

Barriers to the Utilization of Business Intelligence in Agricultural Production Cooperatives in Kermanshah County

Zhiyan Veisinejad¹, Zahra Athari^{2*}, Khadijah Moradi Qezeli³

¹ Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran.

² Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran,

Email: z.athari@gmail.com

³ Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran.

Article Info

Article type:
Research Full Paper

Article history:

Received: 04.02.2026

Revised: 17.06.2026

Accepted: 26.06.2026

ABSTRACT

Background and Objectives: The rapid pace of global developments and the transition from a traditional society to an information society have increased the need for organizations to adopt innovative strategies that enable the optimal utilization of emerging opportunities and values. Business Intelligence (BI) is a modern organizational strategy that supports organizations by providing decision-makers with access to relevant information. As productive institutions, agricultural production cooperatives require this capability and strategic approach to analyze environmental information and data related to production, sales, and marketing in order to enhance effectiveness and organizational performance. However, effective utilization of business intelligence first required the identification of the barriers that impeded its implementation. Therefore, the present study aimed to identify the barriers to the utilization of business intelligence in agricultural production cooperatives in Kermanshah County.

Materials and Methods: This study employed a qualitative research approach. Given that the objective was to identify and classify the barriers to the utilization of business intelligence, the research was conducted within a descriptive-analytical framework. The study population consisted of managers and members of agricultural production cooperatives in Kermanshah County (N = 127), from whom 30 participants were purposively selected. Data were collected through individual semi-structured interviews and analyzed using content analysis.

Findings: The findings revealed that managerial and business intelligence governance weaknesses, financial and economic constraints, low levels of structural and organizational maturity, and inadequate technological infrastructure were the most significant barriers to business intelligence utilization in agricultural production cooperatives in Kermanshah County. The primary and most significant finding of the study was managerial and business intelligence governance weaknesses. Insufficient attention to, and inadequate knowledge of, the requirements for implementing business intelligence, limited strategic foresight, and the absence of

Keywords:

Business Intelligence
Barriers
Production Cooperatives
Agricultural Activities

professionalism and merit-based selection were identified as the main concepts associated with this factor. Other key concepts, categorized under the central theme of financial and economic constraints, included outdated financial and accounting data and reports within cooperatives, as well as inadequate budgeting for the adoption of business intelligence.

Conclusion: The results indicated that the barriers to the utilization of business intelligence in agricultural production cooperatives in Kermanshah County are multidimensional in nature. An in-depth analysis of the data suggests that many of these barriers stem from weaknesses in organizational governance and a lack of managerial maturity. Therefore, the principal issue is not the “absence of tools” but rather the “absence of a strategic mindset.” When managers do not perceive business intelligence as a source of competitive advantage, it is unlikely that sufficient resources will be allocated to it or that clear implementation mechanisms will be established. The findings of this study can assist managers and members of agricultural production cooperatives, as well as planners and policymakers in the cooperative sector, in adopting business intelligence and, consequently, enhancing decision-making, improving organizational performance, and strengthening competitive advantage in competitive markets.

Cite this article: Veisinejad, Zh., Athari, Z., Moradi Qezeli, Kh. 2026. Barriers to the Utilization of Business Intelligence in Agricultural Production Cooperatives in Kermanshah County. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 13 (1), 137-158.



© The author(s)



[10.22069/jead.2026.24507.1953](https://doi.org/10.22069/jead.2026.24507.1953)

Publisher: Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه

ژیان ویسی نژاد^۱، زهرا اطهری^{۲*}، خدیجه مرادی قزلی^۳

^۱گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

^۲گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران، رایانامه: z.athari@gmail.com

^۳گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی- پژوهشی	سابقه و هدف: با افزایش سریع تحولات جهانی و گذار از جامعه سنتی به جامعه اطلاعاتی، توجه به راهبردهای نوین برای استفاده بهینه از فرصت‌ها و ارزش‌های جدید، سازمان‌ها را بیش از پیش ملزم به تحول نموده است. هوش تجاری یکی از راهبردهای نوین سازمانی است که با فراهم کردن دسترسی تصمیم‌گیرندگان به اطلاعات مرتبط، به سازمان‌ها کمک می‌کند. تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به مثابه نهادی تولیدی، برای تحلیل اطلاعات محیطی و داده‌های مربوط به تولید، فروش و بازاریابی با هدف دستیابی و اثربخشی، به این قابلیت و راهبرد نوین نیاز دارند. بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌ها، در وهله اول نیازمند شناسایی عامل‌های بازدارنده آن است. بنابراین، هدف پژوهش حاضر، شناسایی عامل‌های بازدارنده بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه بود.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۱۵ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۵/۰۳/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۰۵	روش تحقیق: پژوهش حاضر از نظر رویکرد، کیفی است. با توجه به اینکه هدف پژوهش، شناسایی و طبقه‌بندی عامل‌های بازدارنده بهره‌گیری از هوش تجاری بود، تحقیق در چارچوب پژوهش‌های توصیفی — تحلیلی انجام شد. جامعه مورد مطالعه، مدیران و اعضای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند (N=127) که ۳۰ نفر از آنان به صورت هدفمند انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختارمند فردی و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل محتوا استفاده شد.
واژه‌های کلیدی: هوش تجاری عامل‌های بازدارنده تعاونی تولیدی فعالیت‌های کشاورزی	یافته‌ها: بر اساس یافته‌ها، ضعف مدیریتی و حکمرانی هوش تجاری، محدودیت‌های مالی و اقتصادی، ضعف بلوغ ساختاری و سازمانی و در نهایت ضعف زیرساخت‌های فناوری، مهم‌ترین بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند. نخستین و محوری‌ترین یافته پژوهش، ضعف مدیریتی و حکمرانی هوش تجاری بود. کم‌توجهی و ضعف دانش مدیران درباره استلزامات یکارگیری هوش تجاری، ضعف آینده‌نگری و فقدان تخصص‌گرایی و شایسته‌گزینی مفاهیم اساسی این عامل بودند. از دیگر، مفاهیم کلیدی که البته در مقوله محوری محدودیت‌های مالی و اقتصادی قرار گرفتند، روزآمد نبودن داده‌ها و گزارش‌های مالی و حسابداری در تعاونی‌ها و ضعف بودجه‌بندی برای بهره‌گیری از هوش تجاری بود.
	نتیجه‌گیری: نتایج نشان داد که بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه ماهیتی چندبعدی دارند. تحلیل عمیق داده‌ها بیانگر آن است که ریشه بسیاری از این موانع می‌تواند در ضعف حکمرانی سازمانی و نبود بلوغ مدیریتی نهفته باشد. بنابراین، مسئله اصلی نه «نبود ابزار»، بلکه «نبود نگرش راهبردی» است. زمانی که مدیران هوش تجاری را به‌عنوان یک مزیت

رقابتي درك نكنند، طبيعي است كه نه منابعي به آن تخصيص مي دهند و نه سازوكار اجرايي مشخصي براي آن تعريف مي كنند. يافته هاي اين پژوهش مي تواند به مديران و اعضاي تعاوني هاي توليدي كشاورزي، برنامه ريزان و سياست گذاران بخش تعاون در بهره گيري از هوش تجاري و در پي آن تصميم گيري مناسب، بهبود عملکرد و افزايش مزيت رقابتي در بازار، ياري رساند.

استناد: ويسی نژاد، ژيان؛ اطهري، زهرا؛ مرادی قزلی، خديجه. (۱۴۰۵). بازدارنده هاي بهره گيري از هوش تجاري در تعاوني هاي توليدي كشاورزي شهرستان كرمانشاه. *مطالعات كارآفريني و توسعه پايدار كشاورزي*، ۱۳ (۱)، ۱۵۸-۱۳۷.



[10.22069/jead.2026.24507.1953](https://doi.org/10.22069/jead.2026.24507.1953)

© نويسندگان

ناشر: دانشگاه علوم كشاورزي و منابع طبيعي گرگان



مقدمه

امروزه سازمان‌ها در محیط‌های پویای اقتصادی زندگی می‌کنند که برای سازگاری با پیچیدگی‌های این محیط، بهره‌گیری از هوش تجاری یک ضرورت به نظر می‌رسد (۱). عواملی همچون افزایش پیچیدگی، تنوع محصولات و خدمات مالی، تصمیمات مالی پیچیده رو در روی سرمایه‌گذاران و تغییر عوامل جمعیت‌شناختی و اقتصادی سبب شده توجه به هوش تجاری افزایش پیدا کند (۲). هوش تجاری یکی از راهبردهای نوین سازمانی است که نیازهای اطلاعاتی سازمان را برآورده کرده و با فراهم کردن دسترسی سریع تصمیم‌گیرندگان به اطلاعات مرتبط به سازمان‌ها کمک می‌کند. این امر بر این اصل استوار است که تصمیم‌گیرندگان، اگر با اطلاعات صحیح تقویت شوند، کارا و موثرتر عمل خواهند کرد (۳). در بسیاری از موارد سازمان‌ها با مشکلاتی همچون جمع‌آوری، نگهداری و تحلیل و استفاده مؤثر از داده‌ها مواجه می‌شوند که هوش تجاری می‌تواند کلیدی برای رفع این قبیل مسائل باشد (۴). در واقع، این قابلیت به سازمان‌ها کمک می‌کند داده‌ها را نگه داری و سازماندهی کرده و حجم زیادی از اطلاعات و فرصت‌های جدید تولید کند و تصمیمات خود را سریع و هدفمند اتخاذ کند (۵).

