

Journal of Skill Sciences and Creativity

National University of Skill

Summer 2024, Vol. 1, No. 2, p. 85-104

Journal Homepage: <https://jssc.tvu.ac.ir/?lang=en>

doi: [10.48301/JSSC.2024.466439.1021](https://doi.org/10.48301/JSSC.2024.466439.1021)



Identifying Dimensions of Accountants' Business Intelligence Skills

Vajihe Baghersad^{1*} , Fatemeh Maleki Keteshast Abadan²

¹Department of Management, National University of Skills (NUS), Tehran, Iran.

²Department of Accounting, National University of Skills (NUS), Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Article Type:
Original Research

Received: 07.07.2024
Revised: 08.31.2024
Accepted: 09.09.2024

Keyword:
Accounting
Business Intelligence
Hybridization
Accountants' Skills
Business Intelligence Skills

***Corresponding Author:**
Vajihe Baghersad
Email: vbaghersad@tvu.ac.ir

ABSTRACT

In today's era, information sources and organizational data are the most important assets of companies and one of their key elements for making useful decisions to achieve efficiency and effectiveness. Organizations are seeking to make maximum use of these important and valuable data to create a dynamic and up-to-date environment to turn data into an important repository for the company's success. Therefore, one of the important tools for the management and efficiency of this information is business intelligence. Business intelligence skills are essential for the professional growth of accountants, but many accountants lack these skills. The purpose of this article was to identify the dimensions of business intelligence skills required by accountants. The research method used in this article was meta-combination. After reviewing the subject literature and extracting articles related to the soft skills approach of business intelligence in accounting based on meta-combination, an attempt was made to identify relevant articles in the period of 2000 to 2020, and in conclusion, the final model was formed. Communication skills, critical thinking skills, adaptability skills, problem-solving skills, operation control skills, decision usefulness skills, customer communication skills, competitive advantage skills, and profit-increasing skills were identified as a comprehensive guide for aspiring accountants.



©2024 the authors. Published by National University of Skill, Tehran, Iran. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

E-ISSN: 3060-6691

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Business intelligence (BI) is a critical tool for organizations seeking to manage and effectively leverage their valuable data. BI facilitates informed decision-making and provides a competitive edge by enabling access, integration, and analysis of data from multiple sources. Managers must be well-versed in BI skills to harness this valuable information effectively. It is a comprehensive strategy for strategic and operational decisions, enhancing competitiveness and organizational flexibility.

BI involves collecting essential insights from unstructured data and transforming them into actionable information. Its impact extends beyond productivity and decision-making; it also enhances understanding of market conditions. As an information analysis process, BI empowers businesses to expand their operations and develop effective information analysis methods. It plays a pivotal role in assessing value creation and profitability, with a focus on competitive advantages. Models derived from BI insights significantly influence strategic decision-making and shape a company's future.

Accountants play a crucial role in managing financial data and providing insights to management. In today's dynamic business environment, information has become a primary organizational asset. Accountants furnish essential information for economic decisions by managers, investors, and other stakeholders. However, a lack of BI skills can hinder decision-making efficiency. BI technology drives efficiency, accuracy, and strategic value in finance and accounting. It enables detailed analysis of financial data, uncovering trends and patterns. Key benefits include streamlined financial reporting, efficient budgeting, fraud detection, risk management, compliance, and audit readiness. BI is a game-changer in the world of finance and accounting software. This research aims to identify the essential BI skills accountants need. Given the critical role of information resources and organizational data in enhancing efficiency and effectiveness, a hybrid method was employed—reviewing literature from 2000 to 2020 and extracting relevant articles on the BI approach in accounting. By pinpointing necessary skills, we contribute to existing BI literature and shed light on accountants' career success. Addressing skill gaps can mitigate decision-making inefficiencies and drive better outcomes.

Methodology

This exploratory-inductive study analyzes past research on financial intelligence using metasynthesis and meta-combination methods. Metasynthesis examines the composition, damage, and shortcomings of past studies, while meta-combination combines existing studies to form a deep concept. The findings were extracted, rediscovered, and categorized to reach a similar issue. The results were then integrated into the coding method. A meta-composite study is a systematic approach to research in the field of financial crimes and fraud detection. It involves seven stages: setting the research question, reviewing texts and literature, selecting relevant articles, extracting research results and information, analyzing and integrating qualitative findings, and presenting and writing the findings. The process began with preliminary refinement of articles' titles and abstracts, followed by a systematic

review of relevant texts and literature using keywords between 2000 and 2023. The third stage involved removing five articles and examining the abstracts of forty articles. Special criteria were considered to select suitable articles, and the search results and information are summarized in Table No. 1. The fourth stage involved extracting research results and information from a table, including general information such as title, author name, year of publication, place of publication, and research method information. Key structures constituting the main concepts of the research were also extracted. The fifth stage involves analyzing and integrating qualitative findings by considering factors extracted from existing studies as identifiers. These identifiers were defined in a similar concept and classified in related articles to identify the main components of the research. The sixth stage involved quality control and extracting codes, examining and reviewing all stages closely. The seventh stage involved presenting and writing the findings, ensuring that the findings are presented and written effectively.

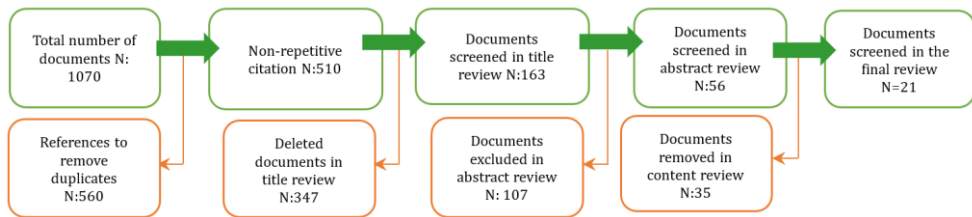


Figure 1. The process of selecting related articles in this research.

Results and discussion

After reviewing the articles, with open and central coding, the final model of the concept of Business Intelligence Skills of Accountants was formulated. Nine final dimensions related to the business intelligence skills of accountants were extracted, which included the following: communication skills, the ability to gain competitive advantage, customer communication skills, useful decision-making skills, operational control skills, problem-solving skills, adaptability skills, critical thinking skills, and the skill of increasing profit.



Figure 2. Dimensions of accountants' business intelligence skills.

Conclusion

Communication skills are essential for accountants to convey complex financial information to stakeholders clearly and concisely. Critical thinking skills are essential for accountants to analyze financial data and make informed decisions. Adaptability skills are important for accountants to adapt to changing business environments and new technologies. Problem-solving skills are very important for accountants to identify and solve financial problems. Operations control skills are essential for accountants to effectively manage financial operations. Decision usefulness skills are important for accountants to provide relevant and reliable financial information to stakeholders. Customer communication skills are essential for accountants to understand customer needs and provide appropriate financial solutions. Competitive advantage skills are essential for accountants to identify and use competitive advantages. Profit-enhancing skills are important for accountants to identify and implement strategies to increase profits.

As a result, business intelligence skills are essential for the professional growth of accountants. The nine business intelligence skills identified in this article can help accountants develop the necessary skills to succeed in their careers. By developing these skills, accountants can provide relevant and reliable financial information to stakeholders, identify and resolve financial issues, and implement strategies to increase profits. Organizations can also benefit from accountants with business intelligence skills, as they can help create a dynamic and up-to-date environment to turn data into a critical repository for company success.



شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری حسابداران

وجیه باقرصاد*¹، فاطمه ملکی کتشتت آبادان^۲

- ۱- گروه مدیریت، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران.
- ۲- گروه حسابداری، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران.

چکیده

اطلاعات مقاله

منابع اطلاعاتی و داده‌های سازمانی در عصر امروز، مهم‌ترین دارایی‌های شرکت‌ها و از عناصر کلیدی آنها برای تصمیم‌گیری‌های سودمند در راستای نیل به کارایی و اثربخشی روزافزون می‌باشند. امروزه سازمان‌ها در پی استفاده حداکثری از این داده‌های مهم و باارزش خود هستند و در تلاشند تا با ایجاد یک محیط پویا و به‌روز، داده‌ها را به مخزنی مهم برای موفقیت شرکت بدل کنند از این‌رو یکی از ابزارهای مهم برای مدیریت و کارایی این اطلاعات، هوش تجاری بیان شده است. مهارت‌های هوش تجاری برای رشد حرفه‌ای حسابداران، ضروری است اما بسیاری از حسابداران فاقد این مهارت‌ها هستند. هدف این مقاله، شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران است. روش تحقیق مورد استفاده در این مقاله، فراترکیب است. پس از بررسی ادبیات موضوع و استخراج مقالات مرتبط با هوش تجاری در حسابداری مبتنی بر فراترکیب تلاش شد در بازه زمانی سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ میلادی، مقالات مرتبط شناسایی و در خاتمه، مدل نهایی شکل گیرد. مهارت‌های ارتباطی، مهارت تفکر انتقادی، مهارت سازگاری، مهارت حل مسئله، مهارت کنترل عملیات مهارت سودمندی تصمیم، مهارت ارتباط با مشتری، مهارت کسب مزیت رقابتی، مهارت افزایش سود شناسایی شدند که می‌تواند راهنمای جامعی برای حسابداران مشتاق باشد.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۱۷

بازنگری مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۱۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۱۹

