

عنوان مقاله:

هوش تجاری کاربردها، مزایا و چالش ها

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی تحقیقات کاربردی در مهندسی برق، مکانیک، کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سینا جلالی - دانشگاه خیام،

محمدرضا جعفری - دانشگاه خیام،

خلاصه مقاله:

هوش تجاری یا هوشمندی کسب و کار، به فرآیند تبدیل داده های خام به اطلاعات تجاری و مدیریتی گفته می شود که به مدیران سازمان کمک می کند تا تصمیمات خود را سریعتر و بهتر اتخاذ کنند و بر اساس اطلاعات صحیح، عملکرد درست و سنجیده ای از خود نشان دهند. هوش تجاری اولین بار در دهه 90 میلادی در دانشگاه استنفورد با مطالعه 164 سازمان در کشورهای گوناگون و ارتباط آن با عملکرد سازمان ها معرفی شد. بسیاری از شرکت ها و سازمان ها برای حضور در رقابت بازار از هوش تجاری استفاده می کنند که بتوانند در تصمیم گیری ها و تغییرات، هزینه ها و ریسک های موجود را استخراج کرده و آن ها را مورد تحلیل قرار دهند. در این پژوهش به ابعاد مختلف هوش تجاری، تعیین تاثیر عوامل سازمانی، عوامل فنی و فرایندی در اجرای موفق هوش تجاری و مزایا و چالش ها می پردازیم.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، هوشمندی کسب و کار، تصمیم سازی، عوامل سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/870713>