بهره‌گیری و توسعه هوش تجاری در تعاونی‌ها نیز نه تنها برای سازگاری این نهادها با محیط پیچیده و متغیر ضروری می‌باشد، بلکه مدیران را برای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در مورد عامل‌های موثر بر موفقیت تعاونی توانمند کرده و کارایی و اثربخشی آن‌ها را افزایش می‌دهد (۶). در این راستا، تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازوکارهای نهادی برای سازماندهی بهره‌برداران خرد، ارتقای سرمایه اجتماعی و بهبود کارایی تولید در بخش کشاورزی شناخته می‌شوند. این تعاونی‌ها با

تجمع منابع، کاهش هزینه‌های مبادله، تسهیل دسترسی به بازار و تقویت قدرت چانه‌زنی اعضا، نقش مهمی در توسعه روستایی و پایداری معیشت کشاورزان ایفا می‌کنند (۷). لذا برای دسترسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات محیطی با هدف دستیابی و اثربخشی، به این سیستم و راهبرد نوین نیاز دارند (۸). درک مفاهیم و مهارت‌های مرتبط با هوش تجاری با توجه به اینکه تعاونی‌ها را برای بقا در جامعه مدرن و مقاومت در برابر تنوع و پیچیدگی محصولات و خدمات مالی موجود توانا می‌سازد، ضرورت پیدا کرده است، چراکه در زمینه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، هوش تجاری می‌تواند به تحلیل داده‌های مربوط به تولید، بازاریابی، فروش، مدیریت منابع و دیگر جوانب عملیات کشاورزی بپردازد (۹). استفاده از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی می‌تواند منجر به شناخت بهتر الگوها و روندهای موجود، پیش‌بینی تغییرات بازار، بهینه‌سازی فرآیندهای تولید و توزیع، و در نهایت افزایش بهره‌وری و سودآوری این تعاونی‌ها شود (۱۰). لذا، مدیران تعاونی‌های تولیدی کشاورزی برای استمرار فعالیت‌های خود در این محیط پیچیده و متغیر، باید به هوش تجاری توجه ویژه داشته و آن را در سازمان‌های خود ارتقا دهند (۱۱).

شواهد تجربی در ایران حاکی از آن است که تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، فاصله قابل توجهی با اهداف تعیین‌شده دارند و با چالش‌های مدیریتی، ساختاری و اقتصادی مواجه بوده و از کارایی و اثربخشی مطلوب برخوردار نیستند (۱۲). ضعف در نظام تصمیم‌گیری، ناکارآمدی مدیریتی، مشارکت محدود اعضا، پایین بودن بهره‌وری، مشکلات بازاریابی و محدودیت‌های مالی از جمله مسائلی هستند که عملکرد این تشکلهای را تحت تأثیر قرار داده‌اند (۱۳). به علاوه، در شرایطی که بخش کشاورزی با نوسانات شدید قیمتی، تغییرات اقلیمی، پیچیدگی زنجیره‌های

تأمین و رقابت فزاینده روبه‌رو است، اتخاذ تصمیمات مبتنی بر داده و تحلیل اطلاعات به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. در این میان، «هوش تجاری» به‌عنوان مجموعه‌ای از فناوری‌ها، ابزارها و فرایندهای تحلیلی برای تبدیل داده‌های خام به اطلاعات معنادار و دانش پشتیبان تصمیم‌گیری، می‌تواند نقش کلیدی در ارتقای عملکرد سازمان‌ها ایفا کند (۱۴). پژوهش‌های تجربی نشان داده‌اند سازمان‌هایی که از قابلیت‌های هوش تجاری بهره می‌برند، در بهبود کیفیت تصمیم‌گیری، افزایش بهره‌وری، ارتقای شفافیت اطلاعاتی و دستیابی به مزیت رقابتی عملکرد بهتری دارند (۱۵).

با وجود این مزایا، استقرار هوش تجاری به‌ویژه در سازمان‌های کوچک و متوسط با موانع متعددی مواجه است. مرور نظام‌مند مطالعات اخیر نشان می‌دهد عواملی نظیر محدودیت منابع مالی، کمبود مهارت‌های تحلیلی مدیران، مقاومت در برابر تغییر و نبود حمایت مدیریتی از مهم‌ترین بازدارنده‌های پذیرش و بهره‌گیری از سیستم‌های هوش تجاری محسوب می‌شوند (۱۶). افزون بر این، در بخش کشاورزی نیز مطالعات نشان می‌دهد پذیرش فناوری‌های نوین و ابزارهای تحلیل داده تحت تأثیر عواملی چون سطح سواد دیجیتال، دسترسی به آموزش تخصصی، شرایط نهادی و ظرفیت سازمانی قرار دارد (۱۷).

تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، به‌عنوان سازمان‌هایی با ساختار نیمه‌رسمی، منابع محدود و وابستگی بالا به سرمایه انسانی محلی، بیش از سایر سازمان‌ها در معرض این موانع قرار دارند. در استان کرمانشاه نیز وضعیت تعاونی‌های تولیدی کشاورزی گویای چالش‌های جدی در پایداری فعالیت آن‌هاست (۱۸)؛ بخش قابل توجهی از تعاونی‌های ثبت‌شده در وضعیت غیرفعال یا نیمه‌فعال قرار دارند به‌طوری‌که

براساس آمار و اطلاعات اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان کرمانشاه از ۳۸۳ تعاونی تولیدی کشاورزی ثبت شده در شهرستان کرمانشاه، ۱۲۷ تعاونی فعال هستند و سایر تعاونی‌ها غیرفعال، راکد و نیمه راکد بوده و از چرخه تولید و اقتصاد کشاورزی خارج شده‌اند (۱۹). این وضعیت می‌تواند نشان‌دهنده ضعف در عوامل متعددی از جمله سازوکارهای مدیریتی و تصمیم‌گیری مبتنی بر اطلاعات باشد.

از این رو، بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی می‌تواند به بهبود مدیریت تولید، تحلیل بازار، پیش‌بینی تقاضا، مدیریت مالی و کاهش ریسک‌های عملیاتی کمک کند. با این حال، پیش از هرگونه برنامه‌ریزی برای استقرار این رویکرد، شناسایی دقیق عوامل بازدارنده آن در بستر واقعی و بومی تعاونی‌ها ضروری است. شناخت این عوامل می‌تواند زمینه طراحی برنامه‌های آموزشی، توانمندسازی مدیریتی، تقویت زیرساخت‌های فناورانه و اصلاح سیاست‌های حمایتی را فراهم سازد.

بنابراین، با توجه به چالش‌های مدیریتی تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، ضرورت گذار به تصمیم‌گیری داده‌محور و اهمیت شناخت موانع موجود در مسیر استقرار هوش تجاری، پژوهش حاضر با هدف شناسایی بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه انجام شد. در ادامه با توجه به اهمیت موضوع به بررسی ادبیات موجود و مطالعات مرتبط انجام شده در این زمینه پرداخته شده است.

هوش تجاری اصطلاحی است که برای اولین بار در سال ۱۹۸۹، توسط هوارد به‌عنوان مجموعه‌ای از روش‌ها برای بهبود تصمیم‌گیری تجاری با استفاده از سیستم‌های مبتنی بر واقعیت معرفی شد (۲۰). اولین تعریف علمی هوش تجاری نیز توسط گوشال و کیم (۲۰۰۰) به‌عنوان ابزاری برای کمک به سازمان‌ها برای

مدیریت و اصلاح اطلاعات تجاری باهدف تصمیم‌گیری مؤثر در محیط کسب‌وکار بیان شد (۲۱). در تعریف دیگری اشاره شده است که هوش تجاری روشی برای تبدیل داده‌ها به دانش و دانش به عمل برای بهبود سازمان است. بر اساس سازمان‌های هوشمند از تولنایی عملی، دانش و تجربه خود برای حمایت از فرآیندهای تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند (۲۲). با این حال برخی از سازمان‌ها در استفاده از هوش تجاری با یکسری موانع مواجه هستند و باید آن‌ها را برطرف کنند تا مسیر هموار شود. آنچه مهم است موانعی است که سازمان‌ها را از اجرای موفقیت‌آمیز قابلیت‌های هوش تجاری باز می‌دارد (۲۳). از عوامل بازدارنده هوش تجاری می‌توان به ضعف در برنامه‌ریزی صحیح و دقیق، عدم حمایت سازمان، عدم کیفیت داده‌های منبع و طراحی لنبار داده، عدم همکاری و تضاد سازمانی، نبود بخش‌های اجرایی مختص کسب‌وکار، داده‌های پراکنده و فاقد استانداردها و فقدان تخصص و آموزش اشاره کرد (۲۴). لرنهلت و ون لاری (۲۰۱۹) بیان کردند یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، کیفیت داده‌های مورد استفاده در هوش تجاری است. عدم تطابق داده‌ها از منابع مختلف و عدم یکپارچگی داده‌ها نیز مشکلاتی در تجزیه و تحلیل ایجاد می‌کند (۲۵). ساین (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای اشاره کرد که پذیرش و استفاده از فناوری‌های جدید، شامل هوش تجاری، ممکن است با مقاومت کارکنان و مدیران مواجه شود. این مقاومت می‌تواند ناشی از نگرانی‌ها درباره تغییرات در فرایندها، نیاز به یادگیری ابزارهای جدید، و یا عدم اعتماد به فناوری‌های نوین باشد (۲۶).

