

نقش هوشمندی کسب و کار در عملکرد سازمان

منتشر شده در بهمن ۱۳۹۶

در یک دهه گذشته تمامی سازمانهای برتر، سرمایه گذاریهای بسیاری بر روی هوشمندی کسب و کار و فناوری اطلاعات اعم از نرم افزار و سخت افزار انجام داده اند. در عصر اطلاعات، کسی که اطلاعات دارد، دارای قدرت است. هر سازمان و شرکتی که از این قدرت برخوردار باشد در صنعت و حرفه خود در مقایسه با رقبای خود متمایز و ممتاز میشود.

سازمان ها و شرکت ها و محیط پیرامونی آنها، امروزه با سرعت حرکت و تغییر میکنند. اخذ اطلاعات صحیح در زمان صحیح اساس و پایه موفقیت و چه بسا بقای سازمان است، اما همیشه شکاف عمیقی بین اطلاعات مورد نیاز مدیران تجاری و انبوه داده هایی وجود دارد که طی عملیات های روزمره شرکتی در بخش های مختلف آن جمع آوری می شوند. ضمن آنکه برخی اطلاعات از خارج از سیستم های عملیاتی بایستی تامین گردند.

هوشمندی کسب و کار به چه معنی است؟

هوشمندی کسب و کار اصطلاحی است که از اواسط دهه ۱۹۹۸ میلادی مطرح گردید و به معنای **تبدیل داده ها** از شکل اولیه آنها به چیزی است که تصمیمات تجاری بتوانند بر آن اساس گرفته شوند. این عبارت همچون چتری است که سایر نظام های مرتبط با داده شامل انبار داده، داده کاوی (Data Mining)، تحلیل آماری، پیش بینی و پشتیبانی از تصمیم را به یکدیگر مرتبط می کند.

در تعریف دیگری؛ هوشمندی کسب و کار یعنی **فرآیند بالا بردن سوددهی سازمان در بازار رقابتی** با استفاده هوشمندانه از اطلاعات موجود در سازمان در فرآیند تصمیم گیری تعریف شده است.

فواید استفاده از هوشمندی کسب و کار در سازمان

بیشترین بهره مندی بدست آمده از هوشمندی کسب و کار، امکان دسترسی بی واسطه به داده ها توسط تصمیم گیرندگان در تمام سطوح سازمان است. در این صورت این افراد قادر خواهند بود که با داده ها تعامل داشته باشند و آنها را تحلیل کنند و در نتیجه بتوانند کسب و کار را مدیریت نمایند، **کارایی را بهبود** بخشند، **فرصتها را کشف** کنند و **کارشان را با بازدهی بالا** انجام دهند

در ساده ترین حالت هوشمندی کسب و کار اطلاعاتی راجع به وضع کنونی کسب و کار به مدیران تحویل میدهد. با استفاده از هوشمندی کسب و کار، اطلاعات در زمان مناسب و با انعطاف بیشتری در اختیار مدیران قرار داده میشود.

در صورتیکه یکی از شاخص‌های کسب و کار از قلم افتاده باشد یا خارج از برنامه‌ریزی باشد، هوشمندی کسب و کار به کاربران این امکان را می‌دهد که جزئیات را شکافته و بدلیل این اتفاق پی ببرند و تصمیمات مقتضی را برای جبران وضعیت موجود بگیرند.

راه‌های بکارگیری هوشمندی کسب و کار

در مرحله اول لازم است تا **فرآیند دسترسی به اطلاعات تسهیل گردد**. بگونه‌ای که تصمیم‌گیرندگان در هر زمان و هر مکان بتوانند بدون نیاز به واسطه به اطلاعات مربوطه مراجعه کرده و انواع تحلیلهای موردنظر خود را انجام دهند. همچنین نمایش اطلاعات بایستی به گونه‌ای باشد که امکان انجام بررسی از ابعاد مختلف وجود داشته باشد تا مدیران در صورت نیاز به راحتی تاثیر هریک از عوامل را مشاهده کرده و دلیل آسیب‌های سازمانی را جستجو و تحلیل کنند. از این‌رو هوشمندی کسب و کار میتواند تأثیرات بسزایی در کسب مزیت رقابتی در سازمانها داشته باشد.

جهت تسهیل در دسترسی به اطلاعات نیاز است که ابتدا به **خودکارسازی و مکانیزه کردن فرایندهای سازمان** و در نهایت به **الکترونیکی کردن گردش مکاتبات و سرویس** های خود پردازید. برای دستیابی به هوشمندی در کسب و کار لازم است ابتدا فرایندها در سازمان شما شناسایی شود. این امر به تجربه و دانش بسیاری در زمینه مدیریت فرایندهای کسب و کار نیاز دارد. پس از طی این مرحله نیاز به طراحی مدل فرایند و داده‌ها در سازمان وجود خواهد داشت. پس از پیاده‌سازی و اجرای فرایندهای سازمان یکی از راه‌هایی که همواره سبب افزایش کارایی و سودآوری سازمان می‌شود تحلیل و بهبود فرایندهای سازمان خواهد بود.

