

هوش تجاری چیست؛ چرا کسب‌وکارهای امروز به BI نیاز دارند؟



نویسنده: مهران منصوری فر

هر کسب و کاری نیاز به آمارهای دقیقی از میزان سود و زیان خود دارد، تا در آینده به موفقیت بیشتری برسد. در مقاله هوش تجاری چیست به معرفی روشی علمی و عملی برای این کار می پردازیم.

داده های آماری دید جامعی به ما می دهند، تا در هر زمینه ای بتوانیم بررسی دقیق تری نسبت به کسب و کارمان داشته باشیم. اینکه چقدر فعالیت مان سود آور بوده، به کمک آمار مشخص می شود. برای دستیابی به چنین گزارش هایی همواره نیازمند ذخیره اطلاعات و در نهایت بررسی همه جانبه آنها هستیم، تا به یک دید کلی از کسب و کارمان در مدت زمان مشخص برسیم، کاری که هوش تجاری به راحتی برای ما انجام می دهد.

[بیشتر بدانید: پرسونای مشتری چیست و چگونه می تواند باعث افزایش فروش شود؟](#)

هوش تجاری چیست؟

هوش تجاری «Business Intelligence» به دانشی گفته می شود، که حاصل تجزیه و تحلیل اطلاعات یک شرکت یا سازمان است. هوش تجاری یا هوش کسب و کار که به اختصار BI خوانده می شود، با کمک داده های موجود

درباره عملکرد بخش‌های مختلف یک شرکت، خرید و فروش‌ها و همچنین کاربران یا مشتری‌ها و دیگر عوامل تاثیرگذار بر روند کار شرکت، اطلاعات ارزشمند و قابل فهمی ارائه می‌دهد، که بخش مدیریت را در تصمیم‌گیری‌های بزرگ و استراتژیک یاری می‌کند. همچنین برای بهتر شدن شرایط موجود و بازگشت سریعتر سرمایه، راهکارهایی را پیشنهاد می‌دهد و نقص‌های احتمالی را نیز مشخص می‌کند.

در تعریف ساده‌تر باید در مورد هوش تجاری گفت: که یک مشاور به تمام معنا برای کسب و کارها است، که با کمک ارقام واقعی، میزان سود در گذشته، حال و آینده را مشخص می‌کند و راهکارهای ارزشمندی پیشنهاد می‌دهد، تا سود مجموعه به بیشترین نرخ بازدهی برسد.

هوش تجاری از فناوری، نرم‌افزارها و الگوریتم‌های بسیار پیشرفته، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و در نهایت تبدیل این اطلاعات به گزارش‌های قابل فهم و مقایسه برای انسان استفاده می‌کند. این فرایند شامل دانشی فراگیر از تمام عواملی می‌شود که بر یک سازمان تاثیر دارد، عواملی مثل: رفتار و میزان مشتری‌ها، رقبای، عملیات داخل سازمان، محیط و شرایط اقتصادی و مواردی از این دست.

هوش تجاری چند مرحله را شامل می‌شود که طی آنها اطلاعات اولیه شرکت دسته‌بندی و جمع‌آوری می‌شوند. پس از تجزیه و تحلیل شدن اطلاعات و بررسی‌های لازم به صورت داده‌های خلاصه شده و مفید، در قالب متن و عدد، نمودار، جدول و یا اشکال دیگر گزارش داده می‌شود. در این فرایند، تمام داده‌های شرکت در بازه‌های زمانی مختلف گردآوری و با هم مقایسه می‌شود. در نهایت پیش‌بینی‌هایی برای بهبود بازدهی شرکت در آینده صورت می‌گیرد.

مدیران با کمک چنین داده‌هایی می‌توانند، استراتژی آینده خود را مشخص کنند، شرکا و مشتریان را برای ادامه همکاری توجیه و ترغیب کنند، یا آنکه رقبا را از سر راه بردارند.



تاریخچه هوش تجاری

استفاده از هوش تجاری یا هوش کسب و کار، علم جدیدی نیست و نمونه اولیه آن به سالهای اولیه اختراع رایانه باز می‌گردد. هر چند در این سالها کامپیوترها به هوشمندی امروز نبودند، اما می‌توانستند در تجزیه و تحلیل داده‌ها کمک بزرگی انجام دهند.