در پژوهشی ژنگ و خللد (۲۰۲۲) به این نتیجه رسیدند که کمبود بودجه، نبود نیروی انسانی متخصص، و عدم وجود زیرساخت‌های فنی مناسب موانع اساسی بهره‌گیری از هوش تجاری در سازمانها

هستند (۲۷). استفاده از این ابزارها به دانش فنی و مهارت‌های خاصی نیاز دارد که در سازمان‌ها ممکن است موجود نباشد (۲۸). امنیت داده‌ها و حفظ حریم خصوصی از دیگر مسائل مهم در پیاده‌سازی هوش تجاری است. حفاظت از داده‌های حساس و مدیریت دسترسی به این داده‌ها می‌تواند چالش‌های امنیتی و قانونی را ایجاد کند (۲۹). از سوی دیگر، عدم مدیریت مؤثر تغییرات و ناهماهنگی بین فرآیندهای جدید و موجود می‌تواند باعث ایجاد مشکلات اجرایی و عملیاتی شود (۳۰). برای موفقیت در پیاده‌سازی و استفاده از هوش تجاری، سازمان‌ها باید این موانع را شناسایی کنند و راهبردهایی برای مقابله با آن‌ها را تدوین کنند تا بتوانند از مزایای هوش تجاری بهره‌برداری کنند (۳۱).

با وجود گسترش ادبیات بین‌المللی در زمینه پذیرش و استقرار هوش تجاری در بنگاه‌های کوچک و متوسط و سازمان‌های تجاری، مطالعات مرتبط با فناوری‌های تحلیلی در ادبیات داخلی بیشتر در حوزه بانکداری، صنایع و سازمان‌های خدماتی متمرکز بوده و کمتر به بخش کشاورزی پرداخته‌اند، از سوی دیگر، پژوهش‌های انجام شده در حوزه تعاونی‌های تولیدی کشاورزی بر موضوعاتی نظیر عملکرد اقتصادی تعاونی‌ها، مشارکت اعضا، سرمایه اجتماعی، توانمندسازی مدیریتی و چالش‌های نهادی تمرکز داشته و کمتر به نقش فناوری‌های تحلیلی و داده‌محور در بهبود تصمیم‌گیری این تشکلهای پرداخته‌اند. بر اساس بررسی‌های انجام شده به‌طور خاص، تاکنون پژوهشی که به‌صورت نظام‌مند به شناسایی بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی ایران و به‌ویژه شهرستان کرمانشاه بپردازد، گزارش نشده است. این خلأ پژوهشی موجب فقدان شواهد علمی برای سیاست‌گذاری و طراحی برنامه‌های توسعه‌ای در

حوزه فناوری‌های تحلیلی و هوش تجاری در تعاونی‌های کشاورزی شده است. از این رو، انجام پژوهشی که به طور مشخص موانع و بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری را در این بستر سازمانی بررسی کند، ضرورتی علمی و کاربردی محسوب می‌شود. لذا، در پژوهش حاضر به شناسایی عامل‌های بازدارنده بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه پرداخته شده است.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر رویکرد، کیفی و از حیث هدف، کاربردی است؛ زیرا نتایج آن می‌تواند برای مدیران و اعضای تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران بخش تعاون در جهت بهبود تصمیم‌گیری و ارتقای اثربخشی فعالیت‌های تعاونی‌ها مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به اینکه هدف پژوهش، شناسایی و طبقه‌بندی عامل‌های بازدارنده بهره‌گیری از هوش تجاری بوده است، مطالعه حاضر در چارچوب پژوهش‌های توصیفی-تحلیلی انجام شد. جامعه مورد مطالعه شامل مدیران عامل، اعضای هیئت‌مدیره و اعضای فعال تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه بودند که با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند از نوع «موارد بارز» مورد مطالعه قرار گرفتند.

معیارهای انتخاب مدیران:

۱. عضویت در هیئت‌مدیره یا مدیریت اجرایی تعاونی فعال؛
۲. حداقل سه سال سابقه فعالیت مدیریتی؛
۳. نقش مستقیم در تصمیم‌گیری‌های مالی، برنامه‌ریزی تولید یا بازاریابی؛
۴. مواجهه یا آشنایی با نرم‌افزارهای مدیریتی یا سیستم‌های اطلاعاتی.

معیارهای انتخاب اعضای تعاونی:

۱. عضویت فعال در تعاونی حداقل به مدت سه سال؛
۲. مشارکت مستمر در فعالیت‌های تولیدی یا بازاریابی تعاونی؛
۳. تعامل با فرآیندهای گزارش‌دهی، ثبت اطلاعات یا دریافت خدمات مبتنی بر داده؛
۴. تجربه مواجهه با چالش‌های اطلاعاتی یا تصمیم‌گیری در سطح عملیاتی.

شناسایی افراد واجد شرایط از طریق هماهنگی با اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان و نیز بررسی فهرست تعاونی‌های فعال انجام شد. نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع داده ادامه یافت. پس از انجام ۳۰ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته (در مجموع حدود ۲۰ ساعت)، داده‌ها به مرحله تکرار مفاهیم رسید و اطلاعات جدیدی حاصل نشد؛ از این رو فرایند انجام مصاحبه به اتمام رسید.

داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته فردی و بر اساس پروتکل مصاحبه از پیش تدوین‌شده گردآوری شد. پرسش‌ها به گونه‌ای طراحی شده بود که تجربه مشارکت‌کنندگان در زمینه بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری، نظیر چالش‌های فنی، سازمانی، انسانی و ... را پوشش دهد. تمامی مصاحبه‌ها با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط، پیاده‌سازی و بازبینی شد. به منظور تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل محتوای عرفی استفاده شد. در تحقیق حاضر تأیید روایی و پایایی با استفاده از معیارهای اعتبارسنجی لینکلن و گوبا (معیارهای خاص پژوهش کیفی) شامل اعتمادپذیری (معادل روایی درونی در پژوهش کمی) انتقال‌پذیری (معادل روایی بیرونی در پژوهش کمی)، قابلیت اطمینان (معادل پایایی) تأییدپذیری (معادل عینیت) انجام شد (۳۲). به این ترتیب که جهت افزایش اعتمادپذیری نتایج حاصل از

جدول ۱ مشخصات فردی مصاحبه‌شوندگان را نشان می‌دهد. در این بین مدیرعامل، هیئت مدیره، بازررس و اعضا مورد مطالعه قرار گرفتند. به عبارت بهتر در میان مصاحبه‌شوندگان از ۵ نفر مدیرعامل، ۸ نفر هیئت مدیره، ۴ نفر بازررس و ۱۳ نفر عضو عادی بهره‌گیری شده است. همان‌گونه که جدول نشان می‌دهد، سطح تحصیلات افراد شامل کاردانی (۶ نفر)، کارشناسی (۱۵ نفر) و کارشناسی ارشد (۹ نفر) بوده است و کمترین سابقه عضویت مربوط به ۷ سال و بیشترین سابقه عضویت مربوط به ۱۹ سال عضویت بوده است. در نهایت کمترین سن مربوط به ۳۵ سال و بیشترین سن مربوط به ۵۸ سال در میان مشارکت‌کنندگان در مصاحبه بوده است.

تکنیک‌های کنترل اعضا، استفاده از محققان مختلف در تحلیل داده‌ها و خودبازبینی پژوهشگران استفاده شد. همینطور به منظور افزایش انتقال پذیری یافته‌ها، راهبرد چند سویه سازی داده‌ها (استفاده هم زمان از اسناد و پیشینه پژوهش و داده‌های شفاهی حاصل از مصاحبه) و چند سویه سازی محیطی (انجام مصاحبه در مکان و زمان‌های متفاوت)، به کار گرفته شد تا میزان باورپذیری تفسیرهای به عمل آمده افزایش یابد. اطمینان بخشی داده‌ها از طریق ارائه کلیه اسناد، یادداشت‌ها و مصاحبه‌های ضبط شده و در نهایت تأییدپذیری با ارائه جزئیات، توضیح کافی، مشروح و دقیق از فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها، انجام شد.

یافته‌ها

جدول ۱ - مشخصات فردی مصاحبه‌شوندگان

Table 1. Demographic Characteristics of the Interviewees

مشارکت‌کننده	سمت	تحصیلات	سن	سابقه	مشارکت‌کننده	سمت	تحصیلات	سن	سابقه
Participant	Position	Education	Age	Experience	Participant	Position	Education	Age	Experience
مشارکت‌کننده ۱	مدیرعامل	کارشناسی	۴۷	۱۵	مشارکت‌کننده ۱۶	هیئت مدیره	کارشناسی	۵۰	۱۹
Participant 1	Chief	Bachelor	47	15	Participant 16	Director	Master	50	19
مشارکت‌کننده ۲	هیئت مدیره	کارشناسی	۴۵	۱۳	مشارکت‌کننده ۱۷	مدیرعامل	کارشناسی	۴۸	۹
Participant 2	Director	Bachelor	45	13	Participant 17	Chief	Bachelor	48	9
مشارکت‌کننده ۳	عضو	کارشناسی	۴۲	۹	مشارکت‌کننده ۱۸	بازرس	کارشناسی	۴۵	۱۱
Participant 3	Member	Master	42	9	Participant 18	Auditor	Bachelor	45	11
مشارکت‌کننده ۴	هیأت مدیره	کارشناسی	۵۲	۱۵	مشارکت‌کننده ۱۹	عضو	کاردانی	۴۶	۸
Participant 4	Director	Bachelor	52	15	Participant 19	Member	Associate degree	46	8
مشارکت‌کننده ۵	بازرس	کاردانی	۵۳	۱۰	مشارکت‌کننده ۲۰	هیئت مدیره	کارشناسی	۴۲	۱۲
Participant 5	Auditor	Associate degree	53	10	Participant 20	Director	Master	42	12
مشارکت‌کننده ۶	مدیرعامل	کارشناسی	۵۳	۱۹	مشارکت‌کننده ۲۱	عضو	کاردانی	۳۹	۱۰
Participant 6	Chief	Bachelor	53	19	Participant 21	Member	Associate degree	39	10
مشارکت‌کننده ۷	عضو	کارشناسی	۵۴	۱۶	مشارکت‌کننده ۲۲	عضو	کارشناسی	۳۶	۹
Participant 7	Member	Bachelor	54	16	Participant 22	Member	Master	36	9
مشارکت‌کننده ۸	هیأت مدیره	کارشناسی	۵۱	۱۵	مشارکت‌کننده ۲۳	عضو	کارشناسی	۵۸	۱۶
Participant 8	Director	Bachelor	51	15	Participant 23	Member	Bachelor	58	16
مشارکت‌کننده ۹	عضو	کارشناسی	۴۸	۱۰	مشارکت‌کننده ۲۴	مدیرعامل	کارشناسی	۴۶	۱۰
Participant 9	Member	Bachelor	48	10	Participant 24	Chief	Master	46	10
مشارکت‌کننده ۱۰	عضو	کاردانی	۴۸	۱۰	مشارکت‌کننده ۲۵	عضو	کاردانی	۴۶	۱۰
Participant 10	Member	Associate degree	48	10	Participant 25	Member	Associate degree	46	10

