش تحقیقات این موضوع در کشور، وجود شکاف دانش هوشمندی کسب و کار با مرزهای دانش جهانی، عدم ترسیم مسیر آتی پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار به منظور اتخاذ سیاستی در مقالات در جهت توسعه این حوزه از علم، عدم نیازسنجی پژوهش‌های جدید در حوزه هوشمندی کسب و کار، عدم بهره‌برداری از فرصت‌های جدید میان رشته‌ای هوشمندی کسب و کار با سایر حوزه‌ها و سرانجام عدم توجه به گسترش بدنه دانش هوشمندی کسب و کار وجود دارد؛ بنابراین مسئله اصلی برای مواجهه با مشکلات فوق این است که دانش هوشمندی کسب و کار در کشور با استراتژی‌هایی همچون نگاشت نظام‌مند<sup>۱</sup> تحلیل نشده و خلاهای پژوهشی آن نیز شناسایی نشده است.

هدف از پژوهش حاضر شناسایی موضوعات مورد مطالعه در مقالات علمی-تخصصی این حوزه در کشور و شناخت پراکندگی پژوهش‌ها می‌باشد. در ادامه وضعیت روش شناسی مورد استفاده در مطالعات هوشمندی کسب و کار بررسی شده و اهداف مورد استفاده در مقالات مربوط مشخص خواهد شد. شناسایی سطح تحلیلی استفاده شده در تحقیقات هوشمندی کسب و کار و شناسایی خلا پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در ایران نیز انجام خواهد شد. بنابراین این پژوهش به دنبال پاسخ به هفت سوال زیر است:

۱. مهم‌ترین موضوعات مطالعه شده هوشمندی کسب و کار در مقالات علمی-تخصصی<sup>۲</sup> کدامند؟

۲. پراکندگی پژوهش‌ها در نشریات داخلی کشور چگونه است؟

۳. در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار از چه روش‌های پژوهشی استفاده شده است؟

۴. اهداف (بنیادی، کاربردی، توسعه‌ای) مقاله‌های هوشمندی کسب و کار چه بوده

است؟

## 1. Systematic Mapping

۲. منظور از مجلات علمی - تخصصی مجلاتی است که در رتبه بندی سال ۹۸ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری رتبه

اخذ کرده اند. (منبع: journals.msrt.ir)

۵. سطح تحلیل (فرد، سازمان، جامعه) در مقالات هوشمندی کسب و کار چه بوده است؟

۶. خلا پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در کشور چیست؟

۷. چه پیشنهادهایی برای هدایت بهتر پژوهش‌های آتی در این زمینه می‌توان ارائه کرد؟

## مرور ادبیات تحقیق

### هوشمندی

در محیط کسب و کار امروز سازمان‌هایی هوشمند هستند که بتوانند از داده‌ها و اطلاعات محیط درونی و بیرونی خود آگاهی داشته و آن‌ها را به دانش و هوش تبدیل کنند. اگرچه مفهوم هوشمندی بر محور اطلاعات بنا شده است با این وجود هر نوع اطلاعاتی هوشمند تلقی نمی‌گردد. به بیان دیگر هوشمندی، اطلاعات تحلیل شده‌ای است که ترکیبی از تجربه، ارزش‌ها، اطلاعات ضمنی برای ارزیابی، ترکیب اطلاعات و تجربیات جدید است (Bail et al., 2009). هوشمندی به عنوان فرآیندی به نیازسنجی، گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات اشاره دارد که این اطلاعات تحلیل شده، برای اتخاذ تصمیمات مناسب در اختیار اعضای سازمان قرار می‌گیرد (Fleisher, 2012) از سوی دیگر هوشمندی به عنوان یک محصول، طبقه‌بندی از انواع اطلاعات مورد نیاز هر کسب و کار را فراهم می‌کند. در این شکل از هوشمندی، سازمان می‌تواند نخست به عوامل هوشمندی مهم‌تر و مرتبط‌تر با اهداف خود توجه نماید و سپس عوامل هوشمندی با درجه اهمیت کمتر را مدنظر قرار دهد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱).

### هوشمندی کسب و کار

واژه هوشمندی کسب و کار، اولین بار در مقاله‌ای از یک محقق شرکت آی بی ام<sup>۱</sup> در سال ۱۹۵۸ استفاده شد. وی وسیله ارتباطی برای هدایت یک کسب و کار را ملزم به وجود یک

---

1. IBM



سیستم هوشمند می‌دانست. سال ۱۹۹۰ گروه گارتنر<sup>۱</sup> از واژه هوشمندی کسب و کار به عنوان عبارتی پوششی برای اعمال روش‌های تحلیل داده به منظور پشتیبانی از فرآیندهای تصمیم‌گیری مطرح کردند. با این حال، این واژه اخیراً رواج بسیار یافته و در سیستم‌های گزارش‌دهی سیستم اطلاعات مدیریت<sup>۲</sup> دهه ۱۹۷۰ ریشه دارد (جوادین و اسفیدانی، ۱۳۸۸). در این راستا هوشمندی کسب و کار به عنوان چتری تعبیر می‌شود که فعالیت‌ها، فرآیندها و فناوری‌های مختلف برای جمع‌آوری، ذخیره، تجزیه و تحلیل و پخش اطلاعات را به منظور بهبود تصمیم‌گیری پوشش می‌دهد (توربان، ۱۳۹۳) (Caseir, Coelho, 2018).

هوشمندی کسب و کار یک چارچوب کاری شامل فرایندها، ابزار و فناوری‌های مختلف است که برای حرکت از داده به اطلاعات و از اطلاعات به دانش طراحی شده و موجب ایجاد ارزش افزوده برای سازمان می‌شود (آزما و مصطفی پور، ۲۰۱۲). با به‌کارگیری دانش به دست آمده، مدیران سازمان می‌توانند تصمیم‌های بهتری اتخاذ کنند و با طرح برنامه‌های عملی برای سازمان، فعالیت‌های تجاری را به طور مؤثرتری انجام دهند (پیرایش و علی‌پور، ۱۳۹۱) شرکت‌ها از سیستم‌های هوشمندی کسب و کار، عمدتاً برای اداره شرکت، رصد فعالیت‌های کسب و کار، گزارش‌دهی، برنامه‌ریزی و پشتیبانی از تصمیم‌گیری و بهینه‌کردن روابط با مشتری استفاده می‌کنند (Olszak, Ziemba, 2012). اطلاعات از تمام تصمیم‌های کسب و کار حیاتی پشتیبانی می‌کنند (Matei, 2010). هوشمندی کسب و کار به دنبال فراهم آوردن ظرفیتی برای دسترسی به اطلاعات و تحلیل آنهاست، به نحوی که داده‌های انبوه به دست آمده از منابع مختلف یک شرکت بزرگ را بتوان به یک گروه منسجم برای ارایه نگرش ۳۶۰ درجه‌ای به کسب و کار تبدیل کرد (Yeoh, Koronios, 2010).

در سطح مدیران ارشد، سیستم‌های هوشمندی کسب و کار ورودی تصمیمات تاکتیکی و استراتژیک را فراهم می‌کند و در سطح مدیریتی پایین‌تر به افراد کمک می‌کند تا فعالیت‌های روزانه خود را انجام دهند. در یک سطح استراتژیک، سیستم‌های هوشمندی

---

1. Gartner

2. MIS

کسب و کار اطلاعات مورد استفاده برای پیش‌بینی نتایج آتی را بر اساس نتایج تاریخی تولید می‌کند. در سطح تاکتیکی، مبنایی برای تصمیم‌گیری برای بهینه کردن فعالیت‌های مربوط به عملکرد کل شرکت را فراهم می‌کند (Olszak, Ziemba, 2007).

### انگیزه‌های روی آوردن به هوشمندی کسب و کار

در عصر کنونی سازمان‌ها در محیطی متغیر و پویا به سر می‌برند و تغییرات فزاینده اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فناورانه روی سازمان‌ها تاثیر شگرف دارد. البته نه تنها بقای سازمان‌ها در گروهی سازگاری با محیط است، بلکه رشد و پیشرفت آن‌ها نیز تا حد زیادی به میزان موفقیت در تطبیق با عوامل محیطی و یا به عبارتی هوشمندانه عمل کردن است (اورعی و همکاران، ۱۳۹۸). دنیای چالش برانگیز و رقابتی کسب و کارهای امروزی مدیران را وادار می‌سازد تا عوامل موثر بر تداوم و موفقیت هر چه بیشتر سازمان‌ها را ارزیابی نمایند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۴). اخیراً پیاده‌سازی و استقرار سیستم هوشمندی کسب و کار به یکی از اولویت‌های اصلی مدیران ارشد اطلاعات تبدیل شده است (Yeoh, Koronios, 2012). هوشمندی کسب و کار مفهومی است که امروزه به علت رشد چشم‌گیر اطلاعات و پیچیدگی در صنایع کسب و کار گوناگون، اهمیت بسیاری یافته است (مهرابی و همکاران، ۱۳۹۵) امروزه فشارهای کسب و کار مانند جهانی شدن، نوآوری، رقابت و فشارهای فناوری مانند انفجار داده و سرعت در یک راستا به سوی تبدیل کردن هوشمندی کسب و کار به عنوان مأموریت حیاتی و بخش اصلی انجام کسب و کار همگرا شده‌اند (Hosen, S., 2012).

