



Autor: Lejla Softić, dipl.oec.<sup>1</sup>

## Šta je poslovna inteligencija?

„Ukoliko u poslu nemate probleme, vi i nemate posao.“

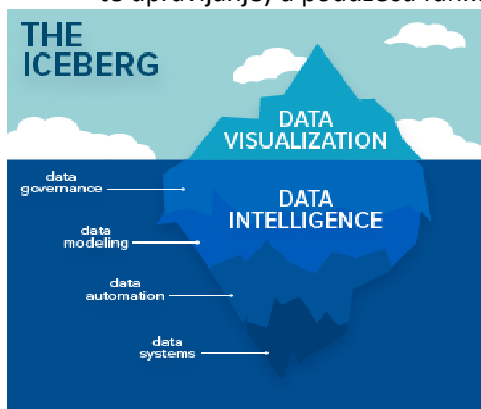
- **Malkolm Forbs**

Većina BH poslovnih organizacija još uvijek nije upoznata sa značenjem termina poslovna inteligencija. To je osnovni razlog zašto se alati poslovne inteligencije ne primjenjuju u malim i srednjim preduzećima (MSP), iako su prednosti primjene ovih alata upravo najkorisnije za MSP. U određenom obimu, alati poslovne inteligencije primjenjuju se u velikim preduzećima i korporacijama, a njihova primjena u ovim poslovnim organizacijama prvenstveno je zbog toga što su „pretrpani“ sa (finansijskim) podacima iz operativnih transakcija. Alati poslovne inteligencije nedovoljno se koriste za donošenje poslovnih odluka ili unapređenje suradnje sa klijentima.

**Poslovna inteligencija**<sup>2</sup> (eng. *Business Intelligence, BI*) je skup metodologija i koncepata za prikupljanje, analizu i distribuciju informacija uz pomoć različitih softverskih alata. Pojam poslovne inteligencije može se još odnositi na sposobnost shvaćanja i brzog snalaženja neke tvrtke u novim uvjetima poslovanja. Jedna od tehnika poslovnog izvještavanja, koja omogućava pronalaženje informacija potrebnih za lakše i točnije donošenje poslovnih odluka.

### Osnovni razlozi za uvođenje BI sustava<sup>3</sup>:

- okolina nije više statična, tržišta su zasićena, a nove okolnosti traže nova rješenja
- poduzeća su „pretrpana“ podacima, dok sa druge strane, postoji nedostatak korisnih informacija
- resursi su uvijek ograničen, a vrijeme kao najvažniji čimbenik gotovo uvijek je presudno
- velika opasnost poduzeću prijeti od pritajenog nezadovoljstva kupaca, a kupci odlaze jer su nezadovoljni, iako se nikada ni su žalili
- osiguranje i održavanje likvidnosti operativni je upravljački problem, a rješenja ovog problema izravno utječu na upravljanje poslovnim rezultatom
- da bi cijeli ciklus operativnog kontrolinga (prikupljanje podataka, planiranje, analiza i kontrola te upravljanje) u poduzeću funkcionirao, treba imati informacijsku infrastrukturu.



Primjena alata poslovne inteligencije ne zavisi od vrste djelatnosti (mediji, tehnološke kompanije, itd.) ili veličine poslovne organizacije (MSP ili korporacije). Alati poslovne inteligencije sve više se koriste u (digitalnim) medijima npr. društvene mreže, aplikacije za mobitele, tablete i druge uređaje kao medij, koji su zahvaljujući prednostima primjene alata poslovne inteligencije, u digitalnom okruženju,

1 SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 ( BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: [lejla.softic@savjetnik.ba](mailto:lejla.softic@savjetnik.ba)

Izvor za slike: <http://zapbi.com.mx/autoservicio-en-la-inteligencia-de-negocios/> ; <http://www.ciall.com/what-is-business-intelligence/>

2 Izvor: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Poslovna\\_inteligencija](https://hr.wikipedia.org/wiki/Poslovna_inteligencija)

3 Izvor: <http://www.efos.unios.hr/arhiva/dokumenti/PRISTUPNI%20rad%20-%20PRIMJER.pdf>



softconsulting

zamjenili tradicionalne medije npr. televizija, radio i tisak ili ih „primorali“ da promjene i prilagode vlastiti način rada. Tako su divovi poput [Googlea i Facebooka](#) prvo preuzeli marketing, a u posljednje vrijeme sve više ulaze i u stvaranje sadržaja, što uzrokuje dodatne probleme etabliranim medijima naviknutima na stare distribucijske sustave i koncepte izrade sadržaja. **Discourse Analytics** otkriva zašto korisnici konzumiraju neki sadržaj, što drastično olakšava kreatorima medijskog sadržaja razumijevanje želja korisnika, a **EmoVu** s pomoću umjetne inteligencije prepoznaje izraze lica korisnika tijekom gledanja videomaterijala.