13	53	کارشناسی Bachelor	هیئت مدیره Director	مشارکت کننده Participant 26	8	41	کارشناسی Bachelor	هیئت مدیره Director	مشارکت کننده Participant 11
8	42	کارشناسی Bachelor	بازرس Auditor	مشارکت کننده Participant 27	7	43	کارشناسی Bachelor	عضو Member	مشارکت کننده Participant 12
10		کارشناسی Bachelor	عضو Member	مشارکت کننده Participant 28	8	39	کارشناسی ارشد Master	بازرس Auditor	مشارکت کننده Participant 13
9	43	کارشناسی ارشد Master	هیئت مدیره Director	مشارکت کننده Participant 29	14	43	کارشناسی ارشد Master	مدیرعامل Chief	مشارکت کننده Participant 14
13	52	کاردانی Associate degree	عضو Member	مشارکت کننده Participant 30	8	35	کارشناسی ارشد Master	عضو Member	مشارکت کننده Participant 15

نداره و معمولاً از بیرون کارشناس میارن". این وابستگی به نیروهای بیرونی و نبود دانش مالی درون سازمانی، نه تنها روند تصمیم‌گیری را کند می‌کند، بلکه امکان ایجاد یک سیستم داده‌محور و هوشمند را نیز به شدت محدود می‌سازد.

➤ ضعف بودجه‌بندی برای بهره‌گیری از هوش

تجاری

از دیگر بازدارنده‌های کلیدی در مسیر پیاده‌سازی هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، ضعف بودجه‌بندی در بهره‌گیری از این فناوری بود که بر مبنای جدول ۲، مصاحبه‌شوندگان ۲۲ بار آن را مورد تأکید قرار دادند؛ بسیاری از مدیران، به دلیل هزینه‌های نسبتاً بالای استقرار کامل سیستم‌های هوش تجاری، از ورود به این حوزه خودداری می‌کنند. همان‌طور که یکی از اعضای هیئت مدیره (مشارکت کننده شماره ۲۰؛ ۴۲ ساله) تصریح می‌کند: "پیاده‌سازی تمام و کمال هوش تجاری هزینه نسبتاً بالایی می‌خواد و یکی از دلایل مهم که مدیران زیاد به این مقوله توجه نشان نمی‌دهند همین هست". این‌گونه نگاه کوتاه‌مدت و غیرراهبردی، باعث شده که هوش تجاری در اولویت قرار نگیرد.

بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در

تعاونی‌های مورد مطالعه

➤ روزآمدنبودن داده و گزارش‌های مالی و

حسابداری در تعاونی‌ها

یافته‌های مرتبط با بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های مورد مطالعه که بر مبنای تحلیل محتوای مصاحبه‌ها استخراج گردید، در جدول ۲ نشان داده شده است. یکی از بازدارنده‌های جدی در مسیر بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، روزآمد نبودن داده‌ها و گزارش‌های مالی و حسابداری در تعاونی‌ها بود. اهمیت این مانع تا جایی بود که عبارات اولیه تشکیل دهنده آن، ۲۷ بار از سوی مصاحبه‌شوندگان مورد تأکید قرار گرفت.

با نگاهی به جدول ۲ این نتیجه حاصل می‌شود یکی از مفاهیم تشکیل دهنده این چالش در مسیر پیاده‌سازی هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، به ضعف در حوزه مالی و حسابداری برمی‌گردد. همان‌طور که یکی از مصاحبه‌شوندگان (مشارکت کننده ۲۲؛ ۳۶ ساله) تأکید نمود: "فکر نکنم کسی در شرکت به معنای واقعی کلمه حسابداری بلد باشه. تو این زمینه مشکلات زیادی وجود داره. درک مناسبی از سیستم‌های حسابرسی و حسابداری در شرکت وجود

➤ کم توجهی و ضعف دانش مدیران تعاونی‌ها

درباره استلزامات بکارگیری هوش تجاری

یکی دیگر از عوامل اساسی که موجب شده هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی جایگاه لازم را پیدا نکند، کم توجهی و ضعف دانش مدیران تعاونی‌ها درباره استلزامات بکارگیری هوش تجاری در این تعاونی‌ها بود. اهمیت این بازدارنده تا جایی بود که مفاهیم تشکیل دهنده آن، ۱۶ بار از سوی مدیران عامل تعاونی‌های تولیدی تکرار شده بود (جدول ۲). یکی از اعضا (مشارکت کننده شماره ۹؛ ۴۸ ساله) این مسئله را چنین شرح می‌دهد: "خیلی از اعضا و مدیران شرکت چیزی از هوش تجاری و ابعاد اون نمی‌دونن و شاید نخوان چیزی بدونن واقعا. وقتی مدیران درک صحیحی از اینکه پیاده‌سازی هوش تجاری چقدر می‌تونه باعث پیشرفت بشه، ندارن دیگه چی میشه گفت. یعنی پیامدهای مثبت اون در شرکت رو نمی‌دونن". این مسئله زمانی جدی‌تر می‌شود که حتی هیچ‌گونه برنامه آموزشی یا کارگاه عملی برای آشنایی مدیران و کارکنان با هوش تجاری - به عنوان یکی از استلزامات کاربست آن - برگزار نمی‌شود.

➤ فقدان فناوری‌های روزآمد جهت آمادگی

تعاونی‌ها در کاربست هوش تجاری

از دیگر بازدارنده‌های اساسی در مسیر پیاده‌سازی هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی می‌توان به فقدان فناوری‌های روزآمد جهت آمادگی تعاونی‌ها در کاربست هوش تجاری اشاره کرد (فراوانی ارجاع: ۱۵ بار). تعاونی‌های تولیدی کشاورزی مورد مطالعه اغلب با زیرساخت‌های قدیمی و ناکارآمد مواجه هستند که توانایی پشتیبانی از سیستم‌های نوین و ابزارهای هوش تجاری را ندارند. به گفته یکی از اعضای هیئت مدیره (مشارکت کننده ۲۹ شماره ۴۳ ساله): "ما خیلی از تکنولوژی عقب هستیم. امکانات و

تجهیزات آن طور که باید و شاید کمکی به بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی نمی‌کند".

➤ ساختار سازمانی سنتی در تعاونی‌ها

بر مبنای یافته‌ها، یکی دیگر از بازدارنده‌های بکارگیری هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، ساختار سازمانی سنتی در این تعاونی‌ها بود. همانگونه که در جدول ۲ نشان داده شده است، مفاهیم تشکیل دهنده این مانع، ۱۵ بار از سوی مصاحبه شونده‌گان مورد تأکید قرار گرفتند. در این راستا، مصاحبه شونده‌گان مقاومت مدیران تعاونی‌ها در برابر تغییر را مطرح نمودند؛ به باور آنان، اهمیت این مفهوم به حدی است که موجب شده بسیاری از فرآیندهای سازمانی همچنان به شکل قدیمی و غیردیجیتال انجام شوند و این معضل، کارایی و سرعت تصمیم‌گیری در تعاونی‌های مزبور را به شدت کاهش داده است. مقاومت مدیران و مسئولان در برابر تغییر، مانع اصلی به‌روزرسانی و پذیرش فناوری‌های نوین مانند هوش تجاری است.

➤ ضعف عملکردی مدیران عامل در بهره‌گیری از

هوش تجاری

در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی مورد مطالعه، ضعف عملکردی مدیران در زمینه بهره‌گیری از هوش تجاری به عنوان یکی از موانع اصلی مطرح گردید. بر اساس یافته‌های مندرج در جدول ۲، مفاهیم تشکیل دهنده این بازدارنده، ۱۴ بار از سوی مصاحبه شونده‌گان مورد اشاره قرار گرفت. یکی از اعضا (مشارکت کننده شماره ۴۲؛ ۴۲ ساله) به این نکته اشاره می‌کند که "به نظر من باید مدیران شرکت از نظر بهره‌گیری از هوش تجاری ارزیابی بشن. یکی از شاخص‌های ارزیابی عملکرد مدیران و کارمندان می‌تونه بهره‌گیری از هوش تجاری باشه". این سخن بر اهمیت سنجش و پایش عملکرد مدیران در حوزه فناوری‌های نوین و به خصوص هوش تجاری تأکید دارد و نشان می‌دهد که

نبود چنین شاخص‌هایی باعث ضعف در بهره‌گیری از این فناوری‌ها شده است.