### پیشینه پژوهش

بر اساس بررسی‌های گسترده هیچ مقاله‌ای در زمینه مرور نظام‌یافته هوشمندی کسب و کار به زبان فارسی منتشر نشده است. البته قابل ذکر است که به دلیل فراوانی مقالات در حوزه هوشمندی کسب و کار در سطح بین‌المللی، حتی برای حوزه‌های تخصصی و

زیرمجموعه‌های هوشمندی کسب و کار، مقالات مرور نظام‌مند وجود دارد، در جدول ۱ تعدادی از این مقالات را ذکر شده‌اند.

### روش تحقیق

عموما پژوهش‌های علوم اجتماعی یا از طریق مراجعه به منابع داده‌ای دسته اول<sup>۱</sup> همچون مصاحبه، مشاهده یا پرسشنامه انجام می‌شوند یا اینکه منابع ثانویه داده‌ها<sup>۲</sup> همچون کتاب‌ها، مقاله‌ها و مستندات مبنای پژوهش قرار می‌گیرد. در تحلیل نظام‌مند<sup>۳</sup> به منظور ساماندهی و بهره‌برداری از دانش موجود و شناخت خلائای پژوهشی در مطالعات گذشته، به داده‌ها و منابع ثانویه پژوهش مراجعه می‌شود (بنی‌اسد و همکاران، ۱۳۹۷). مرور نظام‌مند یک روش علمی پژوهشی است که برای تلخیص نظریات قبلی و مرور ادبیات و مبانی نظری به کار برده می‌شود. مرور نظام‌مند با ترکیب کردن مطالعات به حجم نمونه بالاتری می‌رسد و لذا می‌تواند با توان بالاتری آن‌ها را بررسی کرده و در نهایت نتیجه‌گیری بهتری ارائه دهد (رجب‌زاده قطری، ۱۳۹۳).

جدول ۱. برخی از آثار منتشر شده در حوزه مرور نظام‌مند هوشمندی کسب و کار در سطح

#### بین‌المللی

عنوان	نویسندگان
تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی و تحقیقات هوش تجاری: یک بررسی سیستماتیک	(JaewoongChoi et al, 2020)
مدل‌سازی سیستم‌های هوش تجاری با استفاده از تعیین‌کننده‌ها و نظریه‌های بالقوه با دریچه زمینه‌های فردی، فناوری، سازمانی و محیطی، مروری بر ادبیات سیستماتیک	(Sumera Ahmad et al, 2020)
مروری بر ادبیات سیستماتیک فناوری هوش تجاری، مشارکت و کاربرد برای آموزش عالی	(Rahmatika Pratama Santi, Hasdi Putra, 2019)
دو دهه تحقیق در مورد پذیرش، استفاده و موفقیت سیستم هوش تجاری،	(NoorUl Ain, 2019)

1. Primary data
2. Secondary data
3. Systematic literature review

نویسندگان	عنوان
	مروری بر ادبیات سیستماتیک
(Markus Hoffmann, 2018)	هوش تجاری به عنوان منبع مزیت رقابتی در شرکت های کوچک و متوسط: یک بررسی سیستماتیک
(Gloria Wren et al, 2018)	بررسی سیستماتیک ریشه های تجزیه و تحلیل کسب و کار و سیستم های هوش تجاری: یادگیری از گذشته - نگاه به آینده
(WenzhiZheng et al, 2018)	هوش تجاری برای بیمار محوری: یک بررسی سیستماتیک

امروزه مطالعات مربوط به مرور نظام مند در حال گسترش هستند به طوری که برای این حوزه بیش از ۱۶ استراتژی همچون فراتحلیل<sup>۱</sup>، فراترکیب<sup>۲</sup>، فرانظریه<sup>۳</sup>، فراروش<sup>۴</sup>، نوع-شناسی<sup>۵</sup>، نگاشت نظام یافته<sup>۶</sup>، فراقوم نگاری<sup>۷</sup>، فراخلاصه<sup>۸</sup>، فرامضمون<sup>۹</sup>، مرور داده بنیاد<sup>۱۰</sup> و غیره پیشنهاد شده است (Watsin, 2017).

این پژوهش با مراجعه به مقالات علمی\_ تخصصی منتخب، اقدام به تحلیل و مرور نظام مند این مقالات براساس استراتژی نگاشت نظام یافته کرده است. تحلیل وضعیت نظام پژوهش این مقاله به صورت جدول ۲ می باشد.

#### جدول ۲. نظام پژوهش

ردیف	عنوان	نوع پژوهش
۱	فلسفه پژوهش	پراگماتیسم
۲	هدف کلان پژوهش	کاربردی
۳	منطق	استفهامی (استقرایی و قیاسی)
۴	صیغه	مرور نظام مند کیفی و کمی

1. Meta-Analysis
2. Meta-Synthesis
3. Meta-Theory
4. Meta-Method
5. Typology
6. Systematic Mapping
7. Meta-Ethnography
8. Meta-Summary
9. Meta-Ethnography
10. Grounded Theory Review

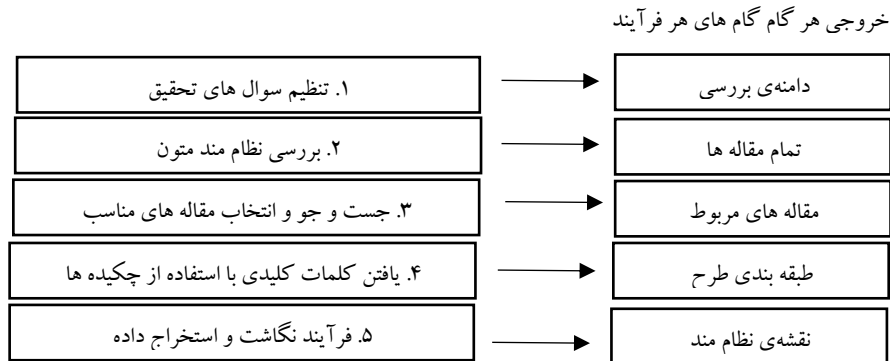
ردیف	عنوان	نوع پژوهش
۵	استراتژی	نگاشت نظام‌یافته
۶	از حیث مکان	کتابخانه‌ای (مرور مقالات)
۷	از حیث هدف	توصیفی، تبیینی
۸	از حیث افق	مقطعی (در مقطع علمی - تخصصی بودن مجلات)
۹	از حیث روش گردآوری	آرشیوی
۱۰	از حیث تحلیل داده‌ها	تحلیل محتوا و فنون آمار توصیفی

### پروتکل مطالعه نگاشت نظام‌یافته

در این پژوهش مطالعات مربوط به هوشمندی کسب و کار در ۶ پایگاه داده منتخب گوگل اسکولار<sup>۱</sup>، انسانی<sup>۲</sup>، نورمگز<sup>۳</sup>، سیویلیکا<sup>۴</sup>، علمنت<sup>۵</sup> و اس آی دی<sup>۶</sup> تحلیل می‌شود. در این نوع مطالعه عمدتاً بررسی موضوعات کلان‌تر از هوشمندی کسب و کار و طبقه‌بندی ادبیات پژوهشی این حوزه مد نظر است. فایده این سبک از مطالعه این است که برای جامعه پژوهشی هوشمندی کسب و کار عناوین مهم و مد نظر پژوهشی را برای پژوهش‌های جدید و آینده فراهم می‌کند. با مرور حوزه‌های مفهومی و پژوهشی هوشمندی کسب و کار، وضعیت تحقیقات گذشته شناسایی شده و نقاط تومی این تحقیقات به دست می‌آید و به نقاطی که هنوز در مورد آن‌ها پژوهش نشده است پی برده و پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی ارائه می‌شود. پروتکل انجام نگاشت نظام‌یافته در این مقاله به صورت شکل ۱ است.

پروبوگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

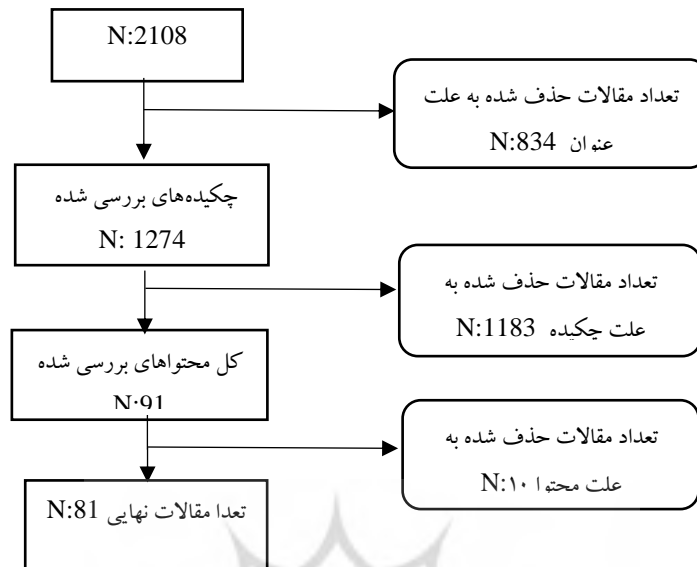
1. Google Scholar
2. Ensani
3. Noormagz
4. Civillica
5. Elmnet
6. SID



شکل ۱. مراحل مختلف روش مطالع نگاشت نظام یافته همراه با خروجی هر مرحله ( Petersen et al., 2008)

### ارزیابی کیفیت مقالات و دسته بندی

به منظور بررسی کیفیت مقالات به دست آمده از غربال "عنوان، چکیده، محتوا" استفاده گردید. در مرحله اول تعداد ۲۱۰۸ مقاله با جستجوی در پایگاه‌های داده منتخب به دست آمد. در مرحله بعد با بررسی عنوان و چکیده‌های به دست آمده، مقالاتی که معیارهای انتخابی (که در بخش "معیارهای انتخاب پژوهش‌ها" به آن‌ها اشاره شده است) را کسب نمودند، تعیین و بقیه موارد در مطالعه شرکت داده نشدند. به این ترتیب تعداد مقالات به عدد ۱۲۷۴ کاهش یافت. در گام بعدی با مد نظر قرار دادن معیارهای حذف (که در ادامه مقاله به آن‌ها اشاره شده است)، تعداد ۹۱ مقاله مورد پذیرش محقق واقع شد. سپس کلیه مقالات توسط پژوهش‌گر به صورت کامل مورد بررسی قرار گرفته و پس از حذف مقالاتی که قادر به پاسخگویی به پرسش‌های مطرح در پژوهش نبوده‌اند، نهایتاً تعداد ۸۱ مقاله برای اجرای مرور نظام‌مند انتخاب شد.



نمودار ۲. فرآیند مرور نظام‌مند مقالات منتخب

### تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

به منظور تحلیل یافته‌های پژوهش پروتکل نگاشت نظام‌مند به صورت زیر و گام به گام تحلیل می‌شود.

براساس مسئله و هدف اذعان شده، سوال‌های پژوهش عبارتند از:

سوال اول: موضوعات مطالعه شده هوشمندی کسب و کسب و کار در مقالات منتخب کدامند؟ در این سوال براساس واژگان کلیدی، موضوعات و خلاصه مقالات تحلیل شده و مطالعات آن به صورت نظام‌مند ارایه خواهد شد.

سوال دوم: پراکندگی پژوهش‌ها در نشریات داخلی کشور چگونه است؟ در این سوال بیشترین مطالعات انجام شده در حوزه هوشمندی کسب و کار در مجلات داخلی براساس تعداد مقالات آن‌ها مدنظر است.

سوال سوم: در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار از چه روش‌های پژوهشی استفاده شده است؟ در این سوال، انواع روش‌های تحقیق که پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار براساس آن‌ها انجام شده است در مقالات مرور می‌شود.

سوال چهارم: اهداف مقاله‌های هوشمندی کسب و کار چه بوده است؟ در این سوال، انواع اهداف (بنیادی، کاربردی، توسعه‌ای) که پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار براساس آن‌ها انجام شده است در مقالات مرور می‌شود.

سوال پنجم: واحد تحلیل استفاده شده در هر یک از مقالات چه بوده است؟ در این سوال انواع واحد تحلیل (فرد، سازمان، جامعه) که پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار براساس آن‌ها انجام شده است، مد نظر می‌باشد.

سوال ششم: خلاهای پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در ایران کدامند؟ در این سوال وضعیت پراکندگی و خلاهای پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار شناسایی شده که وضعیت تورم مطالعات و فقدان مطالعات کلیدی و متناسب با مرز دانش مشخص می‌شود.

سوال هفتم: چه پیشنهادهایی برای هدایت بهتر پژوهش‌های آتی در این زمینه می‌توان ارائه کرد؟ در این سوال بر اساس خلاهای شناسایی شده، پیشنهاد برای هدایت پژوهش‌های آتی در حوزه هوشمندی کسب و کار ارائه می‌شود.

**فرایند جستجوی موضوعات هوشمندی کسب و کار در مجلات علمی تخصصی**

جستجوی جامع و بدون روتوش، یکی از فاکتورهای اساسی تمایز بین مرور نظام‌یافته با مرور ادبیات به صورت کلاسیک است. جستجوی نظام‌یافته با شناسایی واژگان کلیدی و عبارات جستجو شروع می‌شود. در تحقیقات از واژگان کلیدی اعم برای شناسایی مقالات مرتبط استفاده می‌شود (Bjornson & Dingsoyr, 2008).



## معیارهای انتخاب پژوهش‌ها

عمدتاً دو دسته معیار برای انتخاب پژوهش‌ها معرفی می‌شود:

الف) معیار پذیرش (معیار شمولیت)

هدف از معیار پذیرش (شمولیت) برای مطالعه این است که پژوهشگر بداند با چه معیارهایی به مطالعه و بررسی مقالات و نگاشت نظام‌یافته آن‌ها بپردازد، معیارهای شمولیت برای این مقاله عبارتند از:

- مقالاتی که علمی-تخصصی بوده و برای چاپ در مجلات داوری شده‌اند.
  - مقالاتی که حوزه تمرکز آن‌ها هوشمندی کسب و کار بوده است.
  - مطالعاتی که مشخصاً پاسخگوی سوالات پژوهش باشد.
  - مقالات مستخرج از پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دکتری که در مجلات علمی تخصصی چاپ شده‌اند.
  - مقالاتی که در نشریات مورد تایید وزارت علوم چاپ شده‌اند.
- ب) معیار استثنا کردن
- لازم است برخی از پژوهش‌ها از مطالعات نگاشت نظام‌یافته مستثنی شوند، معیار استثنا کردن این پژوهش‌ها در این تحقیق عبارتند از:
- مقالاتی که به زبان فارسی منتشر نشده‌اند.
  - مقالاتی که خارج از زمینه تخصصی هوشمندی کسب و کار قرار دارند.
  - مطالعاتی که داوری نشده‌اند؛ در این پژوهش کتاب‌ها، رساله‌های کارشناسی ارشد و دکتری، آموزش‌های ویدئویی، پنل‌های تخصصی، عقاید شخصی منتشر شده در حوزه هوشمندی کسب و کار و پروژه‌های تحقیقاتی بررسی نمی‌شوند.
  - مقالاتی که در برخی از همایش‌ها و کنفرانس‌ها چاپ شده‌اند و علمی-تخصصی نمی‌باشند.

## تحلیل یافته‌ها

گیبسون و براون<sup>۱</sup> (۲۰۰۹) بر این باورند که یکی از روش‌های مناسب برای مرتبط کردن سوال‌های پژوهش به تحلیل، محور قرار دادن خود سوال‌ها است؛ بنابراین در این پژوهش بر محور سوال‌ها، داده‌های گردآوری شده را تحلیل و گزارش پژوهشی را ارائه می‌کند در این بخش هر یک از سوال‌ها به گام‌های (جستجو، تحلیل و استخراج داده‌ها) پروتکل نگاشت، ارائه شده و نتایج بررسی می‌شود.

## موضوعات استفاده شده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

در این بخش همه موضوعات احصا شده از نشریات منتخب براساس موضوعات خاص و عام هوشمندی کسب و کار در جدول ۳ دسته بندی شده‌اند.

