



برای حضور فعال در بازارهای بین المللی هوش تجاری ابزار مهم و اثرگذاری برای بنگاه های اقتصادی است

رئیس کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی اصفهان توجه به انقلاب صنعتی چهارم را یکی از الزامات مهم بنگاه های اقتصادی برشمرد و گفت: برای حضور فعال در بازارهای بین المللی هوش تجاری جایگاه ویژه ایی در مدیریت و راهبری بنگاه های اقتصادی دارد .

مسعود گلشیرازی در نشست تخصصی نقش و کاربرد هوش تجاری در مدیریت بازرگانی در سالن اجتماعات اتاق بازرگانی اصفهان با اشاره به انقلاب صنعتی چهارم و تاثیر آن در فضای کسب و کار گفت: انقلاب صنعتی سوم با کامپیوتر آغاز شد با اتوماسیون اداری و صنعتی عجیب بود ولی انقلاب چهارم صنعتی از سال 2006 با خلق هوش مصنوعی تحول بزرگی در فضای کسب و کار ایجاد کرد.

وی خاطر نشان کرد: استفاده از دیتا و اطلاعات پراکنده برای بهبود روابط تجاری با مصرف کنندگان در قالب هوش مصنوعی بسیار مهم و اثرگذار است.

وی با اشاره به برگزاری همایش و نشست های تخصصی کمیسیون تجارت اتاق بازرگانی در پرداختن به انقلاب صنعتی چهارم گفت: فعالان اقتصادی بایستی با ابعاد گوناگون هوش تجاری آشنا شوند.

بهروز مینایی دانشیار دانشگاه علم و صنعت ایران در این نشست به نقش داده کاوی هوش تجاری و داده های پراکنده پرداخت و گفت: شرکت های موفق تجاری از اطلاعات و داده های فضای کسب و کار نهایت بهره برداری را انجام می دهند.

مدیرعامل پیشین بنیاد ملی بازی های رایانه ای ایران تصریح کرد: هوش تجاری یک مجموعه از نرم افزارهای کاربردی و مدل های کسب و کار و داده های پراکنده جهت دهی کند و کنار هم قرار دهد و از آن طرح ارزشمندی ایجاد کند.

وی تصریح کرد: هوشمندی کسب و کار (Business Intelligence) یا هوش تجاری، مجموعه ای از نظریات، روش ها، فرایندها، معماری ها و فناوری هایی است که برای تبدیل داده خام به اطلاعات مفید و معنادار استفاده می شود. هوش کسب و کار مقادیر بزرگی از اطلاعات را برای شناسایی و توسعه فرصت های جدید بکار می گیرد. بهره بردن از فرصت های جدید و اعمال یک استراتژی اثربخش می تواند مزیت بازار رقابتی و پایداری بلندمدت به ارمغان بیاورد.

وی تصریح کرد: هوش تجاری با پالایش اطلاعات، دیتای مناسب کسب و کار تهیه و تنظیم می کند.

روح الله رحمانی استادیار دانشگاه تهران در این نشست با تشریح هوش تجاری گفت: در سال 2017 هر ثانیه 3 میلیون ایمیل تبادل شد و هر یک دقیقه 20 ساعت فیلم در یوتیوپ بارگذاری گردید.

وی تصریح کرد: شرکت های بین المللی به بیرون مرزها بیشتر از داخل مرزها فعالیت می کنند و در همین راستا به اطلاعات پراکنده فضای کسب و کار توجه ویژه ایی دارند.

مدیرفنی برنامه توسعه و پیشرفت نرم افزار در شرکت آمازون و مایکروسافت بینگ در ادامه تصریح کرد: در هوش تجاری مشتریان را باید خوب بشناسید که دقیقا چه می خواهد.

وی تصریح کرد: تحلیل دیتا باعث اتخاذ تصمیم درست و منطبق بر واقعیت توسط بنگاه های اقتصادی می شود .

وی داده کاوی در تجارت و بازاریابی را ر هوش تجاری مهم و اثرگذار دانست و گفت: داده کاوی مرحله دوم پالایش داده هاست که نقش موثری در تصمیم گیری مدیریت بنگاه دارد.