

## هوش تجاری چیست ؟

پیدایش تکنولوژی های ارزان قیمت ذخیره داده و گستردگی ارتباطات اینترنتی، دسترسی به مقادیر زیاد اطلاعات را برای اشخاص و سازمان ها را فراهم کرده است.

اکثر داده ها در آغاز از نظر محتوا و نمایش، غیرهمگن شامل تراکنش های تجاری ، اقتصادی و اداری، آدرس های وب ، ایمیل ، متن ، ابرمتن ، نتایج آزمایشات پزشکی و ... هستند، که دسترسی به آن ها می تواند فرصت ها و امید های تازه ای ایجاد کند.

هوش تجاری را می توان به عنوان یک سری مدل های ریاضی و روش های تحلیلی برای استخراج اطلاعات و دانش از داده های موجود دانست که برای فرآیند تصمیم گیری های پیچیده استفاده می شود.

## هدف اصلی سیستم های هوش تجاری:

تأمین کارمندان دانشی با ابزارها و روش هایی است که آن ها را در تصمیم گیری موثر و به موقع یاری کند.

به کارگیری روش های تحلیلی قوی باعث می شود تصمیم گیرندگان به اطلاعات و دانش قابل اطمینان تری دسترسی پیدا کنند. استفاده از روش های نرمال تحلیل، تصمیم گیرندگان را مجبور می کند که شرایط ارزیابی راه حل های متفاوت و مکانیزم مدیریت مشکل را به صورت صریح شرح دهند. این بررسی عمیق و تفکر منجر به آگاهی عمیق تر و دریافت منطقی تر در فرآیند تصمیم گیری می شود.

## تصمیمات به موقع

. سازمان ها در یک محیط اقتصادی شدیداً رقابتی و بسیار متغیر فعالیت می کنند. بنابراین توانایی عکس العمل سریع نسبت به عمل رقیبان و شرایط جدید بازار، عامل مهمی در موفقیت و حتی بقای سازمان است.

به هنگام بروز مشکل تصمیم گیرندگان از خودشان سوالاتی می پرسند و تحلیل های متقابل را انجام می دهند. با این حال بررسی و مقایسه موارد مختلف و انتخاب بهترین تصمیم از بین آن ها به شرایط وابسته است.

اگر تصمیم گیرندگان به این که استفاده از سیستم های هوش تجاری فعالیت های آن ها را تسهیل می کند اعتماد داشته باشند، می توانیم این انتظار را داشته باشیم که **کیفیت عمومی فرآیند تصمیم گیری** به صورت قابل توجهی بهبود یابد. به کمک مدل های ریاضی و الگوریتم ها، تحلیل تعداد زیادی عملیات ممکن می شود و ما می توانیم به تصمیم مؤثر و به موقع دست پیدا کنیم و به نتیجه مطلوبمان برسیم.

تفاوت بین داده و اطلاعات و دانش :

داده: بطور عموم به یک قانون ساخت یافته از یک موجودیت اولیه اطلاق می شود.

اطلاعات: خروجی عملیات پردازش بر روی داده هاست و در حوزه ی کاری فردی که آن را دریافت می کند معنی دار است.

دانش: هنگامی که اطلاعات برای تصمیم گیری مورد استفاده قرار می گیرد به دانش تبدیل می شود و عملیات متناظر تدوین می شود.

به نظر میرسد که مدیریت دانش و هوش تجاری در اهداف خود دارای درجه ای از مشابهت باشند . هدف هر دوی آن ها ایجاد محیطی است که در آن کارمندان دانشی بتوانند در فرآیند تصمیم گیری، مسائل پیچیده به وجود آمده را بررسی و برای حل آن راهکار ارائه کنند

اگر بخواهیم بین این دو تفاوتی قائل شویم، می توانیم بگوییم تمرکز روش های مدیریت دانش بر روی تفسیر اطلاعاتی است که اغلب به صورت غیر ساخت یافته و پراکنده شامل اسناد ، مکاتبات و تجربیات گذشته، می باشد . اما سیستم های هوش تجاری بر اساس اطلاعات ساخت یافته در یک محیط قابل اندازه گیری و اغلب موجود در پایگاه داده انجام می شود. اما این تفاوت بسیار ظریف است. به طور مثال توانایی بررسی ایمیل ها و وب سایت ها می تواند توسط روش های تدریجی موجود در سیستم های هوش تجاری انجام شود با اینکه منبع اطلاعات غیر ساخت یافته است.

با آرزوی موفقیت دوستان

پایان