جدول ۳. موضوعات احصا شده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در مجلات علمی

### تخصصی

نام مجله	موضوع اخص و خاص	موضوع عام
اندیشه مدیریت راهبردی	داشبورد سازمانی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه اختصاصی تبلیغات و بازاریابی	زیرساخت	پایگاه داده و نمایش
پژوهش نامه بیمه	پیاده سازی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه آینده پژوهی مدیریت	ساختار نوآوری	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
معرفت	اخلاق کاری	رفتار سازمانی
فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان	متغیرهای موثر	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه راهبردهای بازرگانی	مزیت رقابتی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
نشریه مهندسی صنایع و مدیریت شریف	ارتباط با مشتری	پایگاه داده و نمایش
فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی	سیاست‌گذاری	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
نشریه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی	ارتقا مدیریت	رفتار سازمانی
فصلنامه توسعه منابع انسانی و پشتیبانی	عملکرد سازمانی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
نشریه تحقیقات حسابداری و حسابداری	کیفیت اطلاعات مالی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند	عوامل موفقیت سامانه هوش	ابزارهای هوشمندی کسب و کار

1. Gibson, W. Brown, A.

موضوع عام	موضوع اخص و خاص	نام مجله
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	موفقیت ابزارهای هوش	مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند
پایگاه داده و نمایش	نظریه داده بنیاد	مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند
پایگاه داده و نمایش	سیستم‌های اطلاعاتی	نشریه مدیریت سلامت
سیستم‌های پشتیبانی تصمیم	سیستم‌های خاکستری	نشریه تخصصی مهندسی صنایع
هوشمندی کسب و کار	سیستم بانکداری متمرکز	نشریه مدیریت فناوری اطلاعات
رفتار سازمانی	مدیریت ارتباط با مشتری	نشریه مدیریت فناوری اطلاعات
مدیریت فرآیندها و دانش	شاخص‌های کلیدی عملکرد	نشریه مدیریت راهبردی دانش سازمانی
سیستم‌های پشتیبانی تصمیم	تصمیم‌گیری مدیران	فصلنامه حسابداری مدیریت
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	سرمایه فکری و عملکرد مالی	فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	پایداری دفاتر ICT	نشریه فرایند مدیریت توسعه
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	توانمندسازی روان شناختی	فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	فناوری اطلاعات	فصلنامه مدیریت کسب و کار
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	مزیت رقابتی	مطالعات اقتصاد مدیریت مالی و حسابداری
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	بلوغ هوشمندی	مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند
مدیریت فرایندها و دانش	اثر بخشی تیم‌های خودگردان	مجله مدیریت توسعه و تحول
پایگاه داده و نمایش	توانمندسازی نیروی انسانی	پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری
پایگاه داده و نمایش	درخت تصمیم	نشریه پژوهش‌های نوین علوم انسانی
پایگاه داده و نمایش	داده کاوی	فصلنامه سیاست نامه علم و فناوری
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	هوش سازمانی	مطالعات مدیریت و کارآفرینی
سیستم‌های پشتیبانی تصمیم	عملکرد مدیریتی	مطالعات مدیریت و کارآفرینی
مدیریت فرایندها و دانش	عوامل تکنولوژیک	فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین
پایگاه داده و نمایش	سیستم هوش تجاری	فصلنامه مدیریت زنجیره تامین
مدیریت فرآیندها و دانش	مدیریت دانش	پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری
پایگاه داده و نمایش	عملکرد منابع انسانی	نشریه صنعت حمل و نقل دریایی
سیستم‌های پشتیبانی تصمیم	نظام ارزیابی	فصلنامه دانش انتظامی همدان
ابزارهای هوشمندی کسب و کار	داشبورد سازمانی	پژوهش‌های مدیریت راهبردی
پایگاه داده و نمایش	کیفیت داده	فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت بحران

نام مجله	موضوع اخص و خاص	موضوع عام
نشریه بهبود مدیریت	بازاریابی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
نشریه تعاون و کشاورزی	مزیت رقابتی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد	هوش فرهنگی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه علمی پژوهشنامه حمل و نقل	بلوغ هوشمندی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری	چابکی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری	تجزیه و تحلیل کسب و کار و مدیریت عملکرد	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
تحقیقات حسابداری و حسابرسی	کیفیت اطلاعات مالی	مدیریت فرآیندها و دانش
نوآوری در مدیریت سیستم‌ها و فناوری اطلاعات با رویکرد هوشمندی کسب و کار	تحول گرایی مدیران	رفتار سازمانی
فصلنامه مدیریت، حسابداری و اقتصاد	رفتار مصرف کننده	رفتار سازمانی
فصلنامه دیدگاه	عملکرد مدیریت	سیستم‌های پشتیبان تصمیم
پژوهش در نظام‌های آموزشی	تجاری سازی ایده‌ها	مدیریت فرآیندها و دانش
پژوهش‌های معاصر در علوم مدیریت و حسابداری	تصمیم‌گیری سازمانی	پایگاه داده و نمایش
مجله مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد اسلامی	تحلیل مضمون	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فراسوی مدیریت	ارزیابی عملکرد	رفتار سازمانی
فصلنامه مدیریت	مدیریت دانش	مدیریت فرآیندها و دانش
فصلنامه مدیریت	عملکرد مالی	سیستم‌های پشتیبان تصمیم
فصلنامه تخصصی رشد فناوری	ارزیابی عملکرد	رفتار سازمانی
فصلنامه تخصصی رشد فناوری	بلوغ هوشمندی کسب و کار	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه تخصصی رشد فناوری	رضایت و وفاداری مشتریان	رفتار سازمانی
نشریه مدیریت فناوری اطلاعات	سیستم استنتاج فازی عصبی انطباقی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
نشریه مدیریت فناوری اطلاعات	قابلیت‌ها و اجزای هوش تجاری	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین	سیستم‌های برنامه ریزی منابع سازمان	رفتار سازمانی

نام مجله	موضوع اخص و خاص	موضوع عام
مدیریت فرهنگ سازمانی	هوش کارکنان	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه حسابداری مدیریت	تصمیم‌گیری مدیران	سیستم پشتیبانی تصمیم
فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران	عملکرد مالی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
مطالعات مدیریت ورزشی	عملکرد مالی	مدیریت فرآیندها و دانش
پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی	هوشمندی استراتژیک	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری	موانع هوش تجاری	پایگاه داده و نمایش
مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند	انطباق سازمانی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه مطالعات مدیریت شهری	استقرار شهر الکترونیک	پایگاه داده و نمایش
فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی	مهارت‌های کارآفرینی	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
فصلنامه مدیریت کسب و کار	سیستم‌های اطلاعاتی	پایگاه داده و نمایش
فصلنامه مدیریت کسب و کار	مدیریت استراتژیک	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
مجله مهندسی برق دانشگاه تبریز	سیستم‌های اطلاعاتی	پایگاه داده و نمایش
رهیافت	شاخص‌های علم و فناوری	پایگاه داده و نمایش
فصلنامه رشد و فناوری	مدیریت دانش	مدیریت فرآیندها و دانش
مهندسی صنایع و مدیریت تولید	مدیریت زنجیره تامین	ابزارهای هوشمندی کسب و کار
رشد و فناوری	مدیریت دانش	پایگاه داده و نمایش
فراسوی مدیریت	شبکه فازی	مدیریت فرآیندها و دانش
مدیریت اطلاعات	متن کاوی	متن کاوی
پژوهشنامه بیمه	مدیریت دانش	مدیریت فرآیندها و دانش

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود بیشترین موضوعات خاص احصا شده در پژوهش‌ها هوشمندی کسب و کار به ترتیب مدیریت دانش، ارزیابی عملکرد، عملکرد مالی و داشبورد سازمانی است. تنوع موضوعات در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار بسیار زیاد است و اکثراً موضوعات یک بار به عنوان موضوع خاص پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند و به نظر می‌رسد که به‌طور تخصصی، روی موضوع خاصی در تحقیقات کار نشده است و این‌خلاف در تحقیقات این حوزه به شدت به چشم می‌آید.

### پراکندگی پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در نشریات علمی-تخصصی

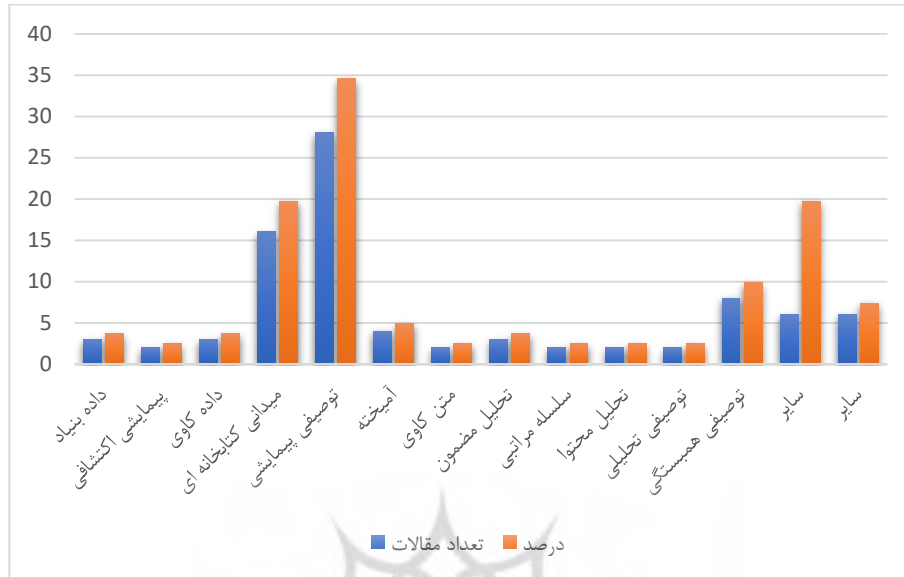
همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، پراکندگی ۸۱ مقاله از مجلات علمی-تخصصی هوشمندی کسب و کار بررسی شد که بیشترین تعداد مقالات ۵ عدد در نشریه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند (مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات سابق) و ۴ عدد در نشریه مدیریت فناوری اطلاعات چاپ شده است. پس از آن تعداد ۳ مقاله در فصلنامه مدیریت کسب و کار و فصلنامه تخصصی رشد فناوری چاپ شده است و در نهایت تعداد ۲ مقاله در مجلات مطالعات مدیریت و کارآفرینی، فصلنامه مدیریت، رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری و فصلنامه رشد و فناوری چاپ شده است و مابقی نشریات تنها یک عدد مقاله در حوزه هوشمندی کسب و کار چاپ کرده‌اند.