کلید واژگان:

حسابداری
فراترکیب
مهارت حسابداران
مهارت هوش تجاری
هوش تجاری

*نویسنده مسئول: وجیه باقرصاد

پست الکترونیکی:

vbaghersad@tvu.ac.ir



مقدمه

منابع اطلاعاتی و داده‌های سازمانی، مهم‌ترین دارایی شرکت‌ها و یکی از عناصر کلیدی آن‌ها برای تصمیم‌گیری مفید در زمینه دستیابی به کارایی و اثربخشی است. سازمان‌ها به دنبال استفاده حداکثری از این داده‌های مهم و باارزش هستند تا محیطی پویا و به‌روز ایجاد کنند تا داده‌ها را به یک مخزن مهم برای موفقیت شرکت تبدیل کنند. یکی از ابزارهای مهم برای مدیریت و کارایی این اطلاعات، هوش تجاری است. در چشم‌انداز کسب‌وکار مبتنی بر داده‌های امروزی، توانایی دسترسی، یکپارچه‌سازی و تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از منابع متعدد برای تصمیم‌گیری آگاهانه و کسب مزیت رقابتی، بسیار مهم است و هوش تجاری نقش کلیدی در این پیگیری ایفا می‌کند و سازمان‌ها را در تبدیل داده‌های خام به بینش‌های علمی قادر می‌سازد (دوگینی، ۲۰۲۳)^۱. با توجه به گستردگی حجم اطلاعات مالی و غیرمالی و به‌ویژه پیچیدگی‌های این اطلاعات، به ابزاری برای تجزیه‌وتحلیل دقیق این داده‌ها در راستای دستیابی بهتر به خط‌مشی و اهداف شرکت نیاز است و می‌توان اذعان کرد این خلأ می‌تواند با هوش تجاری جایگزین گردد، مدیران برای جدایی از سردرگمی در درک اطلاعات مفید خود، الزاماً باید با مهارت‌های هوش تجاری در یک سبکی کارا آشنا باشند، هوش تجاری توسط افراد به‌عنوان یک استراتژی تجاری تبیین می‌گردد که مجموعه جامع از خدمات را در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و عملیاتی به‌منظور افزایش رقابت‌پذیری شرکت ادغام می‌کند (دوکه و همکاران، ۲۰۲۲)^۲.

در واقع هوش تجاری به جمع‌آوری اطلاعات ضروری از طیف گسترده‌ای از داده‌های بدون ساختار کمک می‌کند و آن‌ها را به اطلاعاتی عملی تبدیل می‌کند (نیو و همکاران، ۲۰۲۱)^۳. درک داده‌های ساختارنیافته تأثیر مهمی بر بهبود بهره‌وری کسب‌وکار، تصمیم‌گیری بهتر، استخراج بینش، ایجاد محصول و خدمات جدید و درک شرایط بازار دارد (کوبینا و همکاران، ۲۰۱۵؛ یافوز و همکاران، ۲۰۲۰)^۴. از این‌رو هوش تجاری به‌عنوان فرایند تجزیه‌وتحلیل اطلاعات معرفی می‌گردد (تاورا رومرو و همکاران، ۲۰۲۱)^۵. تجزیه‌وتحلیل اطلاعات شامل پردازش داده‌های بزرگ و معماری‌های کامپیوتری و پیچیده و تلخیص آن به‌عنوان اطلاعات قابل‌فهم برای مدیران می‌باشد (خوشیخت و همکاران، ۲۰۲۰). افراد با به‌کارگیری هوش تجاری قادرند که مرز فعالیت‌های تجاری خود را گسترش دهند و با تحول تکنیک‌های اطلاعاتی روش‌های مناسب برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات فراهم کنند از این‌رو هوش تجاری با تجزیه اطلاعات در ارزش‌آفرینی و کسب سود هر شرکت با توجه به مزیت‌های رقابتی، نقش کلیدی دارد و می‌تواند در آینده تجاری یک شرکت تأثیری بلندمدت داشته باشد، از این‌رو کشف الگوهایی که قادر به ارائه تصمیمات سازمانی روشنگرایان است می‌تواند تأثیری شگرف بر تصمیم‌گیری استراتژیک سازمان ایفا کند (پرادزا و درملا، ۲۰۲۱)^۶. از آن‌جا که هوش تجاری، سرعت تصمیم‌گیری را تسهیل می‌کند و افزایش می‌دهد، به دنبال آن سرعت تصمیم‌گیری سبب افزایش عملکرد شرکت می‌شود و سرعت تصمیم‌گیری، رابطه علی بین هوش تجاری و عملکرد شرکت را واسطه می‌کند و در نهایت هوش تجاری به‌عنوان ابزاری برای افزایش سرعت تصمیم‌گیری معرفی می‌گردد (خادم و همکاران، ۲۰۲۱)^۷. در دنیای امروز هوش تجاری قادر است اطلاعات را از یک محیط آشفته، اسکن و جذب کند تا فرصت‌های موجود را شناسایی و در عین حال تهدیدات مرتبط با عدم قطعیت را به‌حداقل برساند (چنگ و همکاران، ۲۰۲۰)^۸. از این‌رو با کمک هوش تجاری، کارمند باید بتواند مسئولیت حوزه خود را بپذیرد و بتواند تصمیمات شرکت را درک کند و به کارمندان، شرح وظایفی از مسئولیتشان بدهد

1 Duggineni

2 Duque

3 Niu

4 Kubina; Yafooz

5 Tavera Romero

6 Paradza & Daramola

7 Khaddam

8 Cheng

(آزروئال و تیل، ۲۰۱۹)^۱. اکنون مهارت‌های هوش تجاری برای رشد حرفه‌ای حسابداران، ضروری است اما بسیاری از حسابداران فاقد این مهارت‌ها هستند. بنابراین، هدف از این مقاله، شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری مورد نیاز حسابداران است. شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری حسابداران برای موفقیت سازمان‌ها بسیار مهم است. توانایی تجزیه و تحلیل داده‌ها و استخراج بینش از آن برای تصمیم‌گیری آگاهانه ضروری است. حسابداران نقش مهمی در این فرایند دارند زیرا آنها مسئولیت مدیریت داده‌های مالی و ارائه بینش به مدیریت را دارند. با این حال، نداشتن مهارت‌های هوش تجاری در بین حسابداران می‌تواند مانع از تصمیم‌گیری و منجر به ناکارآمدی شود. بنابراین، شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری که توسط حسابداران مورد نیاز است، مهم است. در هزاره سوم، اطلاعات به ثروت‌های اصلی یک سازمان تبدیل شده است و بنگاه‌های تجاری برای کسب مزیت رقابتی به دنبال بهره‌گیری هرچه بیشتر از این ثروت‌ها در تصمیم‌گیری‌های خطیر خود در محیط پویای امروز هستند، با به‌کارگیری فناوری اطلاعات در تمامی ارکان کسب‌وکار و بهره‌گیری از سیستم‌های سازمانی، بستر مناسبی برای فعالیت‌های کسب‌وکار ایجاد و به‌مخزن نوین برای اطلاعات سازمانی تبدیل گشته است (مشیری تبری و همکاران، ۲۰۲۱). هدف اصلی حسابداری، فراهم کردن اطلاعاتی سودمند برای اتخاذ تصمیمات اقتصادی توسط مدیران، سرمایه‌گذاران و سایر استفاده‌کنندگان می‌باشد؛ از این رو حسابداران به‌عنوان گزارش‌کننده و واسط مالی بین شرکت و بازار سرمایه‌داری مسئولیت هستند (لاری دشت‌بیاض و همکاران، ۲۰۱۹).

چنانچه حسابدار، توانایی تهیه اطلاعات به‌موقع و سریع و شفاف را برای مدیران کسب و کار نداشته باشد، موفقیت سازمان‌ها در محیط رقابتی در معرض تهدید قرار خواهد گرفت از این رو برای مقابله با رقا و رشد استراتژی‌های بلندمدت باید تهیه اطلاعات حسابداری با تکنیک‌های هوش تجاری همسو شود، تا اطلاعات مالی به‌گونه‌ای به‌هنگام و دارای قابلیت اثربخشی تهیه گردد (هنمای رودپشتی و محمودی، ۲۰۱۰). در حرفه مالی، حسابداران و مدیران با معضلات بسیاری مواجه هستند و تعداد زیادی از این مسائل به ویژگی‌های شخصیتی خود افراد مربوط می‌شود. به همین علت طی سنوات گذشته همیشه بحث از هوش مالی بوده است اما اخیراً هوش مالی به‌صورت علمی بررسی شد (واقفی و فدائی، ۲۰۲۲). از آنجایی که محیط کسب‌وکار دائماً در حال تغییر است و فرایندهای کسب‌وکار در حال پیچیده‌تر شدن هستند از این رو درک جامع از پروسه‌های اساسی محیط سازمان برای مدیران، بسیار مشکل خواهد بود، از طرفی دیگر پدیده‌هایی همانند جهانی‌شدن مقررات، ترکیب و ادغام رقابت و نوآوری در فناوری، شرکت‌ها را به تجدیدنظر در رابطه با استراتژی‌های کسب‌وکار خود ترغیب می‌کنند، با این وجود می‌توان اذعان کرد که هوش تجاری روش بهبود عملکرد کسب‌وکارها از طریق ارائه کمک‌های مفید به تصمیم‌گیرندگان اجرایی است تا آنها را قادر سازد که به اطلاعات عملی دست یابند (سبک‌رو و همکاران، ۲۰۱۳). در دو دهه گذشته، نگرش سازمان‌ها به منابع انسانی به‌خصوص حسابداران به‌شدت تغییر یافته است. به‌طوری که حسابداران سازمان‌های حرفه‌ای به گردانندگان اصلی جریان کار و کمک‌کنندگان مالی سازمان تبدیل شده‌اند بنابراین نه‌تنها مدیران باید از مهارت‌های رهبری برخوردار باشند بلکه حسابداران نیز باید روش‌هایی را بیاموزند که به سمت خودراهبری پیش روند (حاجی‌پور شوشتری و صفاری‌آشتیانی، ۲۰۱۴). اصطلاح هوش تجاری را گوشال و کیم^۲ و هاوراد دسنر تحلیلگر گروه گارتنر در سال ۱۹۸۶ معرفی کردند (آزروئال و تیل، ۲۰۱۹). هوش تجاری، مجموعه‌ای از مهارت‌هایی است که با جمع‌آوری، ذخیره، تجزیه و تحلیل و ایجاد دسترسی مؤثر به داده‌ها در زمینه کسب‌وکار می‌تواند کمک‌هایی تأثیرگذار در حیطه انجام بهتر وظایف، اتخاذ تصمیمات به‌موقع بر مبنای سرعت نسبت به تورم، نوسانات نرخ ارز و قیمت بازار به سازمان‌ها دهد (علیخانی و همکاران، ۲۰۲۱؛ احسانی فر و دکامینی، ۲۰۲۲؛ شاه مرادی و همکاران، ۲۰۱۷).