۱/ نرم افزارهای هوشمندی کسب و کار

جهت خودکارسازی کارها در سازمان خود ابتدا لازم است که از یک سیستم اتوماسیون اداری بهره بگیرید. این اولین قدم برای پیاده‌سازی هوشمندی کسب و کار و بهبود کارایی در سازمان شماست. قدم دوم جهت تکمیل فرایندهای سازمان استفاده از یکی از **نرم‌افزارهای BPMS** می‌باشد. پیاده‌سازی مدیریت فرایندها در سازمان مجموعه وظایفی که نیاز به اقدام دارند را لیست کرده و متناسب با اولویت، هرکدام را نظم می‌بخشد.

اتوماسیون اداری و BPMS دو روش مکمل برای رسیدن به هوشمندی در کسب و کار سازمان میباشند. از جمله معروفترین نرم‌افزارهای خودکارسازی و مدیریت فرایندها در سازمان میتوان به **اتوماسیون اداری فراگستر**، بیزاجی و پروسس میکر اشاره کرد.

۲/ ابزارهای هوشمندی کسب و کار

موسسه TDWI در گزارشی در سال ۲۰۰۸ به بررسی و مقایسه ابزارهای موجود در حوزه هوشمندی کسب و کار پرداخت. نتایج این تحقیق در زیر آورده شده است. در این نقطه نظر، طبقه بندی فناوری در یک چارچوب فرایندی برای تحقق راه حل مبتنی بر هوش مصنوعی ارائه شده است. بخشی که تحت عنوان ابزارهای BI مورد تمرکز قرار گرفته‌اند دارای ویژگی‌های وظیفه‌ای مشترک به شرح ذیل هستند.

شایان ذکر است که کلیه ابزارهای تولید شده در حوزه هوش مصنوعی همه این ۸ ماژول را بطور کامل ارائه نمی‌دهند و درجه تامین نیازها در ابزارهای مختلف متفاوت است.

- گزارش‌گیری تولید : (IProduction Reporting)

این ماژول توسعه دهندگان سیستم را برای خلق گزارشاتی با ریزنمایی بالا و یا گزارشات پیچیده مدیریتی که نیاز به برنامه نویسی با SQL با برنامه نویسی مرتبط دارد، توانمند می‌سازد.

- گزارش‌گیری و پرس‌وجو کسب و کار: (Business Query & Reporting)

این ماژول کاربران قدرتمند را برای خلق گزارشات متعامل، فرمت دار برای گروه کاری خود و یا واحدهای مربوطه بدون نیاز به کدنویسی، توانمند می‌سازد.

- فرایند تحلیل آنلاین: (OLAP)

کاربران را برای تحلیل داده در ابعاد و سطوح چندگانه به طرق متعامل و متنوع؛ توانمند می‌سازد. در این شرایط، کاربر می‌تواند با استفاده از Down Drill به ابعاد و سطوح مختلف داده با استفاده از ماوس دست یابد.

- داشبورد: (Dashboard)

به کاربران امکان انتخاب و مشاهده شاخص‌های کسب و کار را بصورت گرافیک از چندین منبع اطلاعاتی را می‌دهد.

- مصورسازی پیشرفته: (Advanced Visualization)

این ماژول به کاربران امکان تحلیل حجم وسیعی از داده‌ها را به طور شهودی می‌دهد. این ابزار عموماً توسط تحلیل‌گران برای شناسایی روندهای پنهان بکار می‌رود.

- یکپارچه سازی با مایکروسافت آفیس: (Microsoft Office Integration)
این ماژول کاربران را به مشاهده آنلاین و زنده گزارشات هوش مصنوعی در نرم افزارهای مایکروسافت آفیس مانند ورد و اکسل، توانمند میسازد.
- تحلیل پیشگویانه: (Predictive Analytics)
این ماژول کاربران را برای اجرای الگوریتم های پیشرفته برای گزارش گیری از داده ها و پیشگویی آینده و یا بیان ارتباط و میزان همبستگی بین داده ها، توانمند میسازد.
- جستجو هوشمندی کسب و کار: (BI Search)
این ماژول از یک پارادایم جستجو برای کمک به کاربران BI برای تولید گزارشات دینامیک و پویا مرتبط، بهره می جوید.

