

# Zmień miejsce GIS-u w firmie, aby lepiej zrozumieć jego moc

Większość użytkowników spoza GIS słysząc termin „G-I-S” myśli „M-A-P-A”. To znaczy, że myślą o GIS i osobach zajmujących się GIS-em, jako o tworzeniu map i o ich twórcach. Taki obraz został nieświadomie utrwalony przez większość praktyków GIS. Zapytaj któregośkolwiek z nich, jak zarabia na życie, a większość odpowie: „Robię mapy”. Ale w rzeczywistości to, co robią, to pomaganie ludziom w podejmowaniu lepszych decyzji dzięki sile lokalizacji. Ja to nazywam analityką lokalizacyjną.

Istnieją ogromne możliwości zwiększenia wykorzystywania GIS-u w zarządzaniu całymi przedsiębiorstwami. GIS stworzono do wykonywania analiz przestrzennych. Korzystanie z niego jest często ograniczone, ponieważ użytkownicy spoza GIS czasami nie rozumieją możliwości i znaczenia analiz przestrzennych i tego, w jaki sposób mogą one im pomóc. Praktycy GIS muszą wprowadzać na rynek i popularyzować potencjał analiz przestrzennych, aby w ten sposób zmieniać ten stan rzeczy.

Informacje lokalizacyjne można podzielić na sześć kategorii. W kolejnych punktach poniższej listy wzrasta znaczenie analiz lokalizacyjnych:

- **Znalezienie obiektu** – mapa (może to być mapa papierowa lub mapa w formacie .pdf, ale tak naprawdę powinna to być interaktywna mapa webowa) pokazująca, gdzie w mieście znajdują się jednostki straży pożarnej;
- **Pomiar wielkości, kształtu i określenie położenia** – mapa pokazująca wielkość, kształt i rozmieszczenie na przykład terenów podmokłych na danym obszarze, wspomagająca ich ochronę;
- **Określanie zależności** – mapa pokazująca zależności na przykład między niektórymi typami gleb i rozmieszczeniem

stref zalewowych;

- **Znajdowanie najlepszych lokalizacji i tras:**

Znalezienie na przykład najlepszej lokalizacji dla nowej jednostki straży pożarnej – wykonaj analizy czasów dojazdu i wyznacz obszary zasięgu dla każdej z istniejących remiz. Te obszary, które nie zostały pokryte zasięgiem żadnej z nich, to miejsca, w których potrzebne są nowe jednostki straży;

Znalezienie najlepszej trasy na przykład dla inspektorów terenowych – trzech inspektorów ma w danym dniu przeprowadzić pięćdziesiąt inspekcji. Przydziel każdemu z inspektorów miejsca, w których mają być przeprowadzone inspekcje i stwórz najbardziej efektywne trasy, co pomoże im we właściwym wykonaniu pracy.

- **Wykrywanie i kwantyfikacja wzorców** – na przykład analitycy kryminalni analizują dane dotyczące przestępczości, aby przewidywać, gdzie może mieć miejsce kolejne przestępstwo i pomagać w identyfikowaniu znanych sprawców;
- **Przewidywania** – na przykład modelowanie zlewni może umożliwić prognozowanie wystąpienia powodzi na podstawie przewidywanych opadów.

Innym sposobem pomocy w przełamywaniu wizerunku praktyka GIS-u jako tylko twórcy map jest zmiana miejsca systemu informacji geograficznej w firmie – nazwijmy to „rebrandingiem” GIS-u. Większość pracowników w każdej organizacji codziennie wykorzystuje arkusze kalkulacyjne do rozwiązywania wielu spraw. Przynosi to organizacji określone korzyści – niektórzy twierdzą, że jest to najlepsze narzędzie do analiz biznesowych (BI). Istnieją narzędzia GIS, których użycie jest równie łatwe, jak użycie arkuszy kalkulacyjnych. W rzeczywistości GIS-u można używać wewnątrz arkuszy kalkulacyjnych. Mimo że arkusze te są tak przydatnym narzędziem, w organizacjach nie istnieją wydzielone arkusze kalkulacyjnych. Arkusz kalkulacyjny to tylko nazwa narzędzia, więc nie nazywa się tak żadnego

wydziału. Dlaczego więc nikogo nie dziwi, że istnieją wydziały GIS? Wydziały powinny być nazywane zgodnie z pełnionymi przez nie funkcjami lub wartościami, którym służą.

GIS należy rozumieć jako analizy biznesowe wykorzystujące analizy przestrzenne i analizy lokalizacyjne. Doskonałym sposobem na zrozumienie prawdziwej wartości i potencjału GIS jest zmiana nazwy działu GIS na przykład na Wydział Analiz Lokalizacyjnych. Zrobiono tak w firmie Walgreens. Gdy jej dział GIS nabrał bardziej strategicznego znaczenia i został włączony do realizacji innych analiz prowadzonych w firmie, zmieniono jego nazwę na Dział Analiz Lokalizacyjnych. Jeśli w twojej firmie istnieje grupa BI, powinno się rozważyć przeprowadzenie reorganizacji i umieścić w tej grupie GIS. Można wymienić przykłady takiego rebrandingu, które już miały miejsce na świecie:

- Nazwę stanowiska „GIS” zmieniono na: Menedżer analiz danych, Menedżer dostarczania informacji, Menedżer analiz biznesowych.
- Reorganizacja polegająca na włączeniu GIS do analiz biznesowych – na przykład duże miasto podejmuje inicjatywę tworzenia Smart City. W tym celu zreorganizowano zespół IT – teraz w mieście działą Zespół analiz danych, który składa się z członków poprzednich zespołów analiz biznesowych i GIS.

Taki rebranding i poszerzenie rozumienia prawdziwego celu i wartości GIS, nie tylko pomoże organizacji osiągnąć wyższy zwrot z inwestycji w GIS, ale także pomoże podnieść znaczenie pracowników GIS dla organizacji, a tym samym rozwijać ich kariery.

Co możesz zrobić?

Jeśli jesteś praktykiem GIS, to:

- Zastanów się nad zmianą nazwy stanowiska pracy i całego zespołu GIS oraz zacznij zmieniać swój wizerunek z

- twórcy mapy na dostawcę rozwiązań;
- Popularyzuj potencjał analiz lokalizacyjnych. Jest to całkiem łatwe – gdy ktoś prosi cię o mapę, zapytaj, do czego jej potrzebuje i spróbuj dowiedzieć się więcej o realizowanym przez niego projekcie. Jest bardzo prawdopodobne, że przy okazji odkryjesz także potrzebę wykonania analiz przestrzennych;
  - Spróbuj umożliwić innym członkom organizacji korzystanie z GIS, dostarczając im łatwe w użyciu mapy i aplikacje internetowe. Dzięki temu nauczą się w pełni wykorzystywać potencjał GIS.

Jeśli zaś nie jesteś praktykiem GIS, porozmawiaj z członkami zespołu GIS w organizacji i dowiedz się więcej o ich możliwościach i o tym, jak mogą ci pomóc. A następnie zostań użytkownikiem GIS. Jest wiele dostępnych narzędzi GIS, których możesz się łatwo nauczyć i z nich korzystać.

Oryginalny materiał dostępny na stronie GovLoop.