➤ فقدان تخصص‌گرایی و شایسته‌گزینی نیروی

انسانی در تعاونی‌ها

نتایج حاصل از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها در این پژوهش کیفی (جدول ۲) بیان گر آن است که یکی دیگر از بازدارنده‌های اساسی برای پیاده‌سازی هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، فقدان تخصص‌گرایی و شایسته‌گزینی نیروی انسانی در تعاونی‌ها است. گفتنی است، مفاهیم اولیه در این مانع، ۱۳ بار از سوی پاسخگویان مطرح گردید. یکی از اعضا (مشارکت‌کننده ۳؛ ۴۲ ساله) این مشکل را چنین شرح می‌دهد: "استخدام‌ها در شرکت فرایند خاصی نداره و سلیقه‌ای هست. این رویکرد غیرحرفه‌ای در جذب نیرو باعث شده که بسیاری از کارکنان حتی با مفاهیم اولیه هوش تجاری آشنا نباشند و نتوانند در جهت اجرای آن همکاری مؤثری داشته باشند".

➤ ضعف آینده‌نگری در فرایند برنامه‌ریزی

تعاونی‌ها

از دیگر بازدارنده‌های مهم در بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی که در یافته‌های مندرج در جدول ۲ نشان داده شده است، می‌توان به ضعف آینده‌نگری در فرایند برنامه‌ریزی تعاونی‌ها اشاره نمود که مفاهیم تشکیل دهنده آن، ۱۲ بار از سوی پاسخگویان مورد تأکید قرار گرفت. بر این اساس می‌توان گفت بسیاری از تصمیم‌گیرندگان در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی مورد مطالعه، به‌طور عمده به مدیریت کوتاه‌مدت و رفع نیازهای فوری بسنده می‌کنند. این رویکرد کوتاه‌نگرانه باعث می‌شود که سازمان‌ها نه تنها از فناوری‌هایی مانند هوش تجاری بهره‌مند نشوند، بلکه فرصت‌های رشد و توسعه پایدار را نیز از دست بدهند.

➤ ضعف تعاملات و اشتراک دانش و مهارت هوش

تجاری در تعاونی‌ها

ضعف تعاملات و اشتراک دانش و مهارت هوش تجاری در تعاونی‌های از دیگر بازدارنده‌های مهم در مسیر پیاده‌سازی و بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی به شمار می‌رود که در یافته‌های این پژوهش بدان اشاره شده است (جدول ۲). با استناد به این جدول، مفاهیم تشکیل دهنده این مانع، ۱۰ مرتبه از سوی مصاحبه‌شوندگان مطرح گردید. در بسیاری از این تعاونی‌ها، نه‌تنها برنامه‌ای برای آموزش مهارت‌های مرتبط با هوش تجاری وجود ندارد، بلکه افراد آگاه نیز تمایلی به انتقال دانش خود نشان نمی‌دهند. مشکل دیگر این است که هیچ منبع رسمی یا ساختاریافته‌ای برای یادگیری و توسعه مهارت‌های هوش تجاری در اختیار کارکنان قرار نمی‌گیرد. این وضعیت باعث شده که نه‌تنها مهارت کارکنان در استفاده از ابزارها و سیستم‌های مرتبط با هوش تجاری رشد نکند، بلکه فرایند یادگیری جمعی و هم‌افزایی سازمانی نیز مختل شود.

➤ نقص زنجیره تولید و عرضه در تعاونی‌ها به

عنوان پیش نیاز هوش تجاری

بر پایه یافته‌ها، یکی از پیش‌نیازهای حیاتی برای پیاده‌سازی موفق هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی، وجود یک زنجیره تولید و عرضه یکپارچه و کارآمد است. در بسیاری از تعاونی‌های مورد مطالعه، چنین زنجیره‌ای یا به‌طور کامل وجود ندارد یا بسیار ناقص عمل می‌کند. مفاهیم تشکیل دهنده این بازدارنده ۹ بار از سوی مصاحبه‌شوندگان مورد اشاره قرار گرفت. یک از مدیران عامل (مشارکت‌کننده شماره ۲۴؛ ۴۸ ساله) به‌روشنی این وضعیت را چنین توصیف نمود: "اگر بخواهیم یک سیستم هوش تجاری کامل داشته باشیم، باید زنجیره تولید و عرضه قوی داشته باشیم. بخشی از تولید ما رو شرکت‌های خصوصی دیگه انجام میده که بابتش کلی هزینه تولید میدیم. چرا خودمون نباید داشته

باشیم. یا اینکه بعد از تولید بصورت عمده به دلال و واسطه‌ها میدیم. در صورتی که فلسفه تعاونی حذف واسطه‌ها هست و این تو شرکت ما نیست. این مشکل تنها به مرحله تولید محدود نمی‌شود، بلکه در توزیع و بازاریابی محصولات نیز مشهود است. نبود این زنجیره منسجم باعث می‌شود داده‌های دقیق از فرآیند تولید تا مصرف جمع‌آوری نشوند، و این یعنی هیچ پایگاه اطلاعاتی مطمئنی برای تصمیم‌گیری وجود ندارد.

جدول ۲- مفاهیم استخراج شده حاصل از مصاحبه‌ها (کدگذاری باز)

Table 2. Concepts Extracted from the Interviews (Open Coding)

ردیف Row	عبارات اولیه (نقل و قول‌ها) Initial Statements (Interview Quotes)	مفاهیم (بازدارنده‌ها) Concepts (Barriers)	فراوانی ارجاع Frequency of References
1	- فکر نکنم کسی در شرکت به معنای واقعی کلمه حسابداری بلد باشه. تو این زمینه مشکلات زیادی وجود داره. درک مناسبی از سیستم‌های حسابداری و حسابداری در شرکت وجود نداره و معمولاً از بیرون کارشناس میارن. The cooperative appears to lack substantial accounting expertise. Understanding of accounting and auditing systems is limited, and external specialists are typically brought in when needed. - داده‌های مالی مربوط به گذشته هستند و متأسفانه انگار داده‌سازی داریم. The financial data are retrospective, and there are indications of possible data fabrication. - بخش اعظم کارها تو شرکت قدیمی هست. همش کاغذبازیه. به تکنولوژی اعتقاد زیادی ندارن. دیتاهای مالی پردازش نمیشه و فرآیندهای مدون و استاندارد برای دریافت، ذخیره و تحلیل داده‌ها در زمینه تولید و بازار وجود ندارد. Most of the company's processes are outdated and paper-based, with low adoption of technology. Financial data are not properly processed, and there are no standardized procedures for collecting, storing, and analyzing production and market data.	روزآمد نبودن داده‌ها و گزارش‌های مالی و حسابداری در تعاونی‌ها The lack of up-to-date financial and accounting data and reporting in cooperatives	27
2	- پیاده‌سازی تمام و کمال هوش تجاری هزینه نسبتاً بالایی می‌خاد و یکی از دلایل مهم که مدیران زیاد به این مقوله توجه نشان نمی‌دهند همین هست. همیشه تو مجمع عمومی و جلسات اعلام می‌کنند که بودجه این کارها رو تو شرکت نداریم و اینها مسائل فرعی هستن. Full implementation of business intelligence requires relatively high costs, which is one of the main reasons managers do not give much attention to it. In general assemblies and meetings, they often state that there is no budget for such initiatives and consider them secondary issues. - متأسفانه مشکلات اقتصادی باعث شده که تعاونی به مشکل مالی مواجهه و سمت عدم فعالیت پیش رود. Unfortunately, economic challenges have caused the cooperative to experience financial difficulties and gradually move toward inactivity.	ضعف بودجه‌بندی برای بهره‌گیری از هوش تجاری Weak budgeting for the utilization of business intelligence	22

- 3 - در شرکت ما حتی کلاس و کارگاهی برای مقوله هوش تجاری برگزار نمی‌شود تا بصورت عملی یاد بگیریم و اگر می‌بینید بعضی از مدیران در مورد هوش تجاری حرف‌هایی دارند بیشتر از روی مطالعه و منابع اینترنتی هست.
- In our company, no workshops or training courses on business intelligence are held for practical learning. Any knowledge some managers have in this area is mostly based on personal reading and online sources rather than formal training.
- 16 کم توجهی و ضعف دانش مدیران تعاونی‌ها درباره استلزامات بکارگیری هوش تجاری
- Managers' lack of awareness and insufficient knowledge of the requirements for implementing business intelligence in cooperatives**
- اعضای هیئت مدیره و مدیران شرکت در یادگیری کامل هوش تجاری اهمال می‌کنند فقط کمی تئوری بلدند و اونم دست و پا شکسته. هیچ وقت در شرکت ما هوش تجاری به مرحله عمل نرسیده.
- Board members and managers show negligence in fully learning business intelligence; they have only limited and superficial theoretical knowledge. Business intelligence has never been implemented in practice within our company.
- 4 - نیاز به امکانات و سیستم‌های جدید داریم تا بتوانیم هوش تجاری رو به نحو احسن در شرکت خودمان پیاده کنیم. گاه اوقات یک کارهایی در مورد بروزآوری مثل تعویض سیستم عامل و بعضی نرم-افزارهای حسابداری میشه ولی اصلا همیشگی نیست.
- We need new facilities and systems to effectively implement business intelligence in our company. Occasionally, some updates are made, such as replacing operating systems and certain accounting software, but these efforts are not consistent.
- 15 فقدان فناوری‌های روزآمد جهت آمادگی تعاونی‌ها در کاربست هوش تجاری
- Lack of up-to-date technologies for enabling cooperatives to adopt business intelligence**
- زیرساخت‌های تعاونی با فناوری روز مطابقت ندارند. چون ساختار فناوری شرکت قدیمی هست و برنامه‌های جدید روی اونها نصب نمیشن.
- The cooperative's infrastructure is not compatible with modern technology, as its systems are outdated and cannot support new applications.
- 5 - مدیران و مسئولین تعاونی در برابر تغییر مقاومت می‌کنند و دوست دارند که همین اوضاع باقی بمونه. زیاد تحول در ساختارها و فناوری رو نمی‌پسندن.
- Managers and officials in the cooperative resist change and prefer to maintain the current situation, showing little interest in structural and technological transformation.
- 15 ساختار سازمانی سستی در تعاونی‌ها
- Traditional organizational structure in cooperatives**
- همه این مسائل باعث میشه که هر گونه تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در شرکت ساختاری متمرکز و کند داشته باشه.
- All these issues result in centralized and slow decision-making and decision-making processes within the company.
- 14 ضعف عملکردی مدیران عامل در بهره‌گیری از هوش تجاری
- Ineffective performance of CEOs in the utilization of business intelligence**
- به نظر من باید مدیران شرکت از نظر بهره‌گیری هوش تجاری ارزیابی بشن. یکی از شاخص‌های ارزیابی عملکرد مدیران و کارمندان میتونه بهره‌گیری هوش تجاری باشه. در این زمینه تو شرکت ما ضعف وجود داره.
- In my opinion, managers should be evaluated in terms of their use of business intelligence, and its application could be considered as a performance indicator for both managers and employees. There is a weakness in this area within our company.