هوش تجاری نخستین بار به صورت رسمی در سال ۱۹۸۹ توسط (هوارد درسنر از گروه گارتنر) معرفی شد. در آن زمان برای تعریف این عبارت اینگونه توضیح دادند که؛ هوش تجاری یک فلسفه مدیریتی و ابزاری برای کمک به سازمان‌ها است، که به کمک آن اطلاعات پالایش می‌شود و برای گرفتن تصمیمات مهم و کاربردی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

چرا هوش تجاری مهم است؟

اگرچه هوش تجاری شامل فرایندهای پیچیده‌ای است، اما در مدت زمان کوتاهی می‌تواند آمار دقیقی از عملکرد شرکت‌ها ارائه دهد. از این رو مدیران برای اتخاذ تصمیمات بزرگ می‌توانند از این داده‌ها استفاده کنند. اگر یک شرکت بدون استفاده از هوش تجاری بخواهد میزان سوددهی و

عملکردش در زمینه های مختلف را به صورت دستی بررسی کند. به چندین نیروی انسانی و مدت زمان زیادی نیاز دارد، تا چنین کاری انجام دهد.

البته آن‌هم فقط اطلاعات محدودی شامل میزان سود در سال گذشته، یا تعداد مشتری ها و مواردی اینچنین. در روش بررسی دستی شرکت ها به اطلاعات پیش پا افتاده ای دست می یابند که سود زیادی برایشان نخواهد داشت.

هوش تجاری همه فرایندهای مختلف از جمله میزان خرید و فروش، ساعت و تاریخ، عوامل محیطی و فرهنگی موثر، نقاط ضعف و قوت و ده ها مورد دیگر را مورد توجه قرار می دهد و در نهایت در گزارشی کامل به تفسیر این اطلاعات می پردازد. مثلاً به یک شرکت می گوید که در چه روزهایی از سال یا در کدام ساعت ها، مشتری ها به خرید چه چیزهایی روی می آورند، یا اینکه مردم کدام ناحیه، محصول خاصی را بیشتر می پسندند، همچنین کدام محصول در شهر های خاصی طرفدار ندارد.

همه این داده ها به تیم مدیریت کمک می کند، تا تصمیم بگیرند روی کدام کالا ها در چه زمان هایی از سال و در کدام نواحی سرمایه گذاری کنند.

مزایای بالقوه هوش تجاری عبارتند از: سرعت بخشیدن و بهبود تصمیم‌گیری، بهبود فرآیندهای کسب و کار داخلی، افزایش بهره‌وری عملیاتی، افزایش درآمد، به دست آوردن گزینه‌های رقابتی بیشتر، یافتن مشکلات تجاری و بهبود روند بازار تجاری ...

سیستم BI می‌تواند داده‌هایش را از داده‌های موجود در گذشته یا داده‌های در حال تولید تامین کند. این داده‌ها می‌توانند شامل اطلاعات قدیمی ذخیره شده در انبار داده‌ها و همچنین داده‌های جدید جمع‌آوری شده، از سیستم‌های منبع باشند.

[بیشتر بخوانید: CRM چیست؛ آشنایی با اهمیت و کاربرد مدیریت ارتباط با مشتری در کسب‌وکارها](#)

هوش تجاری از چه ابزاری استفاده می‌کند؟

هوش تجاری شامل طیف گسترده‌ای از برنامه‌های تجزیه و تحلیل داده، از جمله: تجزیه و تحلیل اطلاعات، گزارش‌سازمانی، پردازش تجزیه و تحلیل به صورت آنلاین می‌شود.

این ابزارها بر پایه تکنولوژی «OLAP» که مخفف عبارت (On-Line Analytical Processing) است توسعه داده شده اند. در این فناوری می توان انواع داده ها را وارد سیستم کرد و از آن طرف مشخص کرد که داده ها بر چه اساسی طبقه بندی و چطور نمایش داده شوند.

برای مثال پس از وارد کردن اطلاعات یک فروشگاه زنجیره ای می شود مشخص کرد، داده ها در چندین دسته هایی طبقه بندی و آنالیز شوند؛ بر اساس زمان، مکان، بیشترین میزان فروش، محصولات پرفروش، محصولات کم سود و ... همچنین می توان از سیستم BI درخواست ارائه آمار دقیق در قالب نمودار، متن، عدد، جدول و سایر گزینه ها را کرد.