نتایج تحقیقات بکارگیری هوشمندی کسب و کار در سازمان

از مهمترین تحقیقاتی که می توان به آنها اشاره کرد موارد زیر می باشد:

- **محقق بورو در سال ۲۰۱۳:** هوشمندی کسب و کار موجب ایجاد مزیت رقابتی در نوآوری محصول، رضایت مشتری و رهبری بازار میشود.
- **محقق کاراما در سال ۲۰۱۴:** هوشمندی کسب و کار نه تنها موجب بهبود در وضعیت مالی میشود بلکه در ایجاد شبکه ای ارزش نقشی اثرگذار دارد.
- **محقق پونماروجوف در سال ۲۰۱۳:** مهمترین نکته در ایجاد مزیت رقابتی مدیریت داده ها میباشد.
- **محقق چرونو در سال ۲۰۱۴:** مهمترین چالش در بکارگیری هوشمندی کسب و کار، تغییرات سریع فناوری میباشد
- **محقق ناوارو در سال ۲۰۱۰:** مزیت رقابتی یک شرکت در گرو جمع آوری اطلاعاتی درباره رضایت مشتریان از محصولات و خدمات شرکت، یا تحقیق در زمینه عوامل تبیین جایگاه شرکت در بازار در مقایسه با رقبای است

نقش هوشمندی کسب و کار در رضایت مشتری

فناوری محور بودن سیستم ارتباط با مشتری میتواند بصورت یک سرویس یا محصول جدید، یک ساختار جدید، یک فرایند تولید جدید، و یا یک سیستم جدید اداری باشد. یک عامل کلیدی موفقیت برای شرکتها میزان نوآوری آنها در استفاده از فناوری میباشد که مربوط به قابلیت هر شرکت در بکارگیری نوآوری؛ معرفی فرآیندها، محصولات

و ایده های جدید در بازار و سازمان است. فعالیتهای نوآورانه بطورکلی برای موفقیت شرکتها با اهمیت هستند. درحالی که گرایش به فناوری گواه رابطه مثبت میان مزیت رقابتی و برتریهای فناوری محور بودن میباشد. با توجه به بالا بودن ضریب مسیر رضایت مشتری نسبت به مشتری گرایی و بازاریابی توصیه میشود شرکتها برنامه های خود را بیشتر در جهت **ارائه نوآوری در خدمات خود مانند اضافه کردن گزینه هایی به نرم افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری، برنامه های تبلیغاتی جدید** متمرکز نمایند. زیرا در سطح کیفیت برابر آنچه موجب رقابت میگرد نوآوری در محصول یا خدمت است.

با توجه به بالا بودن ضریب مسیر نوآوری و عملکرد سازمانی نسبت به ضریب مسیر بازاریابی و عملکرد سازمانی نشان میدهد که **نوآوری بر عملکرد بیشتر از بازاریابی تاثیرگذار است**. با توجه به تبلیغات گسترده سیستماتیک و رقابت تنگاتنگ در ارائه خدمات با کیفیت بالا، مشتریان را به سمت انتخاب بین آنها بر اساس نوآوری شان سوق میدهد. ارائه نوآوری، شرکتها را با بازار بزرگی مواجه میکند که برآیند آنها بر عملکرد شرکت موثر است.

افزایش اثربخشی در سازمان

در جهت **بهبود عملکرد و اثربخشی** نیز باید توجه شود که شرکتها علاوه بر اینکه با مشتریان خود ارتباط دارند، با شرکای تجاری یا تامین کنندگان خود نیز در ارتباط هستند. مدیریت این ارتباطات از آن جهت مهم است که در صورت اخلال در آن، کل یک کسب و کار به چالش کشیده میشود. شرکای تجاری ممکن است تامین کنندگان کالا خدمات یا نمایندگان فروش و یا افراد و شرکت هایی باشند که سازمان برای فروش محصولات خود، به محصولات و خدمات آنها نیاز دارد.

بنابراین بسیار مهم است که این نوع از ارتباط مدیریت شده تا بیشترین اثربخشی و کارایی نصیب سازمان گردد. بنابراین **توانمندسازی سازمان در ارتباطات تجاری خود به منظور افزایش اثربخشی و کارایی** امری مهم جلوه میکند.

کلام آخر:

هوشمندی کسب و کار یک عامل کلیدی در کسب مزیت رقابتی برای شرکت های فناوری محور می باشد. نتایج تحقیقات تایید میکنند که از میان ابزارهای تشکیل دهنده هوشمندی کسب و کار، سیستم های اطلاعات دارای معنادارترین رابطه با مزیت رقابتی است. مدیریت اطلاعات و داده های سازمان با بکارگیری نرم افزار اتوماسیون اداری و فرایندها در سازمان به راحتی محقق خواهد شد. **بکارگیری هوش مصنوعی و جدیدترین تکنولوژی های دنیا در این ابزارها به شما در هوشمندی کسب و کارتان کمک خواهد کرد.**