- 7 - افرادی با مدارک غیرمرتبط و ناآگاه به امورات سازمانی تعاونی استخدام شدند. استخدام‌ها در شرکت فرایند خاصی نداره و سلیقه‌ای هست.
- 13 فقدان تخصص‌گرایی و شایسته‌گزینی نیروی انسانی در تعاونی‌ها
- Lack of specialization and merit-based selection of human resources in cooperatives**
- Individuals with unrelated qualifications and limited organizational knowledge have been employed in the cooperative. Recruitment in the company follows no specific process and is largely based on personal judgment.
- با وجود این شرایط همیشه به پیاده‌سازی هوش تجاری به طور کامل امیدوار بود چون افرادی که در ساختار شرکت استخدام میشن یا مدرک تخصصی و مرتبط با تعاونی ندارن یا اصلا نمیدونن هوش تجاری چه مفهومی داره.
- Under these conditions, full implementation of business intelligence cannot be expected, as employees either lack relevant qualifications in the cooperative's field or have no understanding of business intelligence.
- 8 - مسئولین تعاونی زیاد به آینده شرکت فکر نمی‌کنند و تا یکسال بعد رو می‌بینند. سال مالی که تموم شد برای سال‌های بعد برنامه جدیدی ندارند. به اصطلاح اهداف دوربرد ندارند. تفکر استراتژیک که یکی از ویژگی‌های مدیران در هر سازمانی باید باشه، در تعاونی ما وجود نداره.
- Lack of foresight in the planning process of cooperatives**
- Cooperative managers do not focus on the long-term future of the company and mostly consider only the short term. After the fiscal year ends, they do not set new plans for future years and lack long-term goals. Strategic thinking, which is an essential managerial attribute, is absent in our cooperative.
- 9 - این فرهنگ وجود نداره که هر کسی اگر در مورد هوش تجاری چیزی بلده بیاد به بقیه هم یاد بده. بقیه هم مهارت چندانی در یادگیری نشون نمیدن. نداشتن مهارت خودش یک عامل بازدارنده هست.
- Weak interaction and knowledge and business intelligence skill sharing in cooperatives**
- There is no culture of sharing knowledge about business intelligence, and employees show limited learning skills, which acts as a barrier.
- منبع خاصی برای کسب دانش که شرکت معرفی کرده باشد وجود ندارد و بقیه هم چیزهایی که در مورد هوش تجاری می‌دانند، زیاد به اشتراک نمی‌گذارند. در اصطلاح مبانی مدیریت سازمان، تسهیم دانش و اطلاعات در تعاونی ما به معنای واقعی وجود ندارد.
- There is no official source for acquiring knowledge introduced by the company, and what employees know about business intelligence is rarely shared. In organizational management terms, knowledge and information sharing is not effectively practiced in our cooperative.

9	نقص زنجیره تولید و عرضه در تعاونی	10 - اگر بخواهیم یک سیستم هوش تجاری کامل داشته باشیم، باید
	ها به عنوان پیش نیاز هوش تجاری	زنجیره تولید و عرضه قوی داشته باشیم. زنجیره‌های تولید در شرکت
		ما متأسفانه کامل نبوده و نیستند.
		A complete business intelligence system requires a
	Deficiencies in the production and supply chain in cooperatives as a prerequisite for business intelligence	strong production and supply chain, which is
		unfortunately incomplete in our company.
		- ما محصولات تولیدی را به صورت عمده به دلال و واسطه‌ها می‌دیم.
		در صورتی که فلسفه تعاونی حذف واسطه‌ها هست و این تو شرکت
		ما نیست. دلال زیاد شده. شبکه مویرگی هم که نداریم برای توزیع
		محصول.
		We sell our products in bulk to brokers and
		intermediaries, whereas cooperatives are intended
		to eliminate middlemen. However, in our company,
		intermediaries are prevalent, and we lack a direct
		distribution network.

اصلاح نگرش و عملکرد مدیران، سایر اقدامات ناکافی خواهند بود.

نتایج تحلیل نشان داد که محدودیت های مالی و اقتصادی از دیگر عوامل بازدارنده است. حتی زمانی که مدیران نسبت به اهمیت هوش تجاری آگاه هستند، نبود بودجه کافی برای خرید نرم افزار، تجهیز زیرساخت ها و آموزش کارکنان مانع اجرای پروژه ها می شود. این یافته ها بیانگر آن است که محدودیت های مالی به طور مستقیم و غیرمستقیم بر پیاده سازی هوش تجاری اثر می گذارند و با عوامل مدیریتی نیز تعامل دارند.

بر اساس مصاحبه های انجام شده، ساختار سازمانی سنتی، نبود اشتراک دانش و مهارت بین کارکنان، و فقدان یک زنجیره تولید و عرضه یکپارچه، موانع مهمی برای بهره گیری از هوش تجاری هستند. این عوامل موجب شده است که تعاونی های مورد مطالعه نتوانند داده ها را جمع آوری، تحلیل و به تصمیمات مؤثر تبدیل کنند. یافته ها همچنین بیانگر آن است که ضعف زیرساخت های فناوری، محدودیت مهم دیگری هستند. عدم به روزرسانی مستمر فناوری، سیستم های اطلاعاتی قدیمی و گزارشات نامطمئن

در مرحله بعد، مفاهیم استخراج شده بر اساس ماهیت به چند طبقه محوری دسته بندی شدند که عبارتند از ضعف مدیریتی و حکمرانی هوش تجاری، محدودیت های مالی و اقتصادی، ضعف بلوغ ساختاری و سازمانی و در نهایت ضعف زیرساخت های فناورانه و کیفیت داده ها. نتایج حاصل در جدول ۳ و شکل ۱ ارائه شده است.

مقوله "ضعف مدیریتی و حکمرانی هوش تجاری" بیانگر آن است که در تعاونی های تولیدی شهرستان کرمانشاه، دانش و عملکرد مدیران یکی از عوامل بازدارنده اصلی بهره گیری از هوش تجاری است. بسیاری از مدیران نسبت به اهمیت هوش تجاری کم توجه هستند و نبود انگیزه و احساس ضرورت در بین آنها مشاهده شد. به علاوه، ضعف آینده نگری در فرایند برنامه ریزی تعاونی ها موجب شده است که پروژه ها و اقدامات مرتبط با هوش تجاری به صورت جزیره ای و بدون یک چشم انداز منسجم اجرا شوند. این مقوله نشان می دهد که محدودیت های مدیریتی و رهبری، پیش نیازهای ضروری برای استفاده موفق از هوش تجاری را تحت تأثیر قرار می دهند و بدون

باعث شده‌اند که داده‌های جمع‌آوری شده قابل اعتماد و تحلیل پذیر نباشند. این مقوله حاکی از آن است که تعاونی‌های تولیدی شهرستان کرمانشاه از هوش تجاری می‌شود. ضعف زیرساخت‌های فناوری، مانع بهره‌برداری مؤثر

جدول ۳- مقوله‌های حاصل از تحلیل مفاهیم استخراج شده (کدگذاری محوری)

مقوله‌های محوری	مفاهیم (مقوله‌های اولیه)	جمع ارجاعات
Axial Categories	Concepts (Primary Categories)	Total References
	کم توجهی و ضعف دانش مدیران تعاونی‌ها درباره استلزامات بکارگیری هوش تجاری	
ضعف مدیریتی و حکمرانی هوش تجاری	Managers' lack of awareness and insufficient knowledge of the requirements for implementing business intelligence in cooperatives	55
	ضعف عملکردی مدیران عامل در بهره‌گیری از هوش تجاری	
Managerial and business intelligence governance weaknesses	Ineffective performance of CEOs in the utilization of business intelligence	
	ضعف آینده‌نگری در فرایند برنامه‌ریزی تعاونی‌ها	
	Lack of foresight in the planning process of cooperatives	
	فقدان تخصص‌گرایی و شایسته‌گزینی نیروی انسانی در تعاونی‌ها	
	Lack of specialization and merit-based selection of human resources in cooperatives	
	ضعف بودجه‌بندی برای بهره‌گیری از هوش تجاری	
محدودیت‌های مالی و اقتصادی	Weak budgeting for the utilization of business intelligence	49
Financial and Economic Constraints	روزآمد نبودن داده‌ها و گزارش‌های مالی و حسابداری در تعاونی‌ها	
	The lack of up-to-date financial and accounting data and reporting in cooperatives	
	ساختار سازمانی سنتی در تعاونی‌ها	
	Traditional organizational structure in cooperatives	
	ضعف تعاملات و اشتراک دانش و مهارت هوش تجاری در تعاونی‌ها	
ضعف بلوغ ساختاری و سازمانی	Weak interaction and knowledge and business intelligence skill sharing in cooperatives	34
Low levels of structural and organizational maturity	نقص زنجیره تولید و عرضه در تعاونی‌ها به عنوان پیش‌نیاز هوش تجاری	
	Deficiencies in the production and supply chain in cooperatives as a prerequisite for business intelligence	
	فقدان فناوری‌های روزآمد جهت آمادگی تعاونی‌ها در کاربست هوش تجاری	
ضعف زیرساخت‌های فناوری	Lack of up-to-date technologies for enabling cooperatives to adopt business intelligence	15
Inadequate technological infrastructure		