برای طراحی نمودار های مختلف، از ابزار پیشرفته تجسم داده استفاده می شود. همچنین برنامه های BI از فرم های پیشرفته ای پشتیبانی کنند، که شامل داده کاوی، پیش بینی، استخراج متن از داده ها و آمارگیری می شود.

ابزار گزارش دهی می تواند شامل ابزار ساده مانند «SAP Crystal Reports» باشد، یا آنکه در بسته های ERP پیچیده مانند «SAP R / ۳ و Oracle E-Business Suite» اقدام به ارائه گزارش شود.



چه کسب و کارهایی باید از هوش تجاری استفاده کنند؟

به طور کلی هر کسب و کاری که اطلاعات و داده های قابل اندازه گیری و مقایسه داشته باشد، می تواند از سیستم هوش تجاری استفاده کند. انواع شرکت های تجاری، رستوران ها و فست فودها، شرکت های خدماتی، شرکت های آی تی، شرکت های مسافرتی و ...

هیچ محدودیتی برای استفاده از هوش تجاری وجود ندارد، هر کسب و کاری که نیاز داشته باشد تا اطلاعات دقیقی نسبت به میزان سرمایه و سودش داشته باشد، می تواند از هوش کسب و کار BI استفاده کند.

مدیران هر کسب و کاری می توانند از این سیستم استفاده کنند و در نهایت

با کمک داده های نهایی تمام زیر مجموعه های خود را بروزرسانی کنند. حتی شرکت های بزرگ می توانند اطلاعات را با سازمان های زیر مجموعه خود به اشتراک بگذارند. با کمک این سیستم یکپارچه، کارمندان به صورت فردی و تیمی می توانند، رفتارشان را اصلاح کرده تا مجموعه را بهینه تر کنند.

بیشتر بخوانید: [قیف فروش چیست و چطور کسب و کارمان را متحول می کند؟](#)

چطور هوش تجاری را در کسب و کارمان پیاده کنیم؟

بیشتر اشاره کردیم که پیاده سازی سیستم BI در کسب و کار شامل مراحل برای جمع آوری داده، آنالیز و در نهایت ارائه نتیجه است. اما هر کدام از این مراحل شامل فرآیند پیچیده تری می شوند که به اختصار آنها را توضیح می دهیم.

۱- از آنجایی که در نهایت اطلاعات باید برای تیم مدیریتی هر سازمان قابل فهم و تفسیر باشند، باید از همان تیم شروع شود. لازم است تیم مدیریتی مشخص کند، که گزارش ها از چه طریق و به چه صورتی در اختیار آنها قرار گیرند. مثلا در قالب متن باشد یا جدول و نمودار؟ اینکه گزارش باید چه مواردی را شامل شود، یا از چه چیزهایی در آن صرف نظر شود، مشخص

کننده نوع داده‌هایی است که باید، سیستم BI به جمع‌آوری آنها بپردازد.

۲- پس از مشخص شدن انتظارات شرکت، باید تیم پیاده‌سازی BI اقدام به طراحی داشبوردهایی کند که قالب آن در مرحله پیش‌مشخص شده است. اینکه چطور مدیر مجموعه به گزارش‌ها دسترسی داشته باشد و ... در این مرحله طراحی می‌شود.

۳- مرحله بعدی چگونگی جمع‌آوری داده‌ها را شامل می‌شود. از آنجایی که قرار است، هوش تجاری به پیش‌بینی بپردازد و همچنین ضعف‌ها را بررسی کند و در نهایت دلایل سود و زیان را بگوید، می‌بایست همه اطلاعات به درستی در اختیارش قرار گیرند. برای این کار نیاز است تا یک پایگاه یا انبار داده، در شرکت راه‌اندازی شود و همه بخش‌ها با آن مرتبط شوند. یعنی داده‌های همه قسمت‌ها در یک مکان مشخص و ایمن ذخیره شوند.

در این پایگاه، داده‌های پیشین و فعلی شرکت به صورت پالایش شده و خام ذخیره می‌شوند. تا بعداً در اختیار تیم پیاده‌سازی هوش تجاری قرار گیرند.

