

به نام خدا

هوشمندی کسب و کار و نقش آن در ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان

دکتر غلامعلی طبرسا

(استاد دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی)

فاطمه جنتی

(دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی دانشگاه شهید بهشتی)

هوشمندی کسب و کار

- هوشمندی کسب و کار فرایندی است که در آن داده های خام به اطلاعات مورد نیاز کسب و کار و مدیریت تبدیل می شود و موجب تصمیم گیری بهتر و با سرعت بیشتر در سازمان می شود.
- هوشمندی کسب و کار را تحت عنوان چتری که شامل معماری، ابزارها، پایگاه های داده ای، متدولوژی ها و کارکردها می شود نیز تعریف کرده اند.
- هوشمندی کسب و کار همه فرایندهای دخیل در استخراج اطلاعات ارزشمند از مجموعه های داده ای بزرگ و ارائه آن ها به مدیرعالی برای کمک به ایشان در برنامه ریزی و تصمیم گیری را شامل می شود.

اهداف به کارگیری هوشمندی کسب و کار

- ایجاد برنامه های استراتژیک
- ایجاد تنوع محصولات و بازاریابی
- پیش بینی پروفایل مشتریان آینده
- پیش بینی وفاداری و تمایل مشتریان
- تعیین استراتژی های قیمت گذاری محصولات / خدمات
- گرفتن پیشنهاد افزایش کیفیت و بهره وری
- تجویز اقداماتی برای جلوگیری از شکست
- برنامه ریزی سرمایه انسانی

ابعاد اصلی سیستم هوشمندی کسب و کار

کسب و کار روش ها و فنون مدیریتی	کاربردی میزان کاربرد سیستم های هوش کسب و کار
تکنولوژی روش ها و ابزارهای فنی	سازمان روش پیاده سازی

سرمایه گذاری در هوشمندی کسب و کار

- سرمایه گذاری در هوشمندی کسب و کار شامل سرمایه گذاری در زیرساخت های فنی، نرم افزاری و سخت افزاری مربوط به هوشمندی کسب و کار می شود.
- تحقیقات نشان می دهد که سرمایه گذاری در هوشمندی کسب و کار موجب عملکرد بهتر کسب و کار می شود.
- بیشترین سرمایه گذاری در فن آوری در سال ۲۰۱۰ در جهان در زمینه هوشمندی کسب و کار صورت گرفت و در سال ۲۰۱۱ نیز این جایگاه حفظ شد. بر اساس تحقیقات گارتنر، هوشمندی کسب و کار تا سال ۲۰۱۷ همچنان در مرکز توجه مدیران است و رشد چشمگیری در میزان سرمایه گذاری بر روی آن صورت گرفته است.

ضرورت استفاده از هوش کسب و کار

- تعیین گرایش های تجاری سازمان
- تحلیل عمیق بازار و پیش بینی آن
- شناسایی مشتریان وفادار و بالابردن سطح رضایتمندی آنان
- تقسیم بندی مشتریان و متعاقبا ایجاد تنوع در روش برخورد با هرگروه از مشتریان
- افزایش کارایی سازمان در امور داخلی و شفاف سازی رویه فرایندهای کلیدی.

ضرورت استفاده از هوش کسب و کار

- استانداردسازی و ایجاد سازگاری بین ساختارهای سازمان.
- تسهیل در تصمیم گیری که جزء اهداف اساسی هوش کسب و کار محسوب می شود.
- تشخیص زود هنگام خطرات قبل از اینکه سازمان را به مخاطرات جدی بکشاند و شناسایی فرصت های کسب و کار قبل از اینکه رقبا آن را تصاحب کنند.
- حصول اطمینان از دوباره اختراع نکردن چرخ

مزایای هوشمندی کسب و کار

امروزه سازمانها و شرکتهای و محیط پیرامون آنها، به سرعت در حال حرکت و تغییر هستند. اخذ اطلاعات صحیح در زمان صحیح، اساس تصمیم گیری موفق و موجب بقای سازمان است، اما همیشه شکاف عمیقی بین اطلاعات مورد نیاز مدیران تجاری و انبوه داده های جمع آوری شده در عملیاتیهای روزمره شرکتی در بخشهای مختلف آن وجود دارد. هوش کسب و کار با فراهم آوردن دسترسی بی واسطه تصمیم گیرندگان به داده ها در تمام سطوح سازمان و ایجاد یک محیط تعاملی و تحلیلی، کسب و کار را مدیریت کرده، کارایی را بهبود بخشیده، فرصتها را کشف کرده و باعث افزایش بازدهی در عملکرد می گردد.