تحقیقات نشان می‌دهد که کسانی که هوش مالی ندارند یا نمی‌توانند عملیات ساده حسابداری را اجرا کنند، رفتارهای خام و ناپخته‌ای دارند. به‌طور کلی ارتباط تأثیرگذاری بین هوش مالی و مدیریت مالی وجود دارد؛ افرادی که سطح

¹ Azeroual & Theel

² Ghoshal And Kim

مهارت‌های مدیریت مالی آن‌ها در سطح مطلوبی قرار ندارد، بدیهی است که پایین‌ترین سطح تحمل ریسک مالی را از خود نشان می‌دهند که این برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و کارایی یک سازمان، عامل مخرب محسوب می‌گردد (واقفی و فدائی، ۲۰۲۲). افراد دارای هوش تجاری قادر هستند تا داده‌ها را از منابع مختلف و با بهره‌گیری از داشبوردهای مناسب گردآوری و ذخیره کنند (علیخانی و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع زمانی که هوش مالی یک حسابدار رشد کند به رشد و توسعه مالی آن مؤسسه نیز بهبود می‌بخشد و با این رویه، مدیران، ثروتمندتر می‌شوند و در مقابل آن اگر به دنبال حل مشکلات مالی نباشند روزبه‌روز به افول سازمان نزدیک‌تر می‌شویم (واقفی و فدائی، ۲۰۲۲).

هوش مالی همان دانش و مهارت درست و استفاده از اصول مالی و حسابداری در دنیای کسب‌وکار است که معضلات سازمان را حل می‌کند (صدیقیان و همکاران، ۲۰۲۲). با توجه به گستردگی و پیچیدگی‌های مالی، تصمیم‌گیری، امری مهم و یک هنر تجاری محسوب می‌گردد که در مقابل آن، هوش تجاری حسابداران می‌تواند به‌طور اساسی به مدیران کمک کند تا با ارائه اطلاعات دقیق به‌موقع و قابل‌درک، بهترین تصمیم‌گیری‌ها را برای سودآوری اتخاذ کنند (رهنمای رودپشتی و محمودی، ۲۰۱۰). از این‌رو هوشمندی حسابداران به مدیران برای ارائه پاسخ به روند تغییرات محیطی کمک می‌کند و این امکان را به سازمان می‌دهد تا ثبات و پایداری بیشتری داشته باشند و فرایند تصمیم‌گیری مبتنی بر اطلاعات را جایگزین قضاوت شهودی و تصمیم‌گیری مبتنی بر حدس و گمان کنند (لرستانی فارسان، ۲۰۲۰).

یکی از پروسه‌های کلی در هوش مالی، توسعه و حفظ روابط سودآور مشتری از طریق ارائه ارزش و رضایت مشتریان می‌باشد. مدیریت ارتباط با مشتریان یا CRM یکی از مهم‌ترین مهارت‌ها و از استراتژی‌های یک کسب‌وکار محسوب می‌شود. این اهم بر ایجاد و مدیریت و گسترش روابط بین یک شرکت با مشتریانش تمرکز دارد و یکی از مهم‌ترین مفروضات اصلی آن ایجاد روابط بلندمدت با مشتریان سودآور است که موفقیت کسب‌وکار را افزایش می‌دهد (علیخانی و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع محیط کسب‌وکار امروزه مستلزم نوعی پاسخگویی است که بتواند به یک آگاهی بهنگام و دقیق در شرایط بازرگانی دست یابد (لرستانی فارسان، ۲۰۲۰). اکنون یکی از عوامل سودمند برای سازمان‌هایی که متمرکز بر مشتری هستند، هوش تجاری است، در واقع BIA^۱ به همراه CRM^۲ سودمند است. زیرا باعث بهبود استراتژی تجاری و عملکرد سازمانی می‌گردد. اهمیت مهارت‌های ارتباطی در حسابداری برای بسیاری شناخته شده است. طبق بیانیه اساسی حسابداری انجمن حسابداری آمریکا^۳ ارتباطات یک پیوند حیاتی در فعالیت‌های حسابداری محسوب می‌شود و اهمیت آن کمتر از توسعه اطلاعات برای سودمندی نیست (کریستنسن و ریس، ۲۰۰۲)^۴.

همچنین هوش تجاری به بانک کمک می‌کند تا به‌عنوان یک کاتالیزور مثبت، بینش‌های بهتری نسبت به فناوری‌های گزارش کلاسیک کسب کند و تجزیه و تحلیل داده‌های دقیق‌تری ارائه دهند (احسانی فر و دکامینی، ۲۰۲۲). هوش تجاری نه‌تنها نیاز به یکپارچه‌سازی اطلاعات مشتریان در سراسر بانک را بهبود می‌بخشد بلکه کارایی و بهبود خدمات مشتریان را نیز به دنبال دارد و عاملی مؤثر برای عملکرد بانک در کسب استراتژی‌های بازاریابی، ترویج خدمات، مدیریت ریسک، جذب و حفظ مشتریان می‌باشد (محمدخان کیارش و رحیمیان، ۲۰۲۳).

اکنون برای بسط هوش تجاری باید بر پارامترهای آن تأکید کرد منظور از پارامترهای اصلی در هوش تجاری، همان اتخاذ تصمیماتی با قابلیت اتکای بالا می‌باشد، این پارامترها در یک تقسیم‌بندی کلی شامل: مشتریان، شرکا، محیط اقتصادی و فرایند داخلی می‌باشد؛ در وهله اول باید اذعان کرد که بدون حضور مشتریان، نابودی یک کسب‌وکار حتمی است. یک تجارت کارا پیوسته در پی فروش خدمات و محصولاتش می‌باشد، در این میان، هوش تجاری به حسابدار کمک می‌کند تا مشتری‌های سازمان را بهتر بشناسد و به آنها کمک کند تا سازمان را با خواسته‌های مشتریان تطبیق

^۱ هوش مالی

^۲ Customer Relationship Management

^۳ American Institute of Certified Public Accountants

^۴ Christensen & Rees

دهند، در واقع هوش تجاری، داده‌های جمع‌آوری شده از مشتریان در سطح بازار را به کار می‌گیرد (حدود و سلامه، ۲۰۲۰).^۱

علاوه بر تأمین رضایت مشتریان سازمان، در وهله دوم یک حسابدار با هوش تجاری باید بکوشد تا با رقبایی که به‌طور دائم سعی دارند مشتریان سازمان را از آن خود کنند، یک رقابت مؤثر داشته باشند. حسابداران امروزی باید به‌طور دائم رقبایشان را ارزیابی کنند و تصمیمات استراتژیک اتخاذ کنند، در واقع هوش تجاری قادر است به شرکت‌ها در تعیین استراتژی‌هایی که رقیب برای دراختیار گرفتن مشتریان به کار می‌گیرند، کمک قابل توجهی کند (ژنگ و همکاران، ۲۰۱۲).^۲ در مرتبه بعدی باید اشاره داشت که ذات هر تجارت شراکت است. اطمینان از اینکه همکاری شرکا با تجارت سازمان مورد نظر در توازن خوبی است، نکته بسیار مهمی می‌باشد (کوادروس و همکاران، ۲۰۱۴).^۳ همچنین زمانی که داده‌های بزرگ توسط یک مدل یکپارچه هوش تجاری با تمرکز بر تصمیم‌گیری خودکار به‌عنوان نماینده‌ای برای توسعه روش‌های سرمایه‌گذاری هوشمندتر تجزیه و تحلیل می‌شوند، به افراد و شرکت کمک می‌کند تا درک عمیق‌تری از روند اقتصادی دولتی داشته باشند و بتوانند در زمینه سودآوری به ثبات بیشتری برسند. بدون هوش تجاری سازمان نمی‌تواند تجزیه و تحلیل سودمندی از نشانه‌های کلیدی-اقتصادی، نظیر: نظرات مصرف‌کنندگان، تورم، بیکاری، فراز و نشیب‌های اقتصادی، به‌منظور تغییر استراتژی به‌گونه‌ای سودمند و قابل تعمیم با محیط اقتصادی فعلی را بدهد (دومیترو-الکساندرو، ۲۰۱۶).^۴ علاوه بر این به‌عنوان آخرین پارامتر، سازمان‌ها برای موفقیت در تجارت خود الزاماً باید نقاط قوت و ضعف فعالیت‌های روزانه خود را شناسایی کنند و باید با دقت بررسی کنند که در هر لحظه سازمان چقدر سوددهی دارد و به چه میزان بدهی متحمل شده است (سبکرو و همکاران، ۲۰۱۳).^۵