۴- پس از آنکه داده‌ها پالایش و ذخیره‌سازی شد، نوبت به مرحله آزمایشی انجام طرح می‌رسد. متخصصان هوش تجاری سعی می‌کنند، تا دقیق‌ترین فرمول‌ها و برنامه‌ها را برای آنالیز اطلاعات استفاده کنند، تا نتیجه مورد انتظار به دست آید. امکان دارد این مرحله آزمایش و خطا چندین بار تکرار شود تا به نتیجه دلخواه و درست برسند.

۵- در آخرین مرحله این فرایند، نتایج بررسی‌ها به همان ترتیبی که در مرحله اول مشخص شده بود، به نمایش درمی‌آیند. این چرخه همواره ادامه دارد و پیوسته اطلاعات به روز را نیز به دیگر داده‌ها می‌افزاید و به صورت آنلاین می‌توان اقدام به دیدن گزارش هوش تجاری کرد.



مزایای استفاده از هوش تجاری

هوش تجاری برای هر کسب و کار و تجارت، مزایای متعدد و چه بسا مختلفی دارد. در اینجا به معرفی چند مورد از مزایای مشترک در بیشتر کسب و کارها می‌پردازیم.

گزارش دهی منظم

از آنجایی که یک سازمان از بخش‌های مختلفی تشکیل شده، رییس برای مدیریت، یکپارچه‌نیازمند به گزارش دهی منظم همه بخش‌ها خواهد بود. این کار به صورت دستی و ماهیانه می‌تواند دشوار و هزینه‌بر باشد. هوش تجاری این امکان را فراهم می‌آورد که در هر زمان مدیر بتواند گزارش عملکرد هر بخش را جداگانه بررسی کند. همچنین گزارشی کامل مربوط به عملکرد کل مجموعه را می‌تواند به صورت مستمر ببیند.

تسهیل در تصمیم‌گیری

از آنجایی که داده‌های آماری در همه زمینه‌ها همواره در دسترس مدیریت هستند. با توجه به هر شرایطی می‌توان تصمیم‌های هوشمندانه‌ای گرفت. اینکه با چه اشخاص و چه شرکت‌هایی همکاری کند، چه کاری باعث زیان می‌شود، چه چیزی سود آورد است، را می‌توان به کمک گزارش‌های

سیستم هوش تجاری دریافت. همچنین پیشنهادهایی دریافت کرد که چه اقداماتی باعث سود بیشتر می شوند!

در نهایت این گزارش ها به تصمیم گیری های استراتژیک ختم می شوند که بعضا می توانند یک شرکت را موفق یا ورشکسته کنند.

افزایش بهره وری

همانطور که گفته شد، وظیفه هوش تجاری تنها آنالیز داده نیست، بلکه عوامل سود و زیان را هم مشخص می کند. با شناسایی عوامل زیان آور موجود در مجموعه، می توان آنها را از چرخه حذف یا اصلاح کرد. این موضوع می تواند جلوی ضرر بیشتر را بگیرد.

کاهش هزینه ها

نیروی انسانی اضافه یا ناکارآمد بیشترین هزینه های مالی را برای شرکت به بار می آورد. از طرفی با توجه به پیشرفت فناوری و دیجیتال شدن داده ها، شرکت ها ناچارند افرادی را برای رسیدگی و دسته بندی این داده ها استخدام کنند. پیاده سازی سیستم BI می تواند همه این هزینه ها و افراد را حذف کند و اطلاعات را با سرعت و دقت بسیار بالاتری دسته بندی کند.

افزایش کیفیت رقابت

رقابت در هر زمینه‌ای وجود دارد، تنها زمانی از این رقابت‌ها لذت خواهید برد، که آمار دقیقی از سود و زیان و میزان فروشتان و همچنین پیش‌بینی‌هایی از آینده داشته باشید. اگر بدانید که چه کاری انجام دهید، قطعاً رقابت سالم مانند یک بازی هیجان‌انگیز خواهد بود.



معایب هوش تجاری

استفاده از سیستم هوش تجاری به خودی خود عیبی ندارد، اما برخی عوامل وجود دارند که باعث شکست برخی پروژه‌های مبتنی بر هوش تجاری می‌شوند.