شکل ۱- بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه

Figure 1. Barriers to the Utilization of Business Intelligence in Agricultural Production Cooperatives in Kermanshah County

نتایج و بحث

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که بازدارنده‌های بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه ماهیتی چندبعدی دارند. تحلیل عمیق داده‌ها نشان می‌دهد که ریشه بسیاری از این موانع می‌تواند در ضعف حکمرانی سازمانی و نبود بلوغ مدیریتی نهفته باشد. به طوری نخستین و محوری‌ترین یافته پژوهش، ضعف مدیریتی و حکمرانی هوش تجاری بود. کم‌توجهی و ضعف دانش مدیران درباره استلزامات بکارگیری هوش تجاری، ضعف آینده‌نگری و نبود شایسته‌گزینی نشان می‌دهد که مسئله اصلی نه «نبود ابزار»، بلکه «نبود نگرش راهبردی» است. زمانی که مدیران هوش تجاری را به‌عنوان یک مزیت رقابتی درک نکنند، طبیعی است که نه منابعی به آن تخصیص دهند و نه سازوکار اجرایی مشخصی برای آن تعریف کنند. این وضعیت را می‌توان در چارچوب نظریه بلوغ دیجیتال تبیین کرد؛ بر اساس این رویکرد، سازمان‌ها پیش از پذیرش فناوری‌های تحلیلی باید به سطحی از آمادگی شناختی، فرهنگی و راهبردی دست یابند. در تعاونی‌های مورد مطالعه، غلبه نگاه کوتاه‌مدت و تمرکز بر مسائل روزمره، مانع شکل‌گیری چنین بلوغی شده است. از این رو، یافته پژوهش نشان می‌دهد که تحول داده‌محور در این تعاونی‌ها بیش از آنکه پروژه‌ای فناورانه باشد، پروژه‌ای مدیریتی و فرهنگی است. ساین (۲۰۱۵) نیز در مطالعه‌ای اشاره کرد که پذیرش و استفاده از فناوری‌های جدید، شامل هوش تجاری، ممکن است با مقاومت کارکنان و مدیران مواجه شود این وضعیت با فقدان شایسته‌گزینی و استخدام افراد غیرمتخصص تشدید می‌شود (۲۶). فریتاس و فترنر

(۲۰۱۱) نیز به عدم مدیریت مؤثر تغییرات و ناهماهنگی بین فرآیندهای جدید و موجود در بکارگیری هوش تجاری در سازمان‌ها اشاره کرده اند (۳۰).

دومین بعد، محدودیت‌های مالی و اقتصادی بود که در قلب روزآمدنبودن داده‌ها و گزارش‌های مالی و ضعف بودجه‌بندی در بهره‌گیری از هوش تجاری بروز یافت. با این حال، تحلیل نتایج نشان می‌دهد این مسئله صرفاً کمبود منابع نیست، بلکه بازتابی از ضعف شفافیت و نظام‌های کنترلی است. بنابراین، مانع اقتصادی شناسایی شده در این پژوهش، با بعد مدیریتی پیوندی ساختاری دارد و نشان‌دهنده یک چرخه بازدارنده است که از ضعف حکمرانی آغاز و به رکود فناوری منتهی می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش ژنگ و خالد (۲۰۲۲) همسو می‌باشد (۳۷). سیف‌اللهی و همکاران (۱۴۰۴) نیز در مطالعه خود بیان داشتند که ناتوانی تعاونی‌ها در تشکیل سرمایه و تأمین مالی پایدار، یکی از موانع اساسی تحقق نوآوری و خلق ارزش از سوی این تشکلات به شمار می‌رود (۳۳).

سومین عامل بازدارنده، ضعف بلوغ ساختاری و سازمانی بود. ساختار سنتی، ضعف تعاملات و اشتراک دانش و مهارت هوش تجاری و نبود زنجیره منسجم تولید و عرضه نشان می‌دهد که بستر سازمانی لازم برای بهره‌برداری از داده‌ها شکل نگرفته است. در ادبیات یادگیری سازمانی تأکید می‌شود که فناوری زمانی اثربخش است که در بستر یک سازمان یادگیرنده و شبکه‌ای به کار گرفته شود. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد تعاونی‌های مورد مطالعه هنوز در مرحله‌ای قرار دارند که داده‌ها به‌صورت پراکنده و جزیره‌ای تولید می‌شوند و سازوکار رسمی برای تبدیل

آن‌ها به دانش سازمانی وجود ندارد. در نتیجه، حتی در صورت استقرار نرم‌افزارهای هوش تجاری، نبود هماهنگی ساختاری و جریان منسجم اطلاعات در زنجیره ارزش، کارایی این سیستم‌ها را محدود

خواهد کرد. نتایج پژوهش آلدرلپا و همکاران (۲۰۲۵) نیز نشان داد که بلوغ سازمانی و آمادگی سازمان یکی از عوامل اصلی مؤثر بر موفقیت هوش تجاری است و تأکید می‌کنند که بدون وجود ساختار سازمانی مناسب، بکارگیری هوش تجاری در عمل امکان‌پذیر نخواهد بود (۱۶).

چهارمین بعد، ضعف زیرساخت‌های فناوری بود. داده‌های ناقص، ثبت‌های دستی، نرم‌افزارهای قدیمی و نبود سازوکار اعتبارسنجی اطلاعات، موجب کاهش اعتماد به گزارش‌های تحلیلی شده است. در نظریه‌های پذیرش فناوری، «اعتماد به سیستم» یکی از پیش‌نیازهای اصلی استفاده مستمر از آن است. زمانی که مدیران خروجی‌های تحلیلی را نامطمئن بدانند، گرایش آن‌ها به بازگشت به روش‌های سنتی تصمیم‌گیری افزایش می‌یابد. بنابراین، کیفیت پایین داده نه تنها یک مانع فنی، بلکه یک مانع رفتاری و ادراکی نیز محسوب می‌شود. این یافته، با نتایج تحقیقات اخیر در ادبیات موجود همسو است. به طوری که قطاونه (۲۰۲۴) در مطالعه خود نشان داد که ناکافی بودن آمادگی فناوری، شامل محدودیت زیرساخت‌ها، به طور معناداری پذیرش هوش تجاری را کاهش می‌دهد و مانع استفاده مؤثر از آن در سازمان‌ها می‌شود (۳۴). آذری و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای بیان داشتند که از مهم‌ترین عوامل بازدارنده هوش تجاری می‌توان به ضعف در برنامه‌ریزی صحیح و دقیق، عدم حمایت سازمان، عدم کیفیت داده‌های منبع و طراحی انبار داده، داده‌های پراکنده و فاقد استاندارد و فقدان تخصص و آموزش اشاره کرد (۲۴). لرهلت و ون لاری (۲۰۱۹) نیز بیان کردند یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، کیفیت داده‌های مورد استفاده در هوش تجاری است. داده‌های ناقص، نادرست یا نامعتبر می‌توانند به تصمیمات نادرست منجر شوند. عدم تطابق داده‌ها از منابع مختلف و عدم یکپارچگی

داده‌ها نیز مشکلاتی در تجزیه و تحلیل ایجاد می‌کند (۲۵).

در یک جمع بندی کلی، بر اساس نتایج این پژوهش کیفی می‌توان گفت که بازدارنده‌های شناسایی شده به صورت زنجیره‌ای با هم ارتباط دارند؛ بدین ترتیب که ضعف مدیریتی منجر به عدم تخصیص منابع می‌شود؛ کمبود منابع، نوسازی زیرساخت را محدود می‌کند؛ زیرساخت ناکارآمد کیفیت داده را کاهش می‌دهد؛ و کیفیت پایین داده بی‌اعتمادی مدیریتی را تشدید می‌کند. سهم نظری این پژوهش در آن است که نشان می‌دهد در تعاونی‌های کشاورزی، موانع بهره‌گیری از هوش تجاری بیش از آنکه فناورانه باشند، نهادی و حکمرانی محور هستند و باید در چارچوب یک مدل چندسطحی تحلیل شوند، ضمن اینکه جمع فراوانی ارجاعات نیز در جدول ۳ مؤید این ادعاست. با وجود این دستاوردها، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز مواجه بوده است. تمرکز مطالعه بر یک شهرستان، امکان تعمیم مستقیم نتایج به سایر مناطق را محدود می‌سازد. همچنین ماهیت کیفی داده‌ها ممکن است تحت تأثیر برداشت‌ها و تجربیات شخصی مشارکت‌کنندگان قرار گرفته باشد. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده با بهره‌گیری از روش‌های کمی، مدل مفهومی استخراج‌شده در این مطالعه را در مقیاس گسترده‌تر آزمون کرده و روابط علی میان ابعاد شناسایی شده را بررسی نمایند. علاوه بر این، مطالعه تطبیقی میان تعاونی‌هایی که در مسیر تحول و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین موفق بوده‌اند با تعاونی‌های کمتر موفق، می‌تواند به تبیین دقیق‌تر عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده کمک کند.