هوش تجاری همچنین طیف وسیعی از مزایا دارد؛ اهم آنها شامل: بهبود تصمیم‌گیری، افزایش دسترسی به اطلاعات، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، مزیت رقابتی، بهینه‌سازی فرایند، کشف ثقل، شناسایی ریسک و فرصت، بازاریابی هوشمند، تحلیل پدیده‌ها در زمان واقعی (کوبینا و همکاران، ۲۰۱۵).^۶

حسابداری به نحوی گسترده از دهه ۱۹۹۰ تغییر کرده است از این‌رو امروز حسابداران خود را به اموری مانند حسابداری، تجزیه و تحلیل داده‌ها و مالیات محصور نمی‌کنند و در عوض نقش آنها در حال حاضر بسط یافته است تا تسهیل اطلاعات را دربرگیرد (جونز و آبراهام، ۲۰۰۸).^۷ از این‌رو حسابداران نیز نیازمند برخورداری از مهارت‌های هوش تجاری هستند تا کارآمدی آنان افزایش یابد.

سؤال تحقیق این مطالعه این است که ابعاد مهارت‌های اطلاعاتی تجاری موردنیاز حسابداران چیست؟ بیانیه مشکل این است که بسیاری از حسابداران فاقد مهارت‌های هوش تجاری هستند که می‌تواند منجر به ناکارآمدی در فرایند تصمیم‌گیری شود. هدف این پژوهش، شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران می‌باشد. روش تحقیق مور استفاده در این پژوهش فراترکیبی است. پس از بررسی ادبیات موضوع و استخراج مقالات مرتبط با رویکرد هوش تجاری در حسابداری بر اساس فراترکیب، تلاش شد تا مقالات مرتبط در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ شناسایی شود.

سهام نظری این پژوهش، شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران است. این مطالعه بینش‌هایی را در مورد مهارت‌هایی ارائه می‌کند که برای داشتن حسابداران برای موفقیت در حرفه‌شان ضروری است. این مطالعه همچنین با شناسایی مهارت‌های هوش تجاری در حسابداری موردنیاز است، به ادبیات موجود در مورد هوش تجاری کمک می‌کند. در نتیجه، این مطالعه ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران را شناسایی می‌کند.

¹ Hadhoud & Salameh

² Zheng

³ Quadros

⁴ Dumitru-Alexandru

⁵ Jones & Abraham

بیان مسئله، نوآوری و ذکر اهداف

در دنیای امروز، داده‌ها و اطلاعات سازمانی به‌عنوان مهم‌ترین دارایی‌های شرکت‌ها شناخته می‌شوند. این داده‌ها نه تنها به تصمیم‌گیری‌های استراتژیک کمک می‌کنند بلکه در بهبود کارایی و اثربخشی سازمان‌ها نقش حیاتی دارند. با توجه به حجم عظیم داده‌های تولیدشده، استفاده بهینه از این اطلاعات برای شرکت‌ها ضروری است. هوش تجاری به‌عنوان ابزاری قدرتمند، امکان تحلیل و تفسیر داده‌ها را فراهم می‌کند و به حسابداران کمک می‌کند تا با استفاده از این تحلیل‌ها، تصمیمات دقیق‌تر و آگاهانه‌تری بگیرند. با این حال، بسیاری از حسابداران فاقد مهارت‌های لازم در زمینه هوش تجاری هستند که این مسئله می‌تواند منجر به کاهش کارایی و دقت در تصمیم‌گیری‌های مالی شود. بنابراین، شناسایی و تقویت مهارت‌های هوش تجاری در حسابداران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هوش تجاری در حسابداری، به‌عنوان یک تغییردهنده بازی در حوزه مالی و نرم‌افزار حسابداری ظاهر شده‌اند و متخصصان امور مالی را برای افزایش کارایی، دقت و بالابردن ارزش استراتژیک توانمند می‌کنند. ابزارهای هوش تجاری در حسابداری به‌عنوان یک فناوری مبتنی بر داده، به حسابداران کمک می‌کنند تا داده‌های مالی را به شیوه‌ای کارآمدتر و شفاف‌تر تجزیه و تحلیل کنند. این ابزارها قابلیت تجزیه و تحلیل داده‌ها را ارائه می‌دهند و حسابداران را قادر می‌سازند تا تجزیه و تحلیل‌های دقیقی انجام دهند، روندها را شناسایی کنند و الگوهایی که در شرایط معمول ممکن است نادیده گرفته شوند را کشف کنند. از دیگر مزایای استفاده از هوش تجاری در حسابداری می‌توان به گزارشگری مالی و ارائه تصویری، بودجه‌ریزی و پیش‌بینی کارآمد، کشف تقلب و مدیریت ریسک، بهبود انطباق و آمادگی حسابرسی اشاره کرد. از این‌رو پرسش اصلی این مطالعه این است که ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران کدامند؟

هدف این پژوهش، شناسایی ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران بوده است. برای بیان مسئله، می‌توان گفت که در عصر امروز، منابع اطلاعاتی و داده‌های سازمانی، مهم‌ترین دارایی‌های شرکت‌ها و از عناصر کلیدی آنها برای تصمیم‌گیری‌های سودمند در زمینه نیل به کارایی و اثربخشی روزافزون هستند اما بسیاری از حسابداران فاقد مهارت‌های هوش تجاری هستند. برای نوآوری می‌توان به این نکته اشاره کرد که با استفاده از هوش تجاری، حسابداران می‌توانند داده‌های مالی را به شیوه‌ای کارآمدتر و شفاف‌تر تجزیه و تحلیل کنند و با توجه به این تحلیل‌ها، تصمیمات آگاهانه‌تری برای بهبود عملکرد مالی کلی شرکت بگیرند.

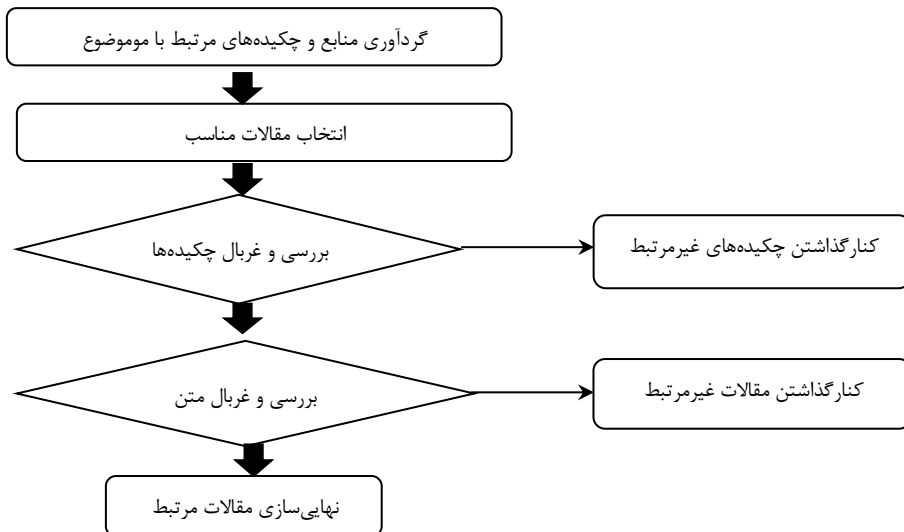
نوآوری این پژوهش در شناسایی و تحلیل جامع ابعاد مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران است. برخلاف مطالعات قبلی که بیشتر به کاربردهای کلی هوش تجاری در حسابداری پرداخته‌اند، این پژوهش به‌طور خاص به شناسایی مهارت‌های ضروری این مهارت‌ها در حسابداران می‌پردازد. همچنین، این مطالعه با استفاده از روش فراترکیب، مقالات و منابع مختلف را بررسی کرده است و مدل جامعی از مهارت‌های هوش تجاری ارائه می‌دهد که می‌تواند به عنوان راهنمایی برای حسابداران و مدیران مالی مورد استفاده قرار گیرد. در واقع این پژوهش به تحلیل و بررسی مهارت‌های هوش تجاری موردنیاز حسابداران در سطح جهانی می‌پردازد و تلاش می‌کند تا با ارائه مدل نهایی، راهکارهای عملی برای تقویت این مهارت‌ها در حسابداران ارائه دهد.