### روش‌های پژوهشی مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

امروزه کاربرد روش‌های مختلف تحقیق در هوشمندی کسب و کار، نسبت به گذشته افزایش داشته است. براساس داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که بیشترین روش مورد استفاده در پژوهش‌ها به ترتیب، روش توصیفی-پیمایشی، کتابخانه‌ای و میدانی و توصیفی-همبستگی می‌باشد و کمترین روش‌های مورد استفاده که فقط یکبار از آنان استفاده شده بود شبیه سازی، درخت تصمیم، پیمایشی-مقطعی و فراتحلیل می‌باشد، که در بخش سایر روش‌ها به آن‌ها اشاره شده است.

جدول ۴: روش‌های تحقیق مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

عنوان	داده بنیاد	داده کاوی	پیمایشی اکتشافی	توصیفی پیمایشی	آمیخته	تحلیل سلسله مراتبی
تعداد	۳	۳	۲	۲۸	۴	۲
درصد	۳/۷۰	۳/۷۰	۲/۴۶	۳۴/۵۷	۴/۹۴	۲/۴۶
عنوان	تحلیل مضمون	تحلیل محتوا	توصیفی تحلیلی	توصیفی همبستگی	میدانی کتابخانه ای	متن کاوی
تعداد	۳	۲	۲	۸	۱۶	۶
درصد	۳/۷۰	۲/۴۶	۲/۴۶	۹/۸۸	۱۹/۷۵	۷/۴۰



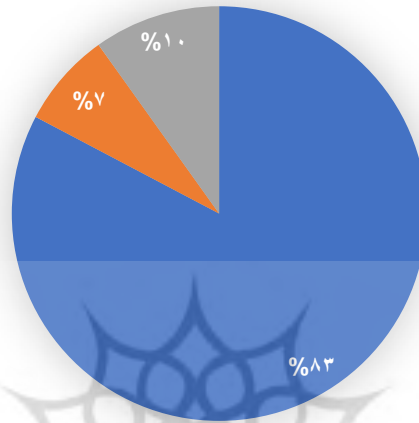
نمودار ۳. رویکردهای روش‌شناسی پژوهش در مقالات منتخب

### اهداف مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

انواع پژوهش‌ها بر اساس هدف به بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای قابل تقسیم است. هدف اصلی پژوهش‌های بنیادی افزایش حیطه و گستره آگاهی و دانش بشر از طریق کشف حقایق و واقعیت‌ها و شناخت پدیده‌ها و اشیا است. تحقیق کاربردی به نوعی از تحقیق اطلاق می‌شود که با اتکا و استفاده از زمینه و بستر شناختی و نیز معلوماتی که از طریق تحقیقات بنیادی فراهم شده، در جستجوی دست‌یابی به توسعه دانش کاربردی و حصول یک هدف عملی است. از طرف دیگر هدف از تحقیقات توسعه‌ای را می‌توان تدوین با تهیه برنامه‌ها، طرح‌ها، دستورالعمل‌ها و امثالهم برای حل یک مسئله خاص دانست (سرمد و دیگران، ۱۴۰۰). براساس داده‌ها، جدول ۵ کاربرد اهداف مختلف تحقیق در هوشمندی کسب و کار را نشان می‌دهد که بیشترین هدف در پژوهش‌ها کاربردی و کمترین توسعه‌ای بود.

جدول ۵. اهداف مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

بنیادی	توسعه ای	کاربردی	نوع هدف
۸	۶	۶۷	تعداد مقالات
۹/۸۸	۷/۴۱	۸۲/۷۱	درصد



■ کاربردی ■ توسعه ای ■ بنیادی

نمودار ۳. اهداف پژوهش در مقالات منتخب

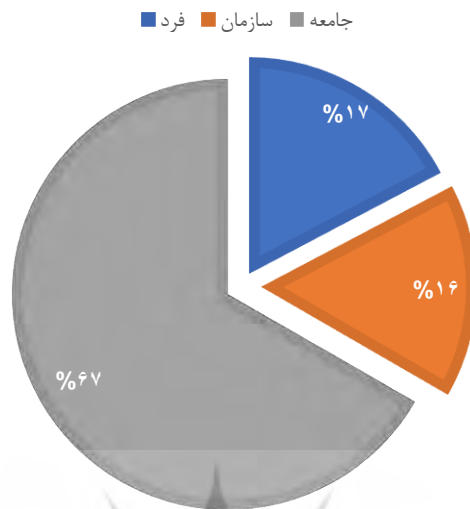
### سطح تحلیل مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

سطح تحلیل واحدی است که در یک پژوهش مورد تحلیل قرار می‌گیرد. سطح تحلیل از سطح فرد تا سازمان و حتی فراتر از آن در سطح صنعت، جامعه و یا کشور قابل تعریف است (غلامیان قوژدی و همکاران، ۱۳۹۵). داده‌های جدول ۶ کاربرد سطوح تحلیل مختلف پژوهش در هوشمندی کسب و کار را نشان می‌دهد که بیشترین سطح تحلیل جامعه و کمترین سازمان بوده است.

جدول ۶. سطح تحلیل مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

جامعه	سازمان	فرد	سطح تحلیل
۵۴	۱۳	۱۴	تعداد مقالات
۶۶/۶۶	۱۶/۰۴	۱۷/۲۸	درصد





نمودار ۴. سطح تحلیل مورد استفاده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

### شناسایی خला‌های پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در ایران

براساس مطالعات انجام شده حوزه‌های مرتبط با هوشمندی کسب و کار در هفت حوزه زیر طبقه بندی شده‌اند (عباسی و همکاران، ۱۳۹۶). این طبقه بندی به منظور مقایسه نتایج این مقاله با طبقه بندی پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. این حوزه‌ها عبارتند از:

۱. ابزارهای هوشمندی کسب و کار و مصورسازی: برخی از این ابزارها در حوزه امنیت و سفارشی‌سازی، برخی در حوزه مدیریت عملکرد، برخی در حوزه مدیریت عملیات، برخی از ابزارها امکان تحلیل حجم وسیع داده را داشته، برخی منبع باز و برخی از نظر هزینه‌ای و وظایف مقرون به صرفه هستند (صارمی نیا، ۱۳۹۵).

۲. رفتار سازمانی: دانش رفتار به ویژه رفتار سازمانی یکی از دانش‌های میان رشته‌ای علوم انسانی و اجتماعی است که رفتار انسان را در سه سطح فرد، گروه و سازمان در درون جامعه‌ای به نام سازمان بررسی می‌کند. نظریه‌های رفتاری در سطح فردی بیشتر بر

روانشناسی تأکید دارد. نظریه‌های رفتاری در سطح گروه و سازمان بیشتر بر روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی تکیه دارد (اعرابی و فیاضی، ۱۳۹۶).

۳. مدیریت فرآیندها و دانش: هر سازمانی می‌بایست فرایندهایش را مطابق چارچوبی خاص به درستی مدیریت نماید. مدیریت فرایندها در سازمان شامل شناسایی و طراحی فرایند، تهیه نقشه فرایندی، تصدیق و صحت‌گذاری فرایندها، کنترل فرایند و در نهایت پایش و اندازه‌گیری فرایندها می‌باشد (فروزنده، ۱۳۹۱).

۴. سیستم‌های پشتیبانی تصمیم: یک سیستم پشتیبانی تصمیم‌سازی، سیستمی است که به تصمیم‌گیران برای تکمیل فرآیندهای تصمیم‌سازی کمک می‌کند تا تکنولوژی‌های ارتباطات، داده‌ها، مدارک دانش و یا مدل‌ها را به منظور شناسایی و یا حل مشکلات ساختاریافته یا نیمه ساختاریافته به کار گیرند (رفعیان و سرداری، ۱۳۸۷).

