



سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی مدیریت و حسابداری ایران

The third National and International Conference of  
Management and Accounting Iran



## بررسی ضرورت استقرار هوش تجاری در سازمان ها

سمیه قربانیان\*، اعظم عندلیب

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، مهندسی فناوری اطلاعات، موسسه آموزش عالی مهرآستان، گیلان، ایران

۲- عضو هیئت علمی گروه مهندسی کامپیوتر، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، گیلان

Ghorbaniyan11@yahoo.com

Azam.andalib@gmail.com

### چکیده

امروزه با توجه به حجم بالای داده‌ها و پردازش و مدیریت آن‌ها، حجم کاری سازمان‌ها بالا رفته و باعث از دست رفتن زمان و انرژی زیادی می‌شود. با رشد فناوری اطلاعات و به دست آمدن تجربه در حوزه‌های مختلف مساله معنا دادن به داده‌ها و آسان شدن فرایند تصمیم‌گیری جزء دغدغه‌های سازمان‌ها می‌باشد.

هوش تجاری به عنوان یک راهکار جدید و صحیح باعث حل بسیاری از مسائلی خواهد شد که سازمان‌ها امروز با آن درگیر هستند. هوش تجاری به عنوان یک راهکار مناسب به کمک سازمان‌ها می‌آید تا در سریع‌ترین زمان داده‌ها را به صورت یکپارچه مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. هوش تجاری با جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، تجمیع، تحلیل و بازیابی اطلاعات فرآیند کاری، تصمیم‌گیری را برای مدیران آسان‌تر خواهد نمود.

در این مقاله ابتدا به معرفی هوش تجاری و مزایای آن پرداخته می‌شود و اهداف آن مطرح می‌شود سپس به بررسی ضرورت هوش تجاری در سازمان‌ها پرداخته می‌شود و چالش‌های هوش تجاری هم مطرح خواهد شد.

هوش تجاری سبب تصمیم‌گیری‌های بهتر در سازمان، درک بهتر نیازهای مشتریان، رویارویی بهتر با چالش‌ها و مدیریت بهتر شده که در نتیجه باعث عملکرد بهتر سازمان خواهد گردید.

**واژه‌های کلیدی:** هوش تجاری، مولفه‌های هوش تجاری، ضرورت هوش تجاری، تصمیم‌گیری، کسب‌وکار.