روش تحقیق

این مطالعه، کیفی و از نوع اسنادی یا فراترکیب^۱ است؛ از نظر هدف، بنیادین و از لحاظ گردآوری داده‌ها، اکتشافی - استقرایی محسوب می‌شود که به تحلیل کیفی پژوهش‌های گذشته مرتبط و مناسب با چهارچوب بررسی هوش مالی می‌پردازد. در این پژوهش برای نیل به اهداف موردنظر از روش فراترکیب کیفی بهره گرفته شده است. روش فراترکیب یک رویکرد عمدی و منسجم برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در مطالعات کیفی می‌باشد. از مهم‌ترین روش‌ها به‌منظور

¹ Meta-synthesis

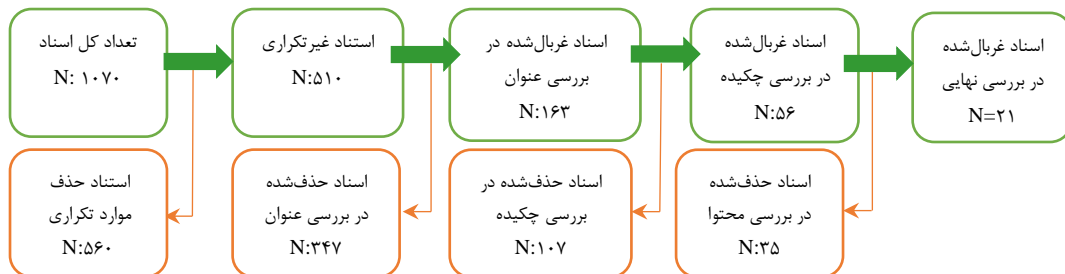
بررسی ترکیب و آسیب شناسایی و رفع نواقص پژوهش‌های گذشته می‌توان به فرامطالعه اشاره کرد که یک تحلیل و بررسی ژرف و معناداری از مطالعات پژوهشی انجام‌شده را به‌کار می‌بندد؛ از این‌رو نمونه‌های مطالعه فراترکیب را مطالعات کیفی تشکیل می‌دهند. این روش، فرایندی است که با بهره‌جستن از آن، محققان، پتانسیل شناسایی یک سؤال خاص پژوهشی را دارا خواهند بود و سپس برای پاسخگویی به آن، آنها را به جستجو، گزینش، ارزیابی، تلخیص و ترکیب شواهد کیفی وادار می‌کند؛ این فرایند از روش‌های دقیق کیفی برای ترکیب‌کردن مطالعات کیفی موجود استفاده می‌گردد تا طی یک روند تفسیری، مفهومی عمیق را شکل دهد. البته فراترکیب، مرور یکپارچه ادبیات کیفی در یک موضوع مشخص نیست یعنی صرفاً تحلیل داده‌های ثانویه از داده‌های اولیه مستخرج از مطالعات منتخب نیست بلکه تحلیل یافته‌های این مطالعات است، به عبارتی فراترکیب تفسیرکننده، از تفسیر داده‌های اصلی تحقیقات موردنظر است (داوری و همکاران، ۲۰۲۲).



شکل ۱. فرایند جستجو و انتخاب مقالات نهایی (اروین و همکاران، ۲۰۱۱).^۱

هدف روش فراترکیب آن است که مطالعات و کشف نکات اصلی و ترکیب نتایج حاصله را به یک جایگزین کلی‌تر بدل کند از این‌رو ابتدا یافته‌های هر مطالعه، بررسی و استخراج شد و سپس نکات اساسی به روش کدگذاری بازکشف شد؛ به‌گونه‌ای که تمام نکات کلیدی استخراج‌شده از مستندات به عنوان کد در نظر گرفته شد و نهایتاً با در نظر گرفتن مفهوم هر کد، به مقایسه آنها و در آخر با هدف نائل آمدن به یک موضوع مشابه دسته‌بندی شد. پس از چندین بار مطالعه و مرور، در مرحله بعد با شناسایی درست مفاهیم و رابطه میان آنها، نتایج ترکیب شد و اطلاعات به شیوه کدگذاری به‌گونه‌ای معنادار با هم ادغام گشت.

¹ Erwin



شکل ۲. فرایند انتخاب مقالات مرتبط در این پژوهش (اقتباس از نویسندگان).

پس از مطالعه عنوان و چکیده مقالات، پالایش اولیه صورت گرفت؛ برای گردآوری اطلاعات شفاف‌تر و از قلم‌نیافتان سایر مقالات در موتور جستجوی گوگل اسکالر، علاوه بر پیگیری و نوشتار ارجاعات، مهم‌ترین مقالات ارجاع‌شده به مقاله مذکور، کلیدواژه‌هایی که نیل به مقالات مناسب این حوزه را افزایش می‌دهند، مانند: تقلب مالی، حسابداران قانونی و جرایم مالی، مورد پژوهش قرار گرفت؛ ابتدا گزینش مقالات بر مبنای عنوان و خلاصه پژوهش صورت گرفت اما انتخاب نهایی مقالات بر اساس تحلیل محتوا و مطالعه دقیق مقالات بوده است که در نهایت به مقاله کلیدی و مرتبط ختم شد. سپس مقالات نهایی تحلیل محتوا شدند و در نهایت در قالب کدهای ارائه‌شده در نگاره شماره شش، طبقه‌بندی و تحلیل گشتند.

به‌طور کلی انجام مطالعه فراترکیب در هفت مرحله صورت می‌گیرد که در ادامه به یک بررسی کلی از این گام‌ها پرداخته شده است.

مراحل جستجو و انتخاب مقالات به این صورت است که در مرحله اول، پرسش و عنوان نهایی پژوهش تنظیم شد. پرسش پژوهش بر اساس عواملی تأثیرگذار، همچون چه چیزی، چه موقع و چگونه، طرح و بازسازی شد. مرحله دوم مرور متون و ادبیات بر مبنای ساختار نظام‌مند است. این اسناد و مدارک شامل تمام پژوهش‌ها در زمینه بررسی جرایم مالی و کشف تقلبات بوده است. شایان ذکر است که بررسی‌های صورت‌گرفته از طریق موتور جستجوی اسکالر بوده است، البته پایگاه‌های داده و نشریات و موتورهای جستجوی دیگری نیز به کار گرفته شد اما عموماً محوریت بررسی و مرور منابع بر پایه گوگل اسکالر بوده است. قلمروی این مطالعه شامل بررسی مقالات و منابع مرتبط با هوش تجاری در حسابداری در بازه زمانی سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ میلادی است.

مرحله سوم، جستجو و انتخاب مقالات مرتبط و مناسب است. در این مرحله با بررسی مقالات، پنج مورد حذف و چکیده چهل مقاله بررسی شد. به‌منظور انتخاب مقاله‌های مناسب در این مرحله، معیار خاصی در نظر گرفته شد که در جدول دو ذکر شده‌اند. طی این فرایند، نهایت تلاش صورت گرفت تا تمامی معیارهای تنظیم‌شده رعایت گردند اما ذکر این نکته حائز اهمیت است که در چند مورد خاص، از معیار تعداد نمونه صرف‌نظر گشت تا با چشم‌پوشی از این نقیصه، از مزایای آن مطالعه محروم نگردیم. همچنین نتایج و اطلاعات جستجو برای مقالات مورد نظر به‌گونه‌ای که به‌راحتی قابل درک باشد در جدول ۱ خلاصه گردیده است.

جدول ۱. از اطلاعات جستجو.

بازه زمانی	۲۰۰۰-۲۰۲۳
موضوع	بررسی ابعاد مهارت‌ای هوش تجاری در حسابداران با رویکرد فراترکیب
تعداد نمونه نهایی	۲۱
نوع	مقاله کنفرانسی

جدول ۲. نمونه‌ای از سازه‌های کلیدی تشکیل‌دهنده مفاهیم اصلی پژوهش (۱۰ نمونه).

ردیف	نام مقاله	نویسنده	نام مجله/سال	سازه‌های کلیدی
۱	The effects of using business intelligence systems on an excellence management and decision-making process by start-up companies: A case study	(آزروئال و تیل)	International Journal of Management Science and Business Administration	هوش تجاری، تجزیه و تحلیل، تصمیم‌گیری، استارت آپ‌ها
۲	تأثیر هوش تجاری بر مدیریت ارتباط با مشتری مورد مطالعه: گروه شرکت‌های شاتل	(علیخانی و همکاران)	سیاست‌نامه علم و فناوری.	هوش تجاری، مدیریت ارتباط با مشتری، مزیت رقابتی
۳	شناسایی عوامل پذیرش هوش تجاری از سوی کارکنان صنعت نفت ایران	(مشیری تبریزی و همکاران)	فصلنامه مطالعات راهبردی در صنعت نفت و انرژی	هوش تجاری، منابع داخلی سازمان، منابع انسانی، فرایند انتشار نوآوری
۴	ببین الگوی هوش تجاری در سیستم اطلاعات حسابداری مدیریت	(رهنمای رودپشتی و محمودی)	نشریه مدیریت کسب‌وکار سال ۱۳۸۹	هوش کسب‌وکار، سیستم‌های اطلاعاتی، حسابداری مدیریت
۵	بررسی رابطه بین هوش تجاری و توانمندسازی روان‌شناختی	(حاجی‌پور شوشتری و صفاری آستینانی)	فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)	هوش تجاری، توانمندسازی روان‌شناختی، بانک سپه شهر تهران
۶	بررسی اثر هوش تجاری بر ساختار نوآوری باز	(سبک‌رو و همکاران)	آینده‌پژوهی مدیریت (پژوهش‌های مدیریت)	هوش تجاری، نوآوری باز، آمادگی سازمانی، توانمندی مشارکتی، ظرفیت جذب
۷	تأثیر و جایگاه هوش تجاری در صنعت بانکداری	(محمدخان کبیراش و رحیمیان)	حسابداری و توسعه اقتصادی	هوش تجاری، تجزیه و تحلیل، پیش‌بینی ریسک، صنعت بانکداری
۸	از هوش تا رفتار مالی	(صدیقیان و همکاران)	پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری	هوش، هوش مالی، رفتار مالی