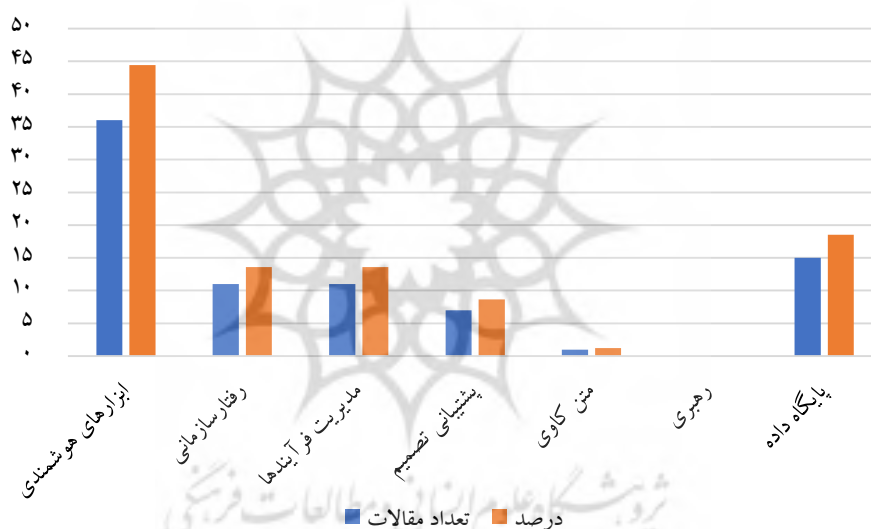
۵. رهبری: رهبری عبارت است از توانایی ترغیب دیگران به کوشش مشتاقانه جهت کسب اهداف معین یا فعالیت‌هایی که مردم را برای تلاش مشتاقانه در جهت کسب اهداف گروهی تحت تاثیر قرار می‌دهد. در تعریفی وسیع‌تر رهبری یعنی نفوذ در دیگران جهت کسب هدف می‌باشد (رضائیان، ۱۳۸۶).

۶. متن کاوی: به طور خاص متن کاوی شامل فعالیت‌های مختلفی چون دسته‌بندی متن به دو یا چند طبقه (طبقه‌بندی متن)، گروه‌بندی متن‌های مشابه با یکدیگر (خوشه‌بندی متن). یافتن موضوع متن (استخراج موجودیت / مفاهیم). یافتن احساس متن (تحلیل احساسات) خلاصه‌سازی متن و دیگر ارتباط بین موجودیت‌های متن (مدلسازی ارتباط موجودیت‌ها) است (Truyens, Van Eecke, 2014).

۷. پایگاه داده و نمایش: پایگاه داده مجموعه‌ای از داده‌های سازمان داده شده براساس یک الگوی مفهومی با مجموعه‌ای از روش‌های اضافه کردن، تغییر دادن، بازیابی داده‌های نگهداری شده در این ساختار است. می‌توان گفت در پایگاه داده، عنصر اصلی همان داده است که براساس یک نظم و قانون طراحی شده است. در این سامانه امکان دستکاری، تغییر و به هنگام کردن داده وجود دارد (محبی، ۱۳۸۷).

جدول ۷. پراکندگی موضوعات عام احصا شده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

موضوع عام	تعداد مقالات	درصد
ابزارهای هوشمندی کسب و کار و مصورسازی	۳۶	۴۴/۴۵
رفتار سازمانی	۱۱	۱۳/۵۸
مدیریت فرآیندها و دانش	۱۱	۱۳/۵۸
سیستم‌های پشتیبانی تصمیم	۷	۸/۶۴
رهبری	۰	۰
متن کاوی	۱	۱/۲۳
پایگاه داده و نمایش	۱۵	۱۸/۵۱



نمودار ۵: پراکندگی موضوعات عام احصا شده در پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار

در جدول ۷ موضوعات احصا شده از مقالات منتخب عرضه شده و وضعیت پراکندگی و فراوانی پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار مشخص شده است همانطور که جدول ۷ و نمودار ۵ نشان می‌دهند بیش از ۴۴ درصد از پژوهش‌ها در زمینه ابزارهای هوشمندی کسب و کار و مصورسازی انجام شده است و رتبه دوم متعلق به پایگاه داده و نمایش است و بعد

از آن موضوع رفتار سازمانی و مدیریت فرآیندها و دانش مشترک در رتبه سوم قرار می‌گیرد این در حالی است که سهم متن کاوی تنها یک پژوهش و رهبری صفر می‌باشند.

## پیشنهادات برای هدایت بهتر پژوهش‌های آتی در زمینه هوشمندی کسب و کار

- بر اساس مطالعات انجام شده تنوع‌های پژوهشی در حوزه مدیریت بالاست و تمرکز روی یک حوزه محوری کم است در حالی که در سطح بین‌المللی علاوه بر تمرکز روی یک حوزه محوری، زیر شاخه‌های آن نیز دارای مجله تخصصی هستند، بنابراین ضرورت دارد که سیاست‌های هدایتی و حمایتی در این زمینه به منظور تخصصی شدن مجلات در حوزه هوشمندی کسب و کار مانند کسب و کار هوشمند و داده کاوی، کسب و کار هوشمند و نوآوری، کسب و کار هوشمند و مدیریت، کسب و کار هوشمند و تصمیم‌گیری مد نظر قرار گیرد؛
- همان‌طور که مشاهده شد بیش از ۹۰ درصد مطالعات هوشمندی کسب و کار ذیل ابزارهای هوشمندی کسب و کار و مصور سازی، پایگاه داده، رفتار سازمانی و مدیریت فرآیندها و دانش بوده است. در زمینه‌های متن کاوی و رهبری پژوهش‌های انجام شده قریب به صفر است لذا ضرورت دارد که نشریات علمی-تخصصی هوشمندی کسب و کار در یک برنامه زمان‌بندی شده فراخوان‌ها و ویژه‌نامه‌هایی را در نظر بگیرند تا خلا پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار کاهش یابد؛
- دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی ترغیب شوند تا مقالات جدید نشریات تخصصی خارجی را بیشتر مطالعه کنند و متناسب با مرزهای جدید هوشمندی کسب و کار، کارهای پژوهشی خود را انجام دهند؛
- همان‌طور که مشاهده شد بیش از ۶۵ درصد مقالات با هدف کاربردی و سطح تحلیل جامعه انجام شده بود، خوب است که به منظور تنوع و پوشش سطوح مختلف در حوزه هوشمندی کسب و کار مقالات بیشتری با اهداف توسعه‌ای و بنیادی و سطوح تحلیل سازمان و فرد انجام شود؛

• طراحی روش‌شناسی‌های نوین در حوزه علوم رفتاری و کاربرد آن در مدیریت، یکی از حوزه‌هایی است که، به رشد و شکوفایی تحقیقات در سطح بین‌المللی کمک کرده لذا ضروری است که کشور به این موضوع توجه جدی شده تا بتوان در حوزه‌های مختلف هوشمندی کسب و کار پژوهش‌هایی انجام داد.

### نتیجه‌گیری

با توجه به اینکه تحقیقات بسیاری در زمینه هوشمندی کسب و کار انجام شده است، ضرورت داشت که دانش موجود این حوزه در کشور از طریق نگاشت نظام‌مند تحلیل گردد. پیش از این پژوهش، مطالعات هوشمندی کسب و کار در هیچ پژوهش داخلی مورد تحلیل نظام‌مند واقع نشده بود. بنابراین این پژوهش با ۷ هدف پیگیری شد که شامل شناسایی موضوعات هوشمندی کسب و کار در کارهای پیشین، احصای موضوع‌های مرتبط با هوشمندی کسب و کار و تحلیل پراکندگی‌ها، شناسایی روش‌های پژوهش مورد استفاده در هوشمندی کسب و کار، بررسی اهداف پژوهش‌های منتخب، سطح تحلیل مورد استفاده در این پژوهش‌ها، شناسایی خلاءهای پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در ایران و سرانجام ارایه پیشنهاد برای تحقیقات آینده. در این پژوهش با استفاده از تحلیل نظام‌مند داده‌های ثانویه، تعداد ۸۱ مقاله از میان ۲۱۰۸ مقاله منتخب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس نتایج پژوهش بیشترین پوشش موضوعی هوشمندی کسب و کار موضوع خاص مدیریت دانش و در موضوع عام، ابزارهای هوشمندی کسب و کار بوده است. همچنین بیشترین روش تحقیق مورد استفاده روش توصیفی پیمایشی، بیشترین هدف، کاربردی و بیشترین سطح تحلیل مورد استفاده سطح تحلیل جامعه بوده است. اگرچه در سطح بین‌المللی تحقیقات فراوانی با روش نگاشت سیستماتیک در حوزه هوشمندی کسب و کار انجام شده است، اما هیچ پژوهشی منحصرًا به این ۷ سوال پاسخ نداده است. تنها در پژوهش فیتریانا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) به بررسی تحقیقات حوزه هوش کسب و کار پرداخته