به منظور بهره‌گیری از هوش تجاری در تعاونی‌های تولیدی کشاورزی شهرستان کرمانشاه با توجه به هریک از عوامل بازدارنده می‌توان پیشنهادهای اجرایی به شرح زیر ارائه نمود:

- برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی مستمر برای مدیران و اعضای هیئت‌مدیره با تمرکز بر تصمیم‌گیری داده‌محور و کاربردهای هوش تجاری در مدیریت تعاونی‌ها.
- استقرار نظام شایسته‌گزینی در انتخاب مدیران تعاونی‌ها با تأکید بر برخورداری از دانش فناوری اطلاعات، تولنایی تحلیل اطلاعات و آشنایی با مدیریت نوآوری.
- اختصاص بخشی از اعتبارات و تسهیلات حمایتی بخش تعاون به توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی و اجرای پروژه‌های مرتبط با هوش تجاری در تعاونی‌ها.
- تقویت فرهنگ اشتراک دانش و اطلاعات از طریق برگزاری نشست‌های منظم و ایجاد سازوکارهای تبادل اطلاعات میان مدیران و اعضای تعاونی.
- بهبود مدیریت زنجیره تأمین از طریق کاهش ضایعات، پایش جریان تولید و توزیع و بهره‌گیری از اطلاعات برای شناسایی فرصت‌های کاهش هزینه و افزایش بهره‌وری.
- تجهیز تدریجی تعاونی‌ها به نرم‌افزارها و سامانه‌های اطلاعاتی متناسب با نیازهای مدیریتی و توان مالی آن‌ها.

تشکر و قدردانی

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت

مقالات را انجام دادند تشکر و قدردانی می‌نمایند.

مشارکت نویسندگان

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های پژوهش سهم برابر داشتند.

داده‌ها، اطلاعات و دسترسی

مقاله مستخرج از پایان نامه کارشناسی ارشد نویسنده اول در گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی است. داده‌های پژوهش از طریق اجرای پژوهش مربوط به این پایان‌نامه گردآوری شده‌اند و در صورت درخواست موجه، از طریق نویسنده مسئول قابل دسترسی هستند.

اصول اخلاقی

نویسندگان تأیید می‌کنند که تمامی اصول اخلاقی پژوهش در مراحل طراحی، اجرا، تحلیل و انتشار نتایج رعایت شده است و همه نویسندگان مسئولیت محتوای مقاله را پذیرفته و با انتشار آن موافق هستند.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌کنند که هیچ‌گونه تعارض منافی در ارتباط با پژوهش، نگارش و انتشار این مقاله وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش هیچ‌گونه حمایت مالی از سازمان‌ها، نهادها یا مؤسسات دولتی و خصوصی دریافت نکرده است و مقاله حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد است.

منابع

1. Danaeifard, J and Aligholi, M. 2022. The Role of Key Components of Business Intelligence in the Decision-Making Style of Managers of Organizations in the Islamic Republic of Iran. Islamic lifestyle with a focus on health, 6(2), 427-445. (in Persian).
2. Ateş, S., Coşkunb, A., and Şahin, A. 2016. Impact of Financial Literacy on the Behavioral Biases of Individual Stock Investors: Evidence from Bursa Istanbul. Business and Economics Research Journal, 7(3), 1-19.
3. Pavkov, S., Pošćić, P., and Jakšić, D. 2016. Business Intelligence Systems Yesterday. Today and Tomorrow an Overview. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 4(1): 97-108.
4. Armstrong, M., and Taylor, S. 2020. Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice (15th ed.). London: Kogan Page.
5. Piran, F., Shahraki, A., & Banihashemi, S. A. 2022. The Effect of Social Capital and Collective Knowledge on Business Intelligence and Organizational Agility: The Case Study of Melli Bank Branches of Zahedan City. Social Capital Management, 9(3), 359-380. (in Persian).
6. Kowalczyk, M., and Buxmann, P. 2015. An Ambidextrous Perspective On Business Intelligence and Analytics Support in Decision Processes: Insights from A Multiple Case Study, Decision Support Systems, 80(5), Pages 1-13.
7. Birchall, J. 2022. A 'member-owned business' approach to the classification of co-operatives mutuals. Journal of Co-operative Studies, 55(1), 148-161.
8. Kara, M., Çendek, S. Y., and Öрки, A. 2020. Applications and suggestions for increasing the foreign trade performances of agricultural cooperatives: The case of Thrace. Economy & Business, 14, 35-45.
9. Ciruela-Lorenzo, A. M., Del-Aguila-Obra, A. R., Padilla-Meléndez, A., and Plaza-Angulo, J. J. 2020. Digitalization of agri-cooperatives in the smart agriculture context. proposal of a digital diagnosis tool. Sustainability, 12(4), 1325.
10. Elliott, M., Elliott, L., and Sluis, E. V. D. 2018. A predictive analytics understanding of cooperative membership heterogeneity and sustainability. Sustainability, 10(6), 2048.
11. Özalp, A., and Yilmaz, İ. 2020. Evaluation of the Problems of Milk Collecting Agricultural Cooperatives in the West Mediterranean Region of Turkey. International Journal of Agriculture Forestry and Life Sciences, 4(2), 311- 314.

12. Olfati, J. Rangriz, H. Ahmadi, K. and Rezaei, B. 2021. Designing and explaining the development model of agricultural cooperative companies with the grounded data approach (Case Study: social welfare and cooperative ministry), *Co-Operation and Agriculture Magazine*, 10(37), 98-130. (in Persian).
13. Noori, S, Roosta, K and Naderi, N. 2020. Components of Entrepreneurial Behavior Development in Agricultural Cooperatives in Kermanshah Province: Application of Grounded Theory. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 16(2), 205-221. (in Persian).
14. Sharda, R., Delen, D., and Turban, E. 2025. Business intelligence, analytics, and data science: A managerial perspective, Bookman Editora.
15. Alsibhawi, I. A. A., Yahaya, J. B., and Mohamed, H. B. 2023. Business Intelligence Adoption for Small and Medium Enterprises Conceptual Framework. *Applied Sciences*, 13(7), 4121.
16. Al-Daraba, K., Al-shami, S. A., Rashid, N., and Qureshi, M. I. 2025. Systematic review of factors influencing adoption of business intelligence systems. *Discover Sustainability*, 6(1), 936.
17. Azmi, N. F., Abd Rashid, A., and Hanif, A. 2024. A systematic review of behavioral intentions influencing data analytics adoption among Malaysian crop farmers. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(11), 1317-1325.
18. Alibaygi, A. and Monavvarifard, F. 2024. A model for the development of value co-creation in cooperatives of off-season products in Kermanshah Province. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 11(2), 36-53. (in Persian).
19. Kermanshah Provincial General Directorate of Cooperatives, Labour and Social Welfare. 2024. Statistical Report of Agricultural Production Cooperatives. Kermanshah, Iran. (in Persian).
20. Tamjid Pamchelo, A. R., Khakpour, M., & Kiani, K. 2022. Analyzing the Impact of Business Intelligence Capacity, Network Learning, and Innovation on the Performance of Startups. *Journal of Executive Management*, 14(27), 257-275. (in Persian).
21. Goshal, S., and Kim, S. 2000. Building effective intelligence systems for competitive advantage. *Sloan Management Review*, 28(1), 49.
22. Soltani, Z., Zareie, B., Rajabiun, L. and Agha Mohseni Fashami, A. 2020. The effect of knowledge management, e-learning systems and organizational learning on organizational intelligence. *Kybernetes*, 49(10), 2455-2474.
23. Khan, A. M. A., Amin, N., and Lambrou, N. 2011. Drivers and barriers to business intelligence adoption: A case of Pakistan. In *Proceedings of the European and Mediterranean Conference on Information Systems (EMCIS2010)*, Abu Dhabi, UAE. 1-23.
24. Azeri, A., Shokouh Yari, S., and Tulayi, R. 2015. Evaluating the Challenges of Implementing Intelligent Business Management Devices in the Organization (Case Study: Telecommunication Company). *International Conference on New Challenges in Management*, Ardabil, Iran.
25. Lennerholt, C., and van Laere, J. 2019. Data access and data quality challenges of self-service business intelligence. In *27th European Conference on Information Systems (ECIS)*, Stockholm & Uppsala, Sweden, June 8-14, 2019. Association for Information Systems.
26. Singh, K. (2015). The study of key factors resistance to change when adoption of new technologies in the companies. Bangkok University. 86.
27. Zheng, J., and Khalid, H. 2022. The adoption of enterprise resource planning and business intelligence systems in small and medium enterprises: A conceptual framework. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022(1), ۳۸-۵۳.
28. Caserio, C., Trucco, S., Caserio, C., and Trucco, S. 2018. Business intelligence systems. *Enterprise Resource Planning and Business Intelligence Systems for Information Quality: An Empirical Analysis in the Italian Setting*, 43-73.
29. Beleuta, V. 2017. Data privacy and security in Business Intelligence and Analytics (Master's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya).

30. Fetzner, M. A. D. M., and Freitas, H. 2011. Business Intelligence (BI) implementation from the perspective of individual change. *JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management*, 8, 25-50.
31. Sangar, A. B., and Iahad, N. B. A. 2013. Critical factors that affect the success of business intelligence systems (BIS) implementation in an organization. *intelligence*, 12(2), 14-16.
32. Bazargan Herandi, A. 2022. *An Introduction to Qualitative and Mixed Research Methods: Common Approaches in Behavioral Sciences* (2nd ed.). Didar Publications. 470 p. (in Persian).
33. Seifollahi, N., Abdollahzadeh, G. and Sharifzadeh, M. S. 2025. Determinants of Cooperative Members' Participation in Crowdfunding. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*, 12(2), 63-84. (in Persian).
34. Qatawneh, N. 2024. Empirical insights into business intelligence adoption and decision-making performance during the digital transformation era: Extending the TOE model in the Jordanian banking sector. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(4), 100401.