مرحله چهارم استخراج نتایج و اطلاعات پژوهش است. در این مرحله، اطلاعات پژوهش در جدولی دسته‌بندی شد. این جدول شامل اطلاعات کلی از قبیل: عنوان، نام و نام‌خانوادگی پدیدآورندگان، سال انتشار، محل انتشار و اطلاعات روش پژوهش شامل: هدف و رویه و روش پژوهش و اطلاعات یافته‌های اصلی از قبیل: نتایج و یافته‌های مرتبط با سؤال پژوهش بوده است و سپس سازه‌های کلیدی، تشکیل‌دهنده مفاهیم اصلی پژوهش، استخراج شد که در نگاره پنجم، سازه‌های کلیدی ده مقاله به‌صورت نمونه نمایش داده شده است. به عبارتی سازه‌های کلیدی مرتبط با مفاهیم اصلی پژوهش استخراج شد. در جدول ۲ نمونه‌ای از سازه‌های کلیدی تشکیل‌دهنده مفاهیم اصلی پژوهش نشان داده شده است.

در مرحله پنجم تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی در فرایند تجزیه و تحلیل موضوعاتی که در میان مطالعه موجود در فراترکیب پدیدار شده است، تحلیل شد. ابتدا تمام عوامل استخراج‌شده از مطالعه‌ها به‌عنوان شناسه در نظر

گرفته شد و سپس با در نظر گرفتن معنا و مفهوم هریک از آنها، شناسه‌ها در مفهومی مشابه تعریف شدند و بعد مفاهیم مشابه در مقالات مرتبط طبقه‌بندی شد تا در قالب مؤلفه‌های اصلی پژوهش شناسایی شوند. مرحله ششم، کنترل کیفیت و کدهای استخراجی است. تمامی مراحل پیش گفته، مورد بررسی و بازبینی دقیق تری قرار گرفت. در مرحله هفتم یافته‌ها ارائه و نوشته شد. یافته‌های مراحل قبل ارائه و به دست تحریر درآمد (باقرصاد و همکاران، ۲۰۲۲؛ حسایی و همکاران، ۲۰۲۱).

ارائه بحث و نتایج

پس از بررسی مقالات، در نهایت با کدگذاری باز و محوری، مدل نهایی مفهوم عنوان اصلی پژوهش، نه بعد نهایی مرتبط با مهارت‌های هوش تجاری حسابداران استخراج شد که شامل موارد زیر است:

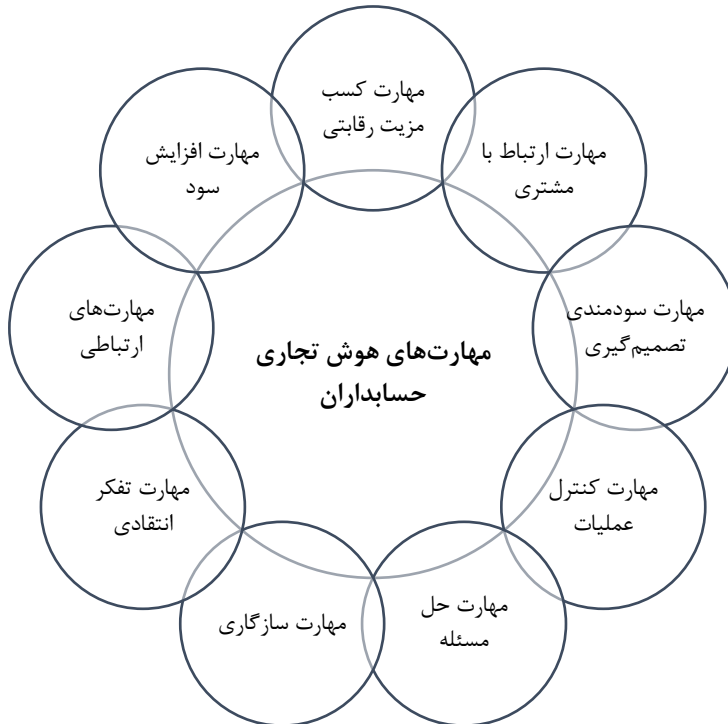
- ۱- **مهارت‌های ارتباطی:** مهارت‌های ارتباطی برای همکاری مؤثر و کار گروهی در محل کار ضروری است. آنها شامل توانایی انتقال اطلاعات به طور واضح و مختصر، گوش دادن فعال و پاسخ مناسب به بازخورد هستند. مهارت‌های ارتباطی مؤثر می‌تواند به ایجاد روابط قوی با همکاران، مشتریان و ذی‌نفعان کمک کند و می‌تواند به نتایج بهتری برای سازمان در کل منجر شود (فخاری و دادگر، ۲۰۱۸).
- ۲- **مهارت‌های تفکر انتقادی:** مهارت‌های تفکر انتقادی، توانایی تجزیه و تحلیل اطلاعات، ارزیابی استدلال‌ها و تصمیم‌گیری آگاهانه است. آنها برای حل مسئله، تصمیم‌گیری و نوآوری در محیط کار، ضروری هستند. مهارت‌های تفکر انتقادی شامل توانایی شناسایی مفروضات، ارزیابی شواهد و نتیجه‌گیری منطقی است. آنها می‌توانند به افراد کمک کنند تا تصمیمات بهتری بگیرند، از دام‌های رایج اجتناب کنند و راه‌حل‌های خلاقانه‌ای برای مشکلات پیچیده ایجاد کنند (رهنمای رودپشتی و همکاران، ۲۰۱۱).
- ۳- **مهارت سازگاری:** سازگاری توانایی سازگاری با شرایط و محیط‌های متغیر است. این یک مهارت ضروری در محیط کاری پرسرعت و به سرعت در حال تغییر امروزی است. سازگاری شامل توانایی یادگیری مهارت‌های جدید، پذیرفتن مسئولیت‌های جدید و کار مؤثر در زمینه‌های مختلف است. این می‌تواند به افراد کمک کند تا مرتبط و رقابتی در رشته خود باقی بمانند و می‌تواند منجر به رضایت شغلی و موفقیت شغلی بیشتر شود (معین و همکاران، ۲۰۲۰).
- ۴- **مهارت حل مسئله:** مهارت حل مسئله توانایی شناسایی، تجزیه و تحلیل و حل مؤثر مسائل است. آنها برای موفقیت در بسیاری از زمینه‌های مختلف از جمله تجارت، مهندسی و علم ضروری هستند. مهارت‌های حل مسئله شامل توانایی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات، ایجاد راه‌حل‌های خلاقانه و ارزیابی اثربخشی رویکردهای مختلف است. آنها می‌توانند به افراد در غلبه بر موانع، دستیابی به اهداف و پیشبرد نوآوری کمک کنند (باطومیچی، ۲۰۱۸).
- ۵- **مهارت کنترل عملیات:** مهارت کنترل عملیات، توانایی نظارت و مدیریت عملیات روزانه یک سازمان است. این شامل توانایی اطمینان از اینکه منابع سازمان به طور مؤثر و کارآمد استفاده می‌شود و اینکه سازمان به اهداف و مقاصد خود می‌رسد را شامل می‌شود. مهارت کنترل عملیات برای موفقیت در بسیاری از زمینه‌های مختلف از جمله تجارت، تولید و تدارکات ضروری است.
- ۶- **مهارت سودمندی تصمیم:** مهارت سودمندی تصمیم، توانایی اتخاذ تصمیمات آگاهانه است که به طور کلی به نفع سازمان است. این شامل توانایی تجزیه و تحلیل اطلاعات، ارزیابی گزینه‌ها و اتخاذ تصمیمات استراتژیک است که با اهداف و مقاصد سازمان همسو باشد. مهارت سودمندی، تصمیم برای موفقیت در بسیاری از زمینه‌های مختلف از جمله تجارت، امور مالی و مدیریت ضروری است (سهرابی و سعیدی، ۲۰۱۹).

۷- **مهارت‌های ارتباط با مشتری:** مهارت‌های ارتباطی با مشتری برای موفقیت در بسیاری از زمینه‌های مختلف از جمله فروش، بازاریابی و خدمات مشتری ضروری است. آنها شامل توانایی برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان، درک نیازها و ترجیحات آنها و پاسخ مناسب به بازخورد آنها هستند. مهارت‌های ارتباط مؤثر با مشتری می‌تواند به ایجاد روابط قوی با مشتریان، افزایش رضایت مشتری و رشد کسب‌وکار کمک کند (رحمت‌نژاد و صمدی، ۲۰۱۵).

