



POWER BI BUSINESS INTELLIGENCE

مقدمه:

در گذشته اغلب جمع آوری داده ها صرفاً برای خوانش و مطالعه و داشتن گزارشاتی جهت بایگانی آن صورت می پذیرفت.

که در یک جمله می توان گفت داده ها صرفاً برای مستندسازی و در صورت نیاز پاسخگویی به مراجع بالاتر ایجاد و ذخیره می شدند. اما با گذشت زمان و با پیشرفت روز افزون صنعت و تکنولوژی در جهان و همچنین به علت افزایش سرعت موضوع مذکور، سازمان ها قدم در راه هوشمندسازی داده ها در هر سطح، اعم از جمع آوری، ذخیره و ایجاد بستری جهت تفکر، مشورت و آنالیز بر روی آن، گام بلندی برداشتند.

این امر باعث خلق انواع ابزار های هوشمندسازی داده ها توسط شرکت های بزرگ گردید که یکی از شرکت هایی که در این راستا گام بلند و موثری برداشت، شرکت مایکروسافت بود که ابزار هوشمندسازی تجاری خود یعنی Power BI را به جهان عرضه کرد.

مفهوم:

هوش تجاری (BI) مفهومی است در دنیای تکنولوژی، برای تجزیه و تحلیل داده و ایجاد پیش بینی و امکان تصمیم گیری هرچه مطلوب تر یک سازمان به ویژه مدیران آن.

محیط ابزار:

هوش تجاری مایکروسافت دارای محیطی است که به شما امکان ایجاد داشبوردهای متنوع در خصوص انواع داده ها را می دهد، چه به صورت فراخوانی داده به صورت دستی و چه به صورت اتوماتیک.

در تمامی داشبوردها امکان خلق نمودارها و ویژوال هایی فراهم است که می توان حسب هر داده به صورت صرفاً نمایش یک عدد، نمایش یک روند، نمایش سری داده ها و ... را ایجاد کرد. همچنین هر

داشبورد، فضایی برای کاربر ایجاد می کند تا حسب سلیقه خود و یا کاربران دیگر بتواند حتی رنگ بندی و نحوه نمایش هر داده را تنظیم نماید.

شاخص عملکرد (Performance indicator):

شاخص عملکرد (PI) شاخصی است که هر مدیر در هر سازمان با توجه به نیاز ارزیابی و تصمیم گیری که بر روی داده ها دارد، تشخیص می دهد چه داده ای در چه راستایی نیاز مذکور را برطرف کرده و به وی در تصمیم گیری کمک می کند. مانند مقدار فروش، تعداد مشتریان، میانگین زمان تحویل محصول و ...

شاخص کلیدی عملکرد (Key Performance Indicator):

شاخص کلیدی عملکرد (KPI) شاخصی است که هر مدیر در هر سازمان با توجه به شاخص های عملکرد موجود و ادغام آن ها با یکدیگر چه مربوط به داده های واحد خویش و چه ادغام آن با سایر داده ها از واحدهای دیگر، بستر تجزیه و تحلیل و پیش بینی نسبت به تحولات آینده را برای خود فراهم آورد. مانند میزان سود، بهره وری فروش، حجم و رشد فروش و ...

کاربرد:

هوش تجاری شرکت مایکروسافت همانند سایر انواع هوش تجاری به کاربر، به ویژه مدیران و مدیر ارشد هر سازمان این امکان را می دهد تا شاخص های عملکرد و شاخص های کلیدی عملکرد خود را مشخص و به صورت انواع نمودار و ویژوال در اختیار داشته باشد. که لازم به ذکر است، به این امر ورود داده ها به صورت منظم و صحیح و همچنین انتخاب بستری مناسب جهت جمع آوری آن کمک شایانی می کند.

مدیران و مدیر ارشد هر سازمان می توانند برای خود و یا سایر افراد بر حسب نیاز مشخص شده داشبورد و صفحات متنوعی ساخته تا دسترسی هرچه سریع تر به داده و برخط بودن آن فراهم شود و همچنین حسب این موضوع قدرت ذخیره داده، ایجاد بستری شفاف در خصوص پاسخگویی، ایجاد بستر پیش بینی و قدرت تصمیم گیری هرچه بیشتر برای مدیران و مدیر مربوطه فراهم می شود.

ذکر برخی نکات:

۱. با توجه به سرعت پیشرفت تکنولوژی و صنعت، هر مدیر در هر سازمان نیازمند استفاده از هرگونه هوش تجاری می باشد.
۲. هوش تجاری سبب افزایش رقابت با سایر سازمان ها و کنترل هرچه بیشتر مسیر یک سازمان به اهداف مشخص شده می شود.
۳. ایجاد فرهنگ استفاده از هوش تجاری در هر سازمانی می تواند گام بلندی در راستای اجرای آن باشد.
۴. شفافیت و تاثیرگذاری داده ها امروزه بسیار حائز اهمیت می باشد.
۵. جمع آوری صرف داده و مستندسازی آن می توان گفت امروزه کاربردی دیگر ندارد.
۶. هر سازمان می بایست با استفاده از اینگونه ابزارها توان پیش بینی و تصمیم گیری خود را بالا برد.

نتیجه گیری:

امروزه به هر سازمانی که تصمیم دارد در راستای پیشرفت، بروزرسانی، تصمیم گیری مطلوب و پیش بینی آینده گام بردارد، استفاده از انواع هوش تجاری (BI) توصیه می شود چرا که می تواند فرهنگ توسعه هر سازمانی را دستخوش تغییر نماید.