---

1. Fitriana et al.

شده است که نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد، داده کاوی به عنوان محبوب ترین معیار ارزیابی در مقالات این حوزه به کار رفته است. موضوعات احصا شده در پژوهش فوق مدیریت زنجیره تأمین مشتری، مدیریت ارتباطات، داده کاوی، انبار داده، سیستم‌های پشتیبانی تصمیم، کارت امتیازی عملکرد، مدیریت دانش، مدیریت فرایندهای تجاری، هوش مصنوعی، برنامه‌ریزی منابع سازمانی و کیفیت سیستم مدیریت بوده است. مقایسه نتایج پژوهش اشاره شده در بالا با پژوهش حاضر موید یک مطلب است و تمام موضوعات احصا شده در آن، در بررسی های این پژوهش هم حاصل گردیده است. امید است پژوهش گران داخلی در حوزه هوشمندی کسب و کار با دقت به نتایج پژوهش حاضر، به پرکردن خلاهای پژوهشی در این حوزه مهم علمی و کاربردی بپردازند تا زمینه رشد هرچه بیشتر سازمان‌های ایرانی را فراهم نمایند.

#### ORCID

Seyed Mohammadbagher Jafari  <http://orcid.org/0000-0003-2042-2756>  
Atefe Sadat Rohani  <http://orcid.org/0000-0003-2042-2756>  
Fatemeh Yousefi  <http://orcid.org/0000-0003-2042-2756>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- اعرابی، سیدمحمد، فیاضی، مرجان. (۱۳۹۶). نظریه‌های رفتار سازمانی و اجتماعی دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- اورعی، نرگس، صنعت جو، اعظم و آهنجیان، محمد رضا. (۱۳۹۸). ترسیم حوزه هوشمندی رقابتی در آیین نشریات فارسی: علم سنجی. پژوهش نامه علم سنجی دو فصلنامه علمی دانشگاه شاهد، دوره ۵، شماره ۱، ۲۲-۱. doi:10.22070/RSCI.2018.756
- بنی اسد، رضا، باقری میبدی، مهدی و بلادیان سیدمصطفی. (۱۳۹۷). مطالعه نگاشت سیستماتیک پژوهش‌های مدیریت راهبردی در نشریات علمی-پژوهشی منتخب کشور: شناسایی خلأهای پژوهشی و رهنمودهایی برای پژوهش‌های آینده. پژوهش‌های مدیریت راهبردی. doi: 20.1001.1.22285067.1397.24.71.2.2: ۳۱-۳۱، ۶۳-۳۱، (۷۱)۲۴
- پوطی، نسیبه، مرادی مخلص، حسین، صالحی، وحید و حیدری. (۲۰۱۸). مدلی برای انطباق سازمان‌های آموزشی با ملزومات هوشمندی کسب و کار. مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، ۶(۲۳)، ۱۴۵-۱۷۵. doi: 10.22054/ims.2018.8854
- پیرایش، رضا و علیپور، وحیده. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین هوش رقابتی و اثربخشی استراتژی‌های بازاریابی در بین بانک‌های دولتی و خصوصی استان زنجان. فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۴ شماره ۱۲ صفحات ۱-۱۸. doi: 10.22059/JIBM.2012.29181
- توربان، افرایم. (۱۳۹۳). هوش تجاری: یک رویکرد مدیریتی. ترجمه شهریار محمدی، هما زاهدپاشا، مهسا نجفی. تهران: انتشارات دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی.
- جعفری، سید محمدباقر، اسحاقیان، زهرا. (۱۳۹۷). هوشمندی کسب و کار. اصفهان: جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
- جوادین، سیدرضا، اسفیدانی، رحیم. (۱۳۸۸). بازاریابی صنعتی. تهران: انتشارات زمزمه نور.
- حسینی، سید یعقوب، یدالهی، شهربانو، سلیمی فرد و خداکرم. (۲۰۱۲). طراحی مدلی برای اندازه‌گیری هوشمندی استراتژیک سازمانی (مورد مطالعه: شرکت‌های استفاده‌کننده از نرم‌افزارهای هوشمندی کسب و کار در ایران). پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، ۲(۱)، ۲۱-۴۳. doi: 20.1001.1.22286977.1391.2.1.4.4.۴۳-۲۱، (۱)۲

رجب زاده قطری، نیک قدم، فریدی ساناز و فریدی، مرضیه. (۱۳۹۳). *درآمدی بر پژوهش علم طراحی و فراتحلیل*. تهران: انتشارات نگاه دانش.

رستگار، عباسعلی، دهقانی سلطانی، مهدی، فارسی زاده حسین و بلوچی، حسین. (۱۳۹۴). تبیین اثر هوش ساختاری سازمانی بر کسب مزیت رقابتی: نقش میانجی هوش رقابتی. *فصلنامه علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین*، ویژه نامه ۶۵-۸۲.

رضائیان، علی. (۱۳۸۶). *اصول مدیریت، انتشارات سمت، چاپ دهم*.  
رفعیان، مجتبی، سرداری، محمد رضا. (۱۳۸۷). مدل‌سازی رشد سکونت گاه‌های غیررسمی (ISGM) با تأکید بر سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری. *مدیریت شهری*، ۶(۲۲)، ۶۱-۷۵.  
سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۴۰۰). *روش تحقیق در علوم رفتاری*. انتشارات آگه.

صارمی نیا، صبا. (۱۳۹۵). ابزارهای هوش کسب و کار و مقایسه آن‌ها.

<http://www.bigdata.ir/wp-content/uploads/BITools.pdf> ۰۸/۲۰/۱۶

عباسی، فاطمه، سهرابی، بابک، خدیور، آمنه و مانیان، امیر. (۱۳۹۶). *ارایه مدلی جهت پیش‌بینی موضوعات مرتبط با هوشمندی کسب و کار*. *نشریه علمی مدیریت اطلاعات*، ۳(۱)، ۵۷-۷۸.

فروزنده، مهدی. (۱۳۹۱). *مدیریت فرآیندها و رویکرد فرآیندی*. *فصلنامه علمی-ترویجی مدیریت استاندارد و کیفیت*، ۳(۱)، ۴۸-۶۵.

غلامیان فوزدی، سیمین، پویا، علیرضا و مهارتی، یعقوب (۱۳۹۵). *آسیب‌شناسی سطح تحلیل آزمودنی‌ها در تحقیق‌های پیمایشی: تحلیل مقاله‌های پیمایشی در مجله‌های منتخب مدیریت ایران*. *فصلنامه انجمن علوم مدیریت ایران*، ۱۱(۴۲)، ۷۷-۹۷.

محبی، محمود. (۱۳۸۷). *سامانه مدیریت پایگاه داده*. *اطلاعات جغرافیایی سپهر*، ۶۷(۱۷)، ۶۹-۷۴.  
مهرابی، علی؛ محمودی، ادریس و حسینی، علی. (۲۰۱۶). *ارزیابی بلوغ هوشمندی کسب و کار با یک مدل ترکیبی جدید*. *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۴(۱۵)، ۶۵-۹۶.

doi: 10.22054/IMS.2016.6859

هوسن، سیندی. (۱۳۹۲). *هوش تجاری موفق*. ترجمه آمنه علاقبندراد. تهران: انتشارات ناقوس.



