



ادغام هوش تجاری با تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ و

مدل سازی پیش‌بینی کننده

صادقی، مریم sadeghi_maryam_it@shu.iaun.ac.ir

نادری دهکردی، محمد naderi@iaun.ac.ir

برکتین، بهرنگ behrang_barekatin@iaun.ac.ir

خانی، ناصر naserkhani@phu.iaun.ac.ir

در چشم‌انداز کسب‌وکار معاصر، تکثیر داده‌های بزرگ، انقلابی در نحوه جمع‌آوری، پردازش و استفاده سازمان‌ها از اطلاعات برای تصمیم‌گیری استراتژیک ایجاد کرده است. این مطالعه مروری جامع از نقش در حال تحول هوش تجاری در بهره‌برداری از پتانسیل داده‌های بزرگ و تأثیر متعاقب آن بر کسب مزیت رقابتی ارائه می‌کند. این بررسی به ابزارهای تحلیلی می‌پردازد که برای رسیدگی به حجم وسیعی از داده‌های تولید شده در عصر دیجیتال به وجود آمده‌اند. از گزارش‌دهی و پرسش‌های سنتی گرفته تا تجزیه و تحلیل پیشرفته، یادگیری ماشین و مدل‌سازی پیش‌بینی‌کننده، اکنون سازمان‌ها گزینه‌های بی‌شماری برای استخراج بینش‌های ارزشمند از مخازن داده‌های خود دارند. این مطالعه کارایی، مقیاس‌پذیری و سازگاری این ابزارها را در زمینه داده‌های بزرگ بررسی می‌کند و بر نقش آن‌ها در تبدیل داده‌های خام به هوش عملی تأکید می‌کند. همچنین، این مطالعه به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه ادغام هوش تجاری و تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ به توسعه یک مزیت رقابتی برای مشاغل کمک می‌کند. توانایی به کارگیری بینش از منابع داده‌های متنوع، دیدی جامع از روند بازار، رفتار مصرف‌کننده و کارایی عملیاتی را برای سازمان‌ها فراهم می‌کند. این به نوبه خود، تصمیم‌گیرندگان را برای انتخاب آگاهانه و به موقع توانمند می‌کند و چابکی کلی سازمان و پاسخگویی به پویایی بازار را افزایش می‌دهد.