

هوش تجاری

ابزاری جدید برای ارتقای سازمانها

گردآوری : مارال غفاری - اداره عملیات کارت و خدمات نوین

رویکرد های هوش تجاری

بر طبق نظریه گارتنر هوش تجاری را می توان با رویکردهای مختلف بررسی کرد:

رویکرد بازار :

این رویکرد باعث ایجاد برتری رقابتی با استفاده از ابزارهای قدرتمند تحلیل رقبا و همچنین باعث ایجاد نظارت هوشمند بر بازار و شناسایی تغییرات آتی بازار و افزایش سود رقابتی می شود .

رویکرد تکنولوژی :

این رویکرد شامل استفاده از سیستم های هوشمند ، ایجاد بستر فنی و معماری مناسب جهت گسترش و استفاده بهینه از منابع ، استفاده از ابزارهای نرم افزاری و سخت افزاری در راستای شناسایی، جمع آوری، پردازش و نتیجه گیری و نمایش داده ها و اطلاعات مورد نیاز در سازمان ، پایگاه داده های بزرگ Data warehousing و پایگاه داده های عملیاتی و پردازش تحلیلی آنلاین (OLAP) می شود .

رویکرد معماری و فرایندهای سازمانی:

این رویکرد هوش تجاری یک چارچوب برای حرکت از داده ها به اطلاعات و از اطلاعات به دانش با ایجاد ارزش افزوده محسوب می شود و این روش موجب تمرکز بر فرایندهای تصمیم گیری در سطوح مختلف مدیریتی و افزایش کارایی سازمان باتوجه به بخشهایی مانند پرسنل مجرب ،اطلاعات پنهان تجاری، کاهش فرایندهای اضافی می شود و اتحاد و یکپارچگی فرایندهای سازمانی را به دنبال دارد .

رویکرد مدیریتی:

تصحیح و پیاده سازی فرایند تصمیم گیری مدیران که در آنها دانشی بر پایه دقیقترین و جامعترین اطلاعات واقعی سازمان ایجاد می شود.

جایگاه و اهمیت هوش تجاری در سازمانهای امروزی

هوش تجاری یک مفهوم شامل به کارگیری تکنولوژی های مختلف در جمع آوری و دسترسی و تجزیه و تحلیل حجم زیاد داده هاست که برای سازمان جهت به کارگیری در حوزه تصمیم گیری اثربخش است. این تکنولوژی ها شامل مدل سازی،فرم دهی داده ها،روشهای ذخیره سازی داده ها و روشهای تحلیل داده کاوی است .هوش تجاری رساندن اطلاعات به افراد خاص در زمانهای تعیین شده است تا تصمیم گیری های منطبق بر بهبود عملکرد سازمان ممکن گردد.در دنیای رقابت مدرن هوش کسب و کار است که موجب پر شدن فضای بین ادامه حیات یا مرگ یک کسب و کار می شود. این ابزار روش هوشمند تبدیل داده های تمام منابع (با هر فرمت و شکل)به اطلاعات کسب و کار محور و نتیجه گرا می باشد .مسئله اولین هدف یک کسب و کار کسب سود از محل فروش کالا یا خدمات است ، بستر رشد سیستم هوش تجاری اطلاعات و داده هایی است که از منابع مختلف به دست می آید و توانایی استدلال ، ادراک و حل مساله را فراهم می سازد .استخراج داده ها و کشف روابط ناشناخته بین آنها در فرآیند سیستم های هوش تجاری نقش اساسی دارد . این بخش از فعالیت از طریق داده کاوی میسر میشود . در واقع داده کاوی ابزار کشف و استخراج دانش در پروسه هوش تجاری است .

ایده هوش تجاری برای کارکنان، شرکا و عرضه کنندگان مؤسسات، توانایی تحلیل و به اشتراک گذاردن اطلاعات با یکدیگر را به ارمغان می آورد. با استفاده از ریشه های این تکنولوژی در پایگاه داده های اولیه و سیستمهای اطلاعاتی اجرائی، یا به عبارتی بهتر با استفاده از پایگاه داده، کاوش داده و ابزار پردازش تحلیلی پیوسته، این ابزار به یک مجموعه قدرتمند از تکنولوژیهای سودمند برای انواع مختلف کاربر و نیازهای تحلیلی اطلاعات متفاوت تبدیل شده است. اجرای این متدولوژی در سازمانها جزء وظایف واحد فن آوری اطلاعات بوده و نیازمند تطابق با نیازمندیهای اختصاصی سازمان می باشد. اگر این روش بر مبنای پایه های درست و منطقی در داخل سازمان راه اندازی شود ، پس از اجراء اعمال تغییرات به راحتی و با کمترین هزینه انجام خواهد پذیرفت. کاربردهای هوش تجاری، اطلاعات را گزارش می دهند. آنها نمی توانند یکپارچگی را در سازمان ارتقا بخشند. به همین ترتیب ابزار هوش تجاری متمرکز بر روی نقشه های استراتژی (نقشه تفکیک اهداف و استراتژیهای سازمان بر مبنای مدل کارت امتیازی متوازن) نبوده و به همین دلیل از نظر عملیاتی ، یک ارتباط دوجانبه بین اهداف

استراتژیک و کاربردهای هوش تجاری وجود ندارد. بنابراین تعداد زیادی از سازمانها، نیازمند این هستند که بتوانند کاربرد هوش تجاری مورد استفاده خود را به طور واقعی نمایش دهند. برقراری چنین ارتباطی می تواند بسیار موثر و کارآمد باشد.