Karakteristike [poslovne inteligencije](#) su:

- predstavlja proces prikupljanja podataka i informacija koji nakon odgovarajuće obrade (izrada analitičkih izvještaja) postaju „znanje“ privrednog subjekta
- usmjerena je na informacije na temelju kojih se mogu anticipirati budući procesi, događaji, akcije ili kretanja (poslovni trendovi)
- instrument je koji ima ulogu podrške u procesu donošenja odluka: povećanje operativne efikasnosti, profitabilnosti poslovanja, konsolidacije podataka, unapređenje odnosa sa kupcima i povećanje konkurentske prednosti.

Ukupnu [poslovnu inteligenciju](#) tvrtke tvore četiri glavne sastavnice, odnosno inteligencije:

- **klijentska inteligencija** - prepoznavanje obrazaca, odnosno uzoraka ponašanja klijenata svodi se na prikupljanje ključnih transakcijskih informacija o narudžbama klijenata i informacije o tome koji su proizvodi ili usluge naručeni, karakteristikama kupljenih proizvoda, dodatnih potrepština, o učestalosti kupovanja itd.;
- **kompetitivna inteligencija** - obuhvaća široku lepezu znanja, informacija i podataka o sveukupnoj konkurenciji, od identifikacije ciljeva konkurenata, njihovih jakih strana i nedostataka, preko podataka o zaposlenicima, njihovih životopisa i osobnih profila menadžera, pa sve do njihovih planova razvoja, plasmana novih proizvoda i poslovnih strategija konkurentskih poduzeća;
- **inteligencija opskrbnog lanca** - omogućava uvid u djelovanje cjelokupnog opskrbnog lanca, usmjerena je suradnji i razvoju poslovanja, pridonosi uspostavljanju partnerskih odnosa poslovnih subjekata i outsourcinga, podržava kupovanje, prodaju i obavljanje ostalih poslovnih transakcija putem weba, te omogućava proizvodnju prema načelu „točno na vrijeme“ (engl. Just-in-Time);
- **unutarnja inteligencija tvrtke** - sastoji se iz dva segmenta: **inteligencije poslovnih procesa** (učinkovitosti procesa ima izravnog ili neizravnog utjecaja na financijsku uspješnost njenog poslovanja) i **inteligencije menadžmenta** (iziskuje brzinu, troškovnu učinkovitost i jednostavnost, i to je ona „dobitna kombinacija“ koja tvrtkama omogućava potpuno iskorištenje informacijskih resursa kojima raspolaže, te značajno unapređenje upravljačkih procesa koje mora izvršavati).

**Cilj poslovne inteligencije** je [iz podataka generisati automatiziranu informaciju](#) koja će povećati uspješnost poslovanja, uočiti neočito, nepoznato i skriveno, a na temelju obrade velike količine internih i eksternih podataka poslovnog sistema. Za [menadžment](#) je najvažniji sistematičan pristup procesu poslovnog odlučivanja. Pri donošenju „idealnih“ poslovnih odluka, neophodno je da menadžeri budu spremni koristiti: modele poslovnog odlučivanja zasnovane na bazama podataka.

**Dubinska analiza poslovanja**, rješavanje kompleksnih problema i na podacima zasnovano [donošenje strateških odluka](#) podrazumijeva upotrebu baza podataka i inteligentnih sistema za poslovno odlučivanje tzv. poslovne inteligencije. **Značaj posjedovanja baze podataka** prvenstveno je u tome što on podrazumijeva eksploataciju (upotrebu) podataka, primjenom alata poslovne inteligencije, a sa ciljem stvaranja profitabilne povezanosti sa kupcima.