اطلاعات غیر شفاف

از آنجایی که همه دانش هوش تجاری درباره هر سازمان، به اطلاعاتی که به آن داده می‌شود بستگی دارد. عدم ارائه اطلاعات درست می‌تواند همه محاسبات را با اشتباه روبرو کند. باید سعی شود در دادن اطلاعات درست هیچ کاستی به عمل نیاید.

عدم همکاری با هوش تجاری

هوش تجاری و یک سازمان به صورت مستقل از هم نیستند و همواره در تعامل با هم اند. از آنجایی که هوش تجاری با آنالیز داده‌های سازمان، راهکارهایی را پیشنهاد می‌دهد، می‌بایست در راستای سود بیشتر، این راهکارها را پیاده‌سازی کرد، تا در مراحل بعدی نتیجه دلخواه حاصل شود. حال اگر بخش‌هایی از این سازمان به این داده‌ها توجه نکنند و همانند سابق عملکرد اشتباه خود را داشته باشند، بی‌شک تمام پیش‌بینی‌های هوش تجاری اشتباه از آب در می‌آیند.

دنبال نکردن اهداف

همانطور که قبلاً اشاره شد برای هر پروژه هوش تجاری باید اهدافی مشخص

کرد. همواره هوش تجاری آن اهدافی که برایش تعریف شده را دنبال می‌کند و در صورتی که اعضای سازمان آن اهداف را نادیده بگیرند یا تغییر دهند، دیگر این سیستم BI درست عمل نخواهد کرد. بایستی همواره در بالاترین سطح اهداف مجموعه و هوش تجاری یکی باشند.

اشتباهات در پیاده‌سازی

سیستم هوش تجاری مجموعه‌ای از نرم‌افزارها و الگوریتم‌ها را شامل می‌شود، اگر هر کدام از این برنامه‌ها به درستی اجرا نشوند، می‌تواند نتایج گزارشات کاملاً اشتباه باشد. در مرحله آزمایش باید به دقت همه این موارد برای چند بار بررسی شوند.

عملکرد اشتباه بخش اجرایی

هر تصمیم‌گیری و هدفی نیاز به اجرا شدن دارد تا نتیجه بدهد. تیم‌آی‌تی یا پیاده‌سازی هوش تجاری نمی‌تواند هم پیشنهاد بدهد و هم اجرا کند. زمانی این پیشنهادات به نتیجه می‌رسند که توسط مدیران سایر بخش‌ها اجرا شوند. عدم همکاری بخش‌های اجرایی می‌تواند یک پروژه را به مرز شکست برساند.

نداشتن برنامه ریزی

عدم وجود برنامه ریزی حتی کوچکترین کارها را می‌تواند با شکست مواجه کند. از آنجایی که قرار است اهداف شرکت با جدیدت بیشتری دنبال شوند نیاز به یک برنامه ریزی دقیق و حساب شده است.

کم دانش بودن کارمندان

میزان دانش کارمندان یک مجموعه مشخص می‌کند که چه کاری درست انجام شود یا اشتباه! از آنجایی که هوش تجاری متدهای جدیدی ارائه می‌دهد، می‌بایست کارمندان نیز آموزش‌های لازم برای اجرای آن را به دست آورند. اگر کارمندان با همان دانش قبلی به کارشان ادامه دهند، نتیجه‌ای بیشتر از آنچه که قبلاً بود حاصل نخواهد شد.



سخن پایانی

هوش تجاری مجموعه‌ای از نرم‌افزارها و ابزار آنالیز داده است، که با بررسی داده‌های یک شرکت می‌تواند میزان سود و زیان و دلایل آن را مشخص کند. از آنجایی که آنالیز داده‌ها می‌تواند مدیران را در اتخاذ تصمیم‌های بسیار بزرگ یاری کند، شرکت‌ها نیازمند استفاده از چنین سیستم‌های هوشمندی هستند. برای پیاده‌سازی هوش تجاری می‌بایست، کل مجموعه همکاری‌ها و دانش لازم را داشته باشد، در غیر این صورت نتیجه مورد انتظار حاصل نخواهد شد.

شما از چه روشی برای بررسی میزان سود و زیان و پیش‌بینی بازار کار خود استفاده می‌کنید؟