

هوش تجاری (BI)



هوش تجاری (BI)، به زیرساخت‌های رویه‌ای و فنی اشاره دارد که داده‌های تولید شده توسط فعالیت‌های یک شرکت را جمع‌آوری، ذخیره و تجزیه و تحلیل می‌کند.

BI یک اصطلاح گسترده و تکنولوژی محور است که شامل داده کاوی، تجزیه و تحلیل فرآیند، معیارهای عملکرد و تجزیه و تحلیل توصیفی است. BI تمام داده‌های تولید شده توسط یک کسب و کار را تجزیه و تحلیل می‌کند. سپس به صورت گزارش‌های قابل استفاده، که معیار عملکرد و روند تصمیم‌گیری مدیران را فراهم می‌کند، ارائه می‌دهد.

آشنایی با هوش تجاری (BI)

آشنایی با هوش تجاری BI، زمانی اتفاق افتاد که شناخت دلایل مؤثر در موفقیت و شکست برای مدیران اهمیت پیدا کرد. به صورت میانگین زمانی که مدیران اطلاعات نادرستی در اختیار دارند به احتمال زیاد تصمیمات نادرست بیشتری می‌گیرند. سازندگان مدل‌های مالی آن را به عنوان «ورودی زباله، خروجی زباله» معرفی می‌کنند. (این

اصطلاحی است به این معنی که اگر به برنامه اطلاعات ورودی بیهوده داده شود برنامه‌ها نتایج بیهوده‌ای را به عنوان خروجی تولید خواهد کرد.

BI طیف گسترده‌ای از ابزار، اپلیکیشن و متدلوژی را شامل می‌شود که به مدیران در جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل آن با استفاده از سیستم داخلی و منابع خارجی کمک می‌کند.



هوش تجاری چگونه به مدیران کمک می‌کند؟

برای اینکه هوش تجاری به مدیران کمک کند، باید داده‌های به میزان زیاد، با دقت و به روز باشند. برای یافتن داده‌های جدید باید روش‌هایی را که در آن میزان خطا و ساختار داده را بررسی می‌کند، بکار برد.

اما در عمل، شرکت‌ها داده‌های بدون ساختار را در قالب‌های مختلف جمع‌آوری می‌کنند که تجزیه و تحلیل آن‌ها کار آسانی نیست. بنابراین شرکت‌های نرم‌افزاری راه‌حل‌های هوش تجاری را برای بهینه‌سازی اطلاعات جمع‌آوری شده از داده‌ها ارائه می‌دهند. این نرم‌افزارها، نرم‌افزارهای درون سازمانی هستند که برای یکپارچه‌سازی داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌های شرکت طراحی شده‌اند.

اگرچه راه‌حل‌های نرم‌افزاری به طور فزاینده‌ای در حال رشد و گسترده‌گی هستند، اما دانش داده، هنوز نیازمند مدیریت توازن بین گزارش سریع و گزارش عمیق است.

گرچه نتایج حاصل از حجم وسیع داده‌ها، اطلاعات همه‌جانبه‌ای در اختیار مدیران شرکت قرار می‌دهد. اما تحلیلگران داده، معمولاً قادر هستند تا منابع را فیلتر کرده و مجموعه‌ای از نقاط داده را پیدا کنند که می‌تواند

موفقیت یک فرآیند یا حوزه تجاری را به طور کلی نشان دهد. این امر سبب می‌شود تا نیاز به جمع‌آوری و بازسازی همه‌ی داده‌ها کاهش دهد. همچنین تجزیه و تحلیل و گزارش‌دهی را در مدت زمان کم و با سرعت بیشتری امکان پذیر می‌کند.



انواع ابزارها و نرم افزارهای هوش تجاری

ابزارها و نرم افزارهای هوش تجاری انواع مختلفی دارند. بیایید نگاهی گذرا به برخی از انواع رایج این نرم افزارها BI داشته باشیم.

- صفحات گسترده: صفحات گسترده مانند Microsoft Excel و Google Docs برخی از پرکاربردترین ابزارهای BI هستند.
- نرم افزار گزارش‌گیری: از نرم افزار گزارش‌دهی برای گزارش، سازماندهی، فیلتر و نمایش داده‌ها استفاده می‌شود.
- نرم افزار مصورسازی داده‌ها: نرم افزار مصورسازی داده‌ها، کمک می‌کند تا با ارائه تصویر گرافیکی جذاب، مجموعه‌ی داده‌ها، به سهولت و به سرعت خوانده و درک شوند.
- ابزارهای داده کاوی: ابزارهای داده کاوی با استفاده از مواردی مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشینی و آماری، مقادیر زیادی داده را برای الگوها «استخراج» می‌کنند.
- پردازش تحلیلی آنلاین (OLAP): ابزارهای OLAP به کاربران امکان می‌دهد مجموعه داده‌ها را از زوایای مختلف بر اساس دیدگاه‌های مختلف تجاری تجزیه و تحلیل کنند.

مزایای هوش تجاری

شرکت‌ها به دلیل مزایای زیاد هوش تجاری آن را دنبال می‌کنند. بسیاری از شرکت برای پشتیبانی از عملکردهای متنوع مانند استخدام، انطباق، تولید و بازاریابی از آن استفاده می‌کنند. BI یک ارزش تجاری اصلی است. یافتن یک منطقه تجاری که از اطلاعات بهتری برای کار بهره‌مند نباشد، دشوار است.

برخی از مزایایی که شرکتها می‌توانند پس از اتخاذ BI در مدل‌های تجاری خود تجربه کنند عبارتند از: گزارش و تجزیه و تحلیل سریعتر و دقیق‌تر، بهبود کیفیت داده‌ها، رضایت بهتر کارکنان، کاهش هزینه‌ها و افزایش درآمد و توانایی تصمیم‌گیری بهتر در زمینه کسب و کار است.