۸- **مهارت کسب مزیت رقابتی:** مهارت کسب مزیت رقابتی شامل توانایی شناسایی و به‌کارگیری قوت‌ها و قابلیت‌های منحصر به فرد برای پیشی گرفتن از رقبای است. این شامل توانایی تجزیه و تحلیل بازار، شناسایی فرصت‌ها و توسعه استراتژی‌هایی است که سازمان را از رقبای خود متمایز می‌کند. مهارت کسب مزیت رقابتی می‌تواند به سازمان‌ها در دستیابی به رشد و سودآوری پایدار کمک کند.

۹- **مهارت افزایش سود:** مهارت افزایش سود شامل توانایی شناسایی و اجرای استراتژی‌هایی است که باعث افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها می‌شود. این شامل توانایی تجزیه و تحلیل داده‌های مالی، شناسایی روندها و توسعه استراتژی‌هایی است که نتیجه سازمان را بهبود می‌بخشد. مهارت افزایش سود می‌تواند به سازمان‌ها در دستیابی به ثبات مالی و موفقیت بلندمدت کمک کند (اسماعیل‌پور و همکاران، ۲۰۱۶).

مهارت‌های مختلفی که برای موفقیت در شغل حسابداری ضروری هستند، یکی از آنها مهارت هوش تجاری است که خود شامل مهارت‌های ارتباطی، مهارت تفکر انتقادی، مهارت سازگاری، مهارت حل مسئله، مهارت کنترل عملیات، مهارت سودمندی، مهارت ارتباط با مشتری، مهارت کسب مزیت رقابتی، مهارت افزایش سود، در شکل ۳ مدل نهایی مهارت‌های هوش تجاری حسابداران نشان داده شده است.



شکل ۳. ابعاد مهارت‌های هوش تجاری حسابداران (اقتباس از نویسندگان).

نتیجه گیری

مهارت‌های ارتباطی برای حسابداران ضروری است تا اطلاعات مالی پیچیده را به صورت واضح و مختصر به ذی‌نفعان منتقل کنند. مهارت‌های تفکر انتقادی برای حسابداران برای تجزیه و تحلیل داده‌های مالی و تصمیم‌گیری آگاهانه ضروری است. مهارت‌های انطباق‌پذیری برای حسابداران برای سازگاری با محیط‌های تجاری در حال تغییر و فناوری‌های جدید، مهم است. مهارت‌های حل مسئله برای حسابداران برای شناسایی و حل مسائل مالی، بسیار مهم است. مهارت‌های کنترل عملیات برای حسابداران برای مدیریت مؤثر عملیات مالی، ضروری است. مهارت سودمندی تصمیم برای حسابداران برای ارائه اطلاعات مالی مرتبط و قابل اعتماد به ذی‌نفعان، مهم است. مهارت‌های ارتباطی با مشتری برای حسابداران برای درک نیازهای مشتری و ارائه راه‌حل‌های مالی مناسب، ضروری است. مهارت‌های مزیت رقابتی برای حسابداران در راستای شناسایی و استفاده از مزیت‌های رقابتی، ضروری است. مهارت‌های افزایش سود برای حسابداران برای شناسایی و اجرای استراتژی‌هایی برای افزایش سود مهم است.

در نتیجه، مهارت‌های هوش تجاری برای رشد حرفه‌ای حسابداران، ضروری است. ۹ بعد از مهارت‌های هوش تجاری شناسایی شده در این مقاله می‌تواند به حسابداران کمک کند تا مهارت‌های لازم برای موفقیت در حرفه خود را توسعه دهند. با توسعه این مهارت‌ها، حسابداران می‌توانند اطلاعات مالی مرتبط و قابل اعتماد را در اختیار ذی‌نفعان قرار دهند، مسائل مالی را شناسایی و حل کنند و استراتژی‌هایی را برای افزایش سود اجرا کنند. سازمان‌ها همچنین می‌توانند از حسابداران با مهارت‌های هوش تجاری بهره‌برند زیرا می‌توانند به ایجاد یک محیط پویا و به‌روز برای تبدیل داده‌ها به مخزن مهمی برای موفقیت شرکت کمک کنند.

این پژوهش چندین پیامد کاربردی دارد که می‌تواند به بهبود عملکرد حسابداران و سازمان‌ها کمک کند: با تقویت مهارت‌های هوش تجاری در حسابداران، آن‌ها قادر خواهند بود تا داده‌های مالی را به شیوه‌ای کارآمدتر و دقیق‌تر تحلیل کنند و تصمیمات آگاهانه‌تری بگیرند. این امر می‌تواند به بهبود عملکرد مالی کلی شرکت‌ها منجر شود. استفاده از ابزارهای هوش تجاری می‌تواند به بهبود فرایندهای مالی و عملیاتی در سازمان‌ها کمک کند. این ابزارها امکان تجزیه و تحلیل داده‌ها را به صورت سریع‌تر و دقیق‌تر فراهم می‌کنند که می‌تواند به افزایش کارایی و اثربخشی کلی سازمان منجر شود. با تحلیل دقیق‌تر داده‌ها، حسابداران می‌توانند ریسک‌های مالی را بهتر مدیریت کنند و موارد تقلب را سریع‌تر شناسایی کنند. این امر می‌تواند به کاهش خسارات مالی و افزایش اعتماد به سیستم‌های مالی منجر شود. مهارت‌های ارتباطی تقویت‌شده از طریق هوش تجاری می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی و خارجی سازمان کمک کند. این امر می‌تواند همکاری بین تیم‌ها را افزایش دهد و فرایندهای کاری را بهبود بخشد. با استفاده از تحلیل‌های هوش تجاری، سازمان‌ها می‌توانند فرصت‌های جدید را شناسایی کنند و مزیت رقابتی خود را در بازار افزایش دهند. این امر می‌تواند به رشد و توسعه پایدار سازمان‌ها کمک کند. استفاده از هوش تجاری می‌تواند به حسابداران کمک کند تا فرایندهای مالی را بهبود بخشند و انطباق با مقررات و استانداردهای حسابداری را افزایش دهند. این امر می‌تواند آمادگی حسابرسی را بهبود بخشد و از مشکلات قانونی جلوگیری کند. این پیامدها نشان می‌دهند که تقویت مهارت‌های هوش تجاری در حسابداران نه تنها به بهبود عملکرد فردی آن‌ها کمک می‌کند بلکه می‌تواند به بهبود کلی عملکرد سازمان‌ها نیز منجر شود.

برای ادامه و گسترش پژوهش در زمینه هوش تجاری در حسابداری، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- تأثیر دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تخصصی هوش تجاری بر عملکرد حسابداران بررسی شود.
- نقش آموزش‌های هدفمند در مهارت‌های هوش تجاری در حسابداران بررسی شود.
- استفاده از هوش تجاری در حسابداری بین صنایع مختلف مقایسه شود.
- تفاوت‌ها و شباهت‌های موجود در کاربرد هوش تجاری در صنایع مختلف شناسایی شود و بهترین روش‌ها برای هر صنعت پیشنهاد داده شود.

- مطالعه‌ای برای بررسی تأثیر استفاده از ابزارهای هوش تجاری بر کشف و پیشگیری از تقلب‌های مالی صورت گیرد. این پژوهش می‌تواند نشان دهد که چگونه هوش تجاری می‌تواند به حسابداران در شناسایی الگوهای مشکوک و کاهش ریسک‌های مالی کمک کند.
- تأثیر استفاده از هوش تجاری بر تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در سازمان‌ها بررسی شود. این مطالعه می‌تواند نشان دهد که چگونه استفاده از ابزارهای هوش تجاری می‌تواند به مدیران مالی در اتخاذ تصمیمات استراتژیک کمک کند.
- تأثیر استفاده از هوش تجاری بر رضایت شغلی حسابداران بررسی شود. این پژوهش می‌تواند نشان دهد که چگونه استفاده از ابزارهای هوش تجاری می‌تواند به بهبود رضایت شغلی و کاهش استرس کاری حسابداران کمک کند.
- تأثیر استفاده از هوش تجاری بر عملکرد مالی شرکت‌ها بررسی شود. این مطالعه می‌تواند نشان دهد که چگونه استفاده از هوش تجاری می‌تواند به بهبود عملکرد مالی و افزایش سودآوری شرکت‌ها منجر شود. این پیشنهادها می‌توانند به گسترش دانش در زمینه هوش تجاری در حسابداری کمک کنند و راهکارهای عملی برای بهبود عملکرد حسابداران و سازمان‌ها ارائه دهند.