همپا حسین، محمودی میمند محمد، سرلک محمدعلی و امینی محمدتقی. (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه بندی عوامل موفقیت هوشمندی کسب و کار با رویکرد استقرار مدیریت دانش (مطالعه‌ی موردی: صنعت بیمه‌ی ایران). پژوهشنامه بیمه. ۳۳(۲)، ۸۵-۱۰۵.

doi:10.22056/JIR.2018.65893.1930

## References

- Bali, R. K., Wickramasinghe, N., & Lehaney, B. (2009). *Knowledge management primer*. Routledge.
- Bjørnson, F. O & Dingsøyr, T (2008). Knowledge management in software engineering: A systematic review of studied concepts, findings and research methods used. *Information and Software Technology*, 50 (11), 1055–1068. doi.org/10.1016/j.infsof.2008.03.006
- Bozic, K., & Vlado, D. (2019). Business intelligence and analytics for value creation: The role of absorptive capacity. *International Journal of Information Management*. 46,93-103. doi.org/10.1016/j.infsof.2008.03.006
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2018). Business Intelligence and Competitiveness: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation. *An International Business Journal*. 28(1).213-226. doi.org/10.1108/CR-09-2016-0054
- Chaudhuri, S., Dayal, U., & Narasayya, V. (2011). An overview of business intelligence technology. *Communications of the ACM*. 54(8): 88-9. doi.org/10.1145/1978542.1978562
- Fitriana, R., Eriyatno, T. D., & Djatna, T. (2011). Progress in Business Intelligence System research: a literature review. *International Journal of Basic & Applied Sciences IJBAS-IJENS*, 11(03), 118503-6464.
- Fleisher, C. S. (2012). Business and Competitive Analysis: Effective Application of New and Classic Methods (paperback). *Revista Inteligência Competitiva*, 2(2).doi: 24883/ric.v2i2.37
- Foshay, N. & Kuzeimsky, C. (2013). Towards an implementation framework for business intelligence in healthcare. *International Journal of Information Management*, 34(1), 20-27. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.09.003
- Foshay, N., & Kuzeimsky, C. (2014). Towards an implementation framework for business intelligence inhealthcare. *International Journal of Information Management*. 34(1), 20-27. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2013.09.003
- Gibson, W, Brown, A (2009). *Working with qualitative data*, Sage.
- Gastaldi, L., Pietrosi, A., Lessanibahri, S., Paparell, M., Scaccianoce, A., Provenzale, G., Corso, M., & Gridelli, B. (2018). Measuring the

- maturity of business intelligence in healthcare: Supporting the development of a roadmap toward precision medicine within ISMETT Hospital. *Technological Forecasting & Social Change*.128(March), 84-103. doi.org/10.1016/j.techfore.2017.10.023
- Helfat, C. E, Finkelstein, S, Mitchell, W, Peteraf, M, Singh, H, Teece, D & Winter, S. G (2009). *Dynamic capabilities. Understanding strategic change in organizations*: John Wiley & Sons
- Matei, G., 2010. A collaborative approach of business intelligence systems. *Journal of Applied Collaborative Systems*, 2(2), pp. 91-101.
- Mikroyannidis, A. and Theodolidis, B. (2010). "Ontology management and evolution for business intelligence." *International Journal of Information Management*, Vol.30, PP.559-566. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2009.10.002
- Negash, S., 2004. Business intelligence. *Communications of the association for information systems*, 13(1), p. 15. doi.org/10.1007/978-3-540-48716-6\_9
- Olszak, M., (2014). Toward and understanding business intelligence. A dynamic capability-based framework for business intelligence. *Computer Science and Information Systems*. 2, 1103 1110. DOI: 10.15439/2014F68
- Olszak, M., & Zeimba, E. (2012). Critical success factors for implementing business intelligence systems in small and medium enterprise on the example of upper Silesia, Poland. *Interdisciplinary journal of information, knowledge and management*. 7, 130-150
- Olszak, C.M. and Ziembra, E., (2012). Critical success factors for implementing business intelligence systems in small and medium enterprises on the example of upper Silesia, Poland. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 7(12), pp. 129-150
- Petersen, K., Feldt, R., Mujtaba, SH. & Mattsson, M. (2008). *Systematic Mapping Studies in Software Engineering*. School of Engineering, Blekinge Institute of Technology, Box 520
- Truyens, Maarten and Van Eecke, Patrick (2014). Legal aspects of text mining. *Computer law & security review*.170-153. doi.org/10.1016/j.clsr.2014.01.009
- Xiao, Y & Watson, M (2017). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review, *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93-112.doi.org/10.1177/0739456x17723971
- Yeoh, W., & Koronios, A. (2010). Critical Success Factors for Business Intelligence Systems. *Journal of computer information systems*. 50(3), 23-32.

### References [In Persian]

- Abbasi, F. Sohrabi, B. Khadivar, A. Manian, A. (2015). Provide a model for predicting issues related to business intelligence. *Scientific Journal of Information Management*, 3 (1), 57-78. [In Persian]
- Arabi, S. M & Fayazi, M. (1396). *Theories of organizational and social behavior*. Office of Cultural Research. [In Persian]
- Azma, F. & Mostafapoor, M. (2012). Business intelligence as a key strategy for development organizations. *Procedia Technology*, 1, 102-10. [In Persian]
- Bani Asad, R. Bagheri Meybodi, M. Baladian, S.M. (2018). Study of systematic mapping of strategic management researches in selected scientific-research journals of the country: Identification of research gaps and guidelines for future researches. *Strategic management researches*. 24 (71), 31-63. [In Persian] doi.org/10.1016/j.protcy.2012.02.020.
- Forouzandeh, M. (2012). Process management and process approach. *Journal of Standard and Quality Management*, 3 (1), 48-65. [In Persian]
- Gholamian Ghozhdi, S. Pouya, A. Maharti, Y. (2015). Pathology of subjects' level of analysis in survey research: Analysis of survey articles in selected Iranian management journals. *Iranian Journal of Management Sciences Quarterly*. 11 (42), 77-97. [In Persian]
- Hampa, H. Mahmoudi Meymand, M. Sarlak, M. A. Amini, M. T. (2018). Identifying and ranking the factors of business intelligence success with the approach of establishing knowledge management (Case study: Iranian insurance industry). *Insurance Research Journal*. 23(2), 85-105. [In Persian]
- Hosseini, S. Y. Yadalahi, Sh. Salimifard and Khodakaram. (2012). Designing a Model for Measuring Strategic Organizational Intelligence (Case Study: Companies Using Business Intelligence Software in Iran). *Organizational Resource Management Research*, 2 (1), 21-43. [In Persian]
- Hussein, Cindy. (2013) *Successful business intelligence*. Translated by Amina Alaqbandrad. Tehran: Bell Publications. [In Persian]
- Jafari, S.M., Ishaghian, Z. (2018). *Business intelligence*. Isfahan: University Jihad of Isfahan. [In Persian]
- Javadin, S.R., Esfidani, R. (2009). *Industrial Marketing*. Tehran: Zamzameh Noor Publications. [In Persian]
- Mehrabi, A. Mahmoudi, I. Hosseini, A. (2016). Assessing the maturity of business intelligence with a new hybrid model. *Journal of Business Intelligence Management Studies*, 4 (15), 65-96. [In Persian]
- Mohebbi, M. (2008). Database management system. *Sepehr Geographical Information*. 67 (17), 69-74. [In Persian]

- Orei, N. Sanatjoo, A. Ahanchian, M.R. (2019). Drawing the field of competitive intelligence in the mirror of Persian publications: scientometrics. *Scientific Journal of Shahed University*, 5(1), 22-1. [In Persian]
- Pirayesh, R. and Alipour, V. (2012). Investigating the Relationship between Competitive Intelligence and the Effectiveness of Marketing Strategies between Public and Private Banks in Zanjan Province. *Business Management Quarterly*, 4(12), 1-18. [In Persian]
- Pouti, N. Moradi Mokhles, H. Salehi, V. Heydari. (2018). A model for adapting educational organizations to the requirements of business intelligence. *Journal of Business Intelligence Management Studies*, 6 (23), 145-175. [In Persian]
- Rafieian, M. Sardari, M.R. (2009). Informal settlement growth modeling (ISGM) with emphasis on decision support systems. *Urban Management*, 6 (22), 61-75. [In Persian]
- Rajabzadeh Qatari, Nikgadam, Faridi, S. Faridi, M. (2014). *An introduction to research science in design and meta-analysis*. Tehran: Negah Danesh Publications. [In Persian]
- Rastegar, A.A., Dehghani Soltani, M. Farsizadeh, H. Baluchi, H. (2015). Explaining the effect of organizational structural intelligence on competitive advantage: The mediating role of competitive intelligence. *Journal of Modern Marketing Research*, Special Issue 65-82. [In Persian]
- Rezaian, A. (2007). *Principles of Management*. Samat Publications, Tenth Edition. [In Persian]
- Saremi Nia, S. (2016). Business intelligence tools and their comparison. <http://www.bigdata.ir/wp-content/uploads2016/08/BITools.pdf>. [In Persian]
- Sarmad, Z. Bazargan, A. Hejazi, G. (2021). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Agah Publications. [In Persian]
- Turban, E. (2014). *Business intelligence: a managerial approach*. Translated by Shahriar Mohammadi, Homa Zahed Pasha, Mahsa Najafi. Tehran: Khajeh Nasir al-Din Tusi University Press. [In Persian]

**استناد به این مقاله:** جعفری، سید محمدباقر، روحانی، عاطفه سادات، یوسفی، فاطمه. (۱۴۰۱). نگاشت نظام یافته پژوهش‌های هوشمندی کسب و کار در نشریات علمی-تخصصی منتخب: شناسایی خلاق‌های پژوهشی و پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی، *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۱۰(۳۹)، ۱۲۷-۱۶۲.

DOI: 10.22054/IMS.2022.61977.2007



Journal of Business Intelligence Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..