سازمان از طریق به کارگیری هوش تجاری می تواند مزیت رقابتی کسب کند. تفکر هوش تجاری به عنوان ساختاری متشکل از لایه های مختلف که از سیستم های عملیاتی و data Meta آغاز و به توزیع این ابزار در بین کاربران مختلف شرکت یا سازمان ختم می گردد ، مطرح می شود. در واقع این تکنولوژی به عنوان کاتالیزور تغییرات در بازار رقابتی است. همگام با افزایش ابزارهای تکنولوژی، حرکت رو به جلو سرویس های اقتصادی و رشد حجم اطلاعات که از منابع مختلف دست

می آید سازمانها باید سرمایه گذاری در حوزه هوش تجاری را افزایش دهند. بانکها و موسسات مالی باید خود را به تکنولوژی های هوشمند از طریق تکنیک های مدیریت داده ها جهت بهبود پردازش های تصمیم گیری مجهز سازند..

درکسب و کار مدرن امروزی رشد استانداردها، خودکارسازی و تکنولوژی باعث دسترسی به اطلاعات گسترده و هدایت شده گردیده است. انبار داده ها ، داده ها را برای دسترسی سریع تر گزارشات ذخیره می کند. ابزارهایی نظیر ETL (استخراج، تغییر شکل و بارگذاری) سیستمهای یکپارچه ، سرعت دسترسی به اطلاعات مفید (منتخب) را افزایش میدهد. OLAP سرعت تحلیل داده ها و گزارش ها را افزایش می دهد. حتی در برخی موارد امکان تحلیل چند بعدی فراهم شده است. به هر حال در عصر انفجار تکنولوژی مشتریان هر لحظه خدمات بهتری را از شرکت انتظار دارند و آنچه در این بازار رقابت به کمک شرکتها می آید ابزار هوشمند در کسب و کار است؛ سیستم هایی که علاوه بر ذخیره سازی درست داده ها اطلاعات به روز جهت اداره بهتر شرکت و تحلیل های ماهانه، هفتگی و سالانه را در اختیار کاربر قرار میدهد .

دغدغه امروز مدیران پر کردن شکاف بین صحت دانش و تصمیم درست است چرا که توانایی مدیر در پاسخ به سوالات ذیل از عوامل اساسی موفقیت وی در اداره سازمان یا کسب و کار خود می باشد.

- چه کنیم که سود افزایش یابد ؟

- چه کنیم که هزینه ها کاهش یابد ؟

- چگونه سهم بازار را افزایش دهیم ؟

سیستم هوش تجاری باید بتواند بر اساس پیش بینی درست وقایع و بهینه سازی وضع موجود به این سوالات پاسخ گوید .

دستاورد به کار گیری هوش تجاری در بانکداری

همانطور که گفته شد هوش تجاری مفهومی است که با هدف تصمیم سازی قابل اطمینان در سطوح مختلف سازمان اعم از کاربران ، مدیران میانی و مدیران ارشد به کمک سازمان می آید و این فرآیند را از طریق گستره وسیعی از برنامه ها و فن آوری های متنوع که در بخشهای مختلف جمع آوری، ذخیره سازی، تجزیه و تحلیل و کنترل دسترسی به کار می گیرد صورت می دهد. در نهایت نتیجه به کارگیری این ابزار دانشی است که از اطلاعات حاصل میشود و با بررسی وضعیت گذشته و کنونی و پیش بینی آینده به بانک در تحلیل مواردی همچون بالا بردن توان رقابتی بانکها در بازار، تعیین گرایش های تجاری بانک، پیش بینی وضعیت بازار، بالا بردن میزان سوددهی بانک، تنظیم قیمت خدمات به نحو مطلوب، بالا بردن میزان فروش خدمات، کاهش هزینه ها، بالا بردن میزان رضایت مشتری، شناسایی مشتری های دائمی و حفظ آنها، تحلیل های مورد نیاز برای تقسیم بندی مشتری، بالا رفتن کارایی بانک در انجام امور داخلی، قابلیت زمان بندی امور به صورت دقیق، توانایی استفاده مناسب از منابع اطلاعاتی موجود در بانک، استانداردسازی و ایجاد سازگاری بین ساختارهای سازمان، توانایی فراهم کردن اطلاعات با کیفیت بالا، ایجاد توانایی اتخاذ تصمیم های سریع ، تشخیص زودهنگام خطرات و فرصت ها، کمک به ردگیری منشای اصلی فاکتورهای حیاتی کارآیی و اتخاذ تصمیم مناسب و ... در شرایط مختلف کمک می کند .