ضعف های هوشمندی کسب و کار

- هوشمندی کسب و کار در جمع آوری داده های کیفی ضعیف است.
- تمرکز هوشمندی کسب و کار بر داده های در دسترس سیستم های اطلاعاتی عملیاتی است. اما معمولاً حجم زیادی از اطلاعات غیر ساخت یافته و نیمه ساخت یافته وجود دارند که در دسترس پایگاه داده ها نیستند.
- بی اطلاعی از دانش ضمنی.

ارزیابی و اندازه گیری هوشمندی کسب و کار

- اثبات ارزش سرمایه گذاری

که دو جنبه اصلی را می بایست پوشش دهد :

۱. هزینه های به کارگیری هوش کسب و کار چه مقدار است؟

۲. به کارگیری هوش کسب و کار چه مزایایی دارد؟

- اندازه گیری هوش کسب و کار

مزیت رقابتی

مزیت رقابتی از مفاهیم اساسی در کسب و کار بین المللی است که موقعیت رقابتی سازمان را تعیین می کند و به سازمان توانایی ایجاد موقعیت تدافعی در برابر رقبایش را می دهد.

دو نوع مجزا مزیت رقابتی وجود دارد.

- مزیت هزینه

- مزیت متمایز

منابع ایجاد مزیت رقابتی

- کارایی سازمان
- نوآوری در سازمان
- پاسخگویی به مشتریان

ایجاد مزیت رقابتی با استفاده از هوشمندی کسب و کار

در مورد مزیت رقابتی، سه دیدگاه شامل دیدگاه محیطی، دیدگاه عوامل درون سازمانی و دیدگاه هوشمندی رقابتی یا هوشمندی کسب و کار مطرح شده است

دیدگاه سوم به مزیت رقابتی، دیدگاه هوشمندی رقابتی است. با توجه به جهانی شدن بازارها و توسعه قلمرو رقابت به کل دنیا، این دیدگاه در صدد تلفیق و توسعه نظریات موجود و ارائه یک دیدگاه جامع جهت دستیابی به مزیت رقابتی است.

هوشمندی رقابتی فقط تحقیقات بازار و یا بررسی بازار نیست، بلکه فرایند شناخت رقابت و دستیابی به علل بالا رفتن مزیت رقابتی از طریق جمع آوری اطلاعات در خصوص رقبای، تفکر بر روی اطلاعات و بکارگیری آن در برنامه ریزی استراتژیک کوتاه مدت و بلند مدت شرکت می باشد.

بحث و نتیجه گیری

با توجه به اینکه امروزه کسب و کارها در محیطی فعالیت می کنند که همه چیز سریعاً در حال تغییر است. سازمان ها باید بتوانند با استفاده از ابزار هوشمندی کسب و کار به سرعت داده ها و اطلاعات مرتبط با کسب و کار و صنعت خود را جمع آوری و تجزیه و تحلیل نموده و بر اساس آن ها تصمیمات صحیح را به دقت و در کمترین زمان ممکن اتخاذ کنند.

سازمان ها اگر می خواهند از فرصت های پیش روی خود حداکثر بهره را ببرند و خروجی فعالیت هایشان، یعنی محصولات و خدماتی که ارائه می دهند نسبت به رقبایشان دارای مزیت رقابتی باشد باید ابتدا فرآیندها و ورودی سازمان خود را با استفاده از سیستم های هوشمند مجهز به مزیت رقابتی کنند.

سپاس از توجه و همراهی شما