

هوش تجاری (هوشمندی کسب و کار) و تحلیل داده های سازمان:

در عصر حاضر اهمیت تصمیم گیری در زمان مناسب و مبتنی بر اطلاعات درست از اهمیت ویژه ای برخوردار است آنچه سازمانها را نسبت به رقبا متمایز می کند دسترسی به داده های بیشتر - صحیح تر - واقع گرایانه تر و با سرعت بیشتر است. امروزه آنچه که مدیران سازمانهای موفق را متمایز میکند دسترسی به تحلیل های هوشمندانه است.

با استفاده از داده ها سازمان ها و شرکتهای، انعطاف پذیری عملیاتی خود را افزایش داده و چابکی تجاری را در کسب و کار خود ارتقا می بخشند. برای تبدیل شده به سازمانی داده محور تنها کافی است کسب و کارها با داده های موجود در سازمان و کسب و کارشان شروع کنند و مهارتها و ابزارهای هوش تجاری را در کسب و کار خود پیاده سازی و بهبود بخشند. آنچه تحقیقات آکادمیک ثابت کرده است سازمانهای داده محور که از ابزارهای هوش تجاری بهره می برند 54 درصد تصمیمات استراتژیک تجاری را سریعتر گرفته اند و 46 درصد کسب و کار خود را چابک تر کرده اند .

انواع داده ها در سازمان:

کلان داده های بی شماری چه به صورت پنهان و چه آشکار در جای جای عملیات سازمان در قالب صورت جلسات - فرایندها- فرمها - گزارشات - دیتاشیتها ، لاگ شیتها و... وجود دارند که برخی ساخت یافته اند در قالب بانکهای اطلاعاتی مختلف سازمان (DBMS) و برخی غیر ساخت یافته . مساله اساسی جمع آوری و تهیه مدلهای اطلاعاتی از داده های مختلف و پراکنده در سازمان است. روشی سریع - مطمئن و همیشگی که به صورت اتوماتیک داده های مختلف سازمان را جمع آوری - مدل سازی و تحلیل کرده و براساس تحلیل های مبتنی بر داده های درون سازمانی و برون سازمانی به مدیران میانی وارشد برای گرفتن تصمیمهای مهم کمک کند .

هوش تجاری یا هوشمندی کسب و کار به صورت خلاصه و ساده دقیقاً قرار است همین کار را برای سازمان انجام دهد . مفهوم هوش تجاری کسب و کار که از اوایل سال 2000 میلادی با مفهوم تبدیل داده های سازمان از شکل اولیه به اطلاعاتی مفید که تصمیمات تجاری براساس آنها قایل اتخاذ باشد وارد دنیای کسب و کار شد و به جهت ارتباط نزدیک آن

با علوم دیگر مانند علم آمار - علوم داده (Data Mining) فناوری اطلاعات و... به عنوان راه کاری برای پیش بینی و پشتیبانی از تصمیم های تجاری سازمان مورد استفاده قرار گرفت .

امروزه هوش تجاری یا همان هوشمندی کسب و کار (Business Intelligence(BI) به کمک پیشرفت تکنولوژی و با استفاده از ابزارهای نوین و نرم افزار های پیشرفته کمک میکند که شرکتها در کوتاهترین زمان ، فرایندها و اطلاعات سازمان را رصد کرده با کمک داشبوردهای تحلیلی ، اطلاعات درون سازمان را با اطلاعات رقبا - بازار - استانداردهای بین المللی و شاخص های مختلف تحلیل کنند و به کمک شاخص های اندازه گیری عملکرد وضعیت سازمان خود را مورد ارزیابی قرار داده و تصمیم های صحیح و نزدیک به واقعیت اتخاذ کنند .

✚ **بورو (۲۰۱۳):** هوشمندی کسب و کار باعث ایجاد مزیت رقابتی در نوآوری محصول، رضایت مشتری و رهبری بازار میشود.

✚ **کاراما (۲۰۱۴):** هوش تجاری نه تنها موجب بهبود در وضعیت مالی میشود بلکه در ایجاد شبکه ارزش نقش اثرگذار دارد.

✚ **پونماروجوف (۲۰۱۳):** مهمترین مساله در ایجاد مزیت رقابتی در سازمان ، مدیریت دادهها میباشد.

✚ **چرونو (۲۰۱۴):** مهمترین چالش در هوشمندی کسب و کار، تغییرات سریع فناوری است.

✚ **ناوارو (۲۰۱۰):** مزیت رقابتی یک شرکت در گرو جمع آوری اطلاعاتی درباره رضایت مشتریان از محصولات و خدمات شرکت، یا تحقیق در زمینه عوامل تبیین جایگاه شرکت در بازار در مقایسه با رقبا است.

مراحل پیاده سازی هوش تجاری (هوشمندی کسب و کار) در شرکت:

- 1- تعیین استراتژی و هدف از پیاده سازی هوش تجاری
- 2- تدوین شاخص های کلیدی عملکرد (KPI)
- 3- شناسایی ذی نفعان کلیدی در سازمان - آموزش و فرهنگ سازی
- 4- تشکیل تیم استقرار هوش تجاری
- 5- انتخاب زیر ساخت های نرم افزاری مناسب و لازم برای پیاده سازی هوش تجاری (POWER BI-QLIK-
(TABLEAU-DANDAS BI,...
- 6- ساخت فرایندها -گردشهای کاری و نیازهای اطلاعاتی بخش های مختلف سازمان ، همچنین شناسایی پایگاههای داده و نرم افزارهای مختلف سازمان که داده ها در آنها جای دارند.(تعیین منابع اطلاعاتی Data Source)
- 7- آماده سازی - پاکسازی (پالایش) و یکپارچه سازی اطلاعات: (ETL:Extract-Transform-Load)
- 8- جمع آوری داده ها: (Data Warehouse)
- 9- ساخت مدل اطلاعاتی: (Data Modeling)
- 10- تصویرسازی اطلاعات - ساخت داشبوردها- گزارشات تحلیلی ، نمودارها و شاخصها: (Visualization)