References

- Alikhani, M., Naderi, N., & Kazemi Eskeri, F. (2021). The Impact of Business Intelligence on CRM Case of study: Shuttle Companies' Group. *Science and Technology Policy Letters*, (-), -. https://stpl.ristip.sharif.ir/article_22232.html?lang=en
- Azeroual, O., & Theel, H. (2019). The effects of using business intelligence systems on an excellence management and decision-making process by start-up companies: A case study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(3), 30-40. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.43.1004>
- Baghersad, V., Davari, A., & Farrokhanesh, T. (2022). Effectuation, Causation and the Performance of Entrepreneurial Businesses. *Management Research in Iran*, 26(1), 88-110. https://mri.modares.ac.ir/article_585.html?lang=en
- Batumchi, S. (2018). Investigating an appropriate management control system in order to achieve organizational goals. *New Research Approaches in Management Sciences*, 1(3), 345-366. <http://jnraims.ir/article-1-57-en.html>
- Cheng, C., Zhong, H., & Cao, L. (2020). Facilitating speed of internationalization: The roles of business intelligence and organizational agility. *Journal of Business Research*, 110(3), 95-103. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.003>
- Christensen, D. S., & Rees, D. (2002). An analysis of the business communication skills needed by entry-level accountants. *Mountain Plains Journal of Business and Technology*, 3(1), 1-11. <https://openspaces.unk.edu/mpjbt/vol3/iss1/6/>
- Davari, A., Baghersad, V., & Farrokhanesh, T. (2022). Designing and validating of entrepreneurship policy model. *Iranian Journal of Management Sciences*, 17(66), 1-20. https://journal.iams.ir/article_378.html
- Duggineni, S. (2023). Data Analytics in Modern Business Intelligence. *Journal of Marketing & Supply Chain Management*, 1(2), 1-4. [https://doi.org/10.47363/JMSCM/2022\(1\)114](https://doi.org/10.47363/JMSCM/2022(1)114)
- Dumitru-Alexandru, B. (2016). Business Intelligence for Decision Making in Economics. In C. L. Dunis, P. W. Middleton, A. Karathanasopoulos, & K. Theofilatos (Eds.), *Artificial Intelligence in Financial Markets: Cutting Edge Applications for Risk Management*,

- Portfolio Optimization and Economics* (pp. 125-158). Palgrave Macmillan London. https://doi.org/10.1057/978-1-137-48880-0_5
- Duque, J., Godinho, A., & Vasconcelos, J. (2022). Knowledge data extraction for business intelligence A design science research approach. *Procedia Computer Science*, 204(6), 131-139. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.016>
- Ehsanifar, M., & Dekamini, F. (2022). The effect of the business intelligence system on the management accounting information systems of Refah Bank. *Journal of Management and Accounting Research*, 2(2), 171-195. <https://www.magiran.com/paper/2474277>
- Erwin, E. J., Brotherson, M. J., & Summers, J. A. (2011). Understanding Qualitative Metasynthesis: Issues and Opportunities in Early Childhood Intervention Research. *Journal of Early Intervention*, 33(3), 186-200. <https://doi.org/10.1177/1053815111425493>
- Esmailpour, M., Bahrainizad, M., & Ghaedi, H. (2016). Investigating the effect of dimensions of organizational approaches on new product success through variables of customer knowledge management and market knowledge. *New Marketing Research Journal*, 6(3), 87-108. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2016.21074>
- Fakhari, H., & Dadgar, S. (2018). Examining the "Expectation-Practice Gap" in Professional Skills Training for Accounting Graduates (with an Emphasis on Undergraduate Studies). *Journal of Educational Planning Studies*, 6(12), 168-188. <https://doi.org/10.22080/eps.2018.1790>
- Hadhoud, R., & Salameh, W. A. (2020). How business intelligence can help you to better understand your customers. *International Journal of Business Intelligence Research*, 11(1), 50-58. <https://doi.org/10.4018/IJBIR.2020010104>
- Hajipour Shoushtary, A., & Saffari Ashtiani, M. (2014). Considering The Between Business Intelligence and Psychological Empowerment. *Management Studies in Development and Evolution*, 23(73), 175-199. https://jmsd.atu.ac.ir/article_203.html?lang=en
- Hesabi, F., Elahi, S., Hassanzadeh, M., & Shayan, A. (2021). Systematic pathology of the commercialization system of science and technology in IRANN. *Iranian Higher Education*, 13(1), 140-172. <http://ihej.ir/article-1-1551-en.html>
- Jones, G. E., & Abraham, A. (2008, September 25-27). *Preparing accountants for today's global business environment: the role of emotional intelligence in accounting education* [Conference session]. 11th Annual International Conference of the American Society of Business and Behavioral Sciences Honolulu, Hawaii. <https://researchers.westernsydney.edu.au/en/publications/preparing-accountants-for-todays-global-business-environment-the->
- Khaddam, A., Irtaimeh, H., Al-Batayneh, A., & Al-Batayneh, S. (2021). The effect of business model innovation on organization performance. *Management Science Letters*, 11(5), 1481-1488. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.12.026>
- Khoshbakht, F., Shiranzaei, A., & Quadri, S. (2020). Adoption of big data analytics framework for business intelligence and its effectiveness: an analysis. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(9), 4776-4791. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/4671/4620>
- Kubina, M., Koman, G., & Kubinova, I. (2015). Possibility of Improving Efficiency within Business Intelligence Systems in Companies. *Procedia Economics and Finance*, 26, 300-305. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00856-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00856-4)
- Lari Dashtbayaz, M., ZolfagharArani, M. H., & Akrami, K. (2019). Competing Earnings Announcements; Study of queuing theory of Investor behavior in the Analysis of Earnings

- Announcements. *Financial Accounting Knowledge*, 5(4), 103-126. <https://doi.org/10.30479/jfak.2019.1571>
- LoRESTANI Farsan, N. (2020, June 20). *The necessity of business intelligence (business intelligence)* [Conference session]. 4rd National Conference and First international conference on New Patterns of Business Management on the approach of increasing production support, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/1394283/>
- Moein, Z., Hejazi, M., & Morovati, Z. (2020). Relationship between family emotional atmosphere and creative problem solving with mediator role of Critical thinking among students. *Research in Medical Education*, 12(1), 14-23. <https://doi.org/10.29252/rme.12.1.14>
- Mohammad Khan Kiarash, B., & Rahimian, A. (2023, March 14). *The impact and position of business intelligence in the banking industry* [Conference session]. The 10th International Conference on Management, Accounting and Economic Development, Georgia, South Caucasus. <https://civilica.com/doc/1663942/>
- Moshiri Tabrizi, M., Bazai, Q. A., & Safarzadeh, H. (2021). Provide a Model of Business Intelligence Components. *Islamic Lifestyle with a Focus on Health*, 5(3), 331-339. https://www.slamiilife.com/article_187827.html?lang=en
- Niu, Y., Ying, L., Yang, J., Bao, M., & Sivaparhipan, C. B. (2021). Organizational business intelligence and decision making using big data analytics. *Information Processing & Management*, 58(6), 102725. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2021.102725>
- Paradza, D., & Daramola, O. (2021). Business Intelligence and Business Value in Organisations: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 13(20), 11382. <https://doi.org/10.3390/su132011382>
- Quadros, R., Vieira, G., Consoni, F., & Quintão, R. (2014). Choosing Accurately: Competitive Intelligence on Prospecting Partners for Technological Cooperation. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 11(3), 323-346. <https://doi.org/10.11606/rai.v11i3.100226>
- Rahmatnezhad, A., & Samadi, M. (2015). The relationship between customer relationship management (CRM) and organizational effectiveness from the perspective of the bank Mellat staff. *Sociological Studies*, 28(8), 41-56. <http://sanad.iau.ir/en/Article/957686>
- Rahnamae Rudposhti, F., & Mahmoudi, M. (2010). Explanation of business intelligence model in management accounting information system. *Journal of Business Management*, 5(2), 175-197. <http://sanad.iau.ir/en/Article/1069487>
- Rahnamae Rudposhti, F., Yaqubnezhad, A., & Gudarzi, A. (2011). The explanation skills of critical thought among accounting students of the science and research department at the Islamic Azad University in Iran. *Journal of Cultural Management*, 13(5), 106-115. <http://sanad.iau.ir/en/Article/818451>
- Sabokroo, M., Gholipor, A., Purezzat, A., & Baghbani, S. (2013). The Application of Force Field Model in Succession Planning. *Organizational Culture Management*, 10(26), 155-180. <https://doi.org/10.22059/jomc.2013.29923>
- Sedighian, M. J., Ebrahimi Firouzabadi, O., & Mehrabinia, A. H. (2022). From intelligence to behavior and financial intelligence. *New Research in Management and Accounting*, (52), 83-92. <https://www.noormags.ir/view/en/articlepage/1882582>
- Shahmoradi, S., Vasei, S. S., Teklo, M., & Jahani, A. (2017, December 28). *The impact of using business intelligence on the effectiveness and success of organizations* [Conference session]. 3rd International Conference on Industrial Engineering and Management, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/756521/>
- Sohrabi, A., & Saedi, P. (2019). Quality of accounting information and decision-making usefulness of government financial report. *Journal of New Research Approaches in*

- Management and Accounting*, 3(9), 93-103. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/179>
- Tavera Romero, C. A., Ortiz, J. H., Khalaf, O. I., & Ríos Prado, A. (2021). Business Intelligence: Business Evolution after Industry 4.0. *Sustainability*, 13(18), 10026. <https://doi.org/10.3390/su131810026>
- Vaghfi, S. H., & Fadaei, M. (2022, July 6). *The effect of special characteristics of accounting faculty members on financial intelligence and career success* [Conference session]. The 14th National Conference of Management and Humanities Researches in Iran, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/1703497/>
- Yafooz, W. M. S., Bakar, Z. B. A., Fahad, S. K. A., & M Mithun, A. (2020). Business Intelligence Through Big Data Analytics, Data Mining and Machine Learning. In N. Sharma, A. Chakrabarti, & V. E. Balas (Eds.), *Data Management, Analytics and Innovation* (pp. 217-230). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9364-8_17
- Zheng, Z., Fader, P., & Padmanabhan, B. (2012). From Business Intelligence to Competitive Intelligence: Inferring Competitive Measures Using Augmented Site-Centric Data. *Information Systems Research*, 23(3), 698-720. <https://doi.org/10.1287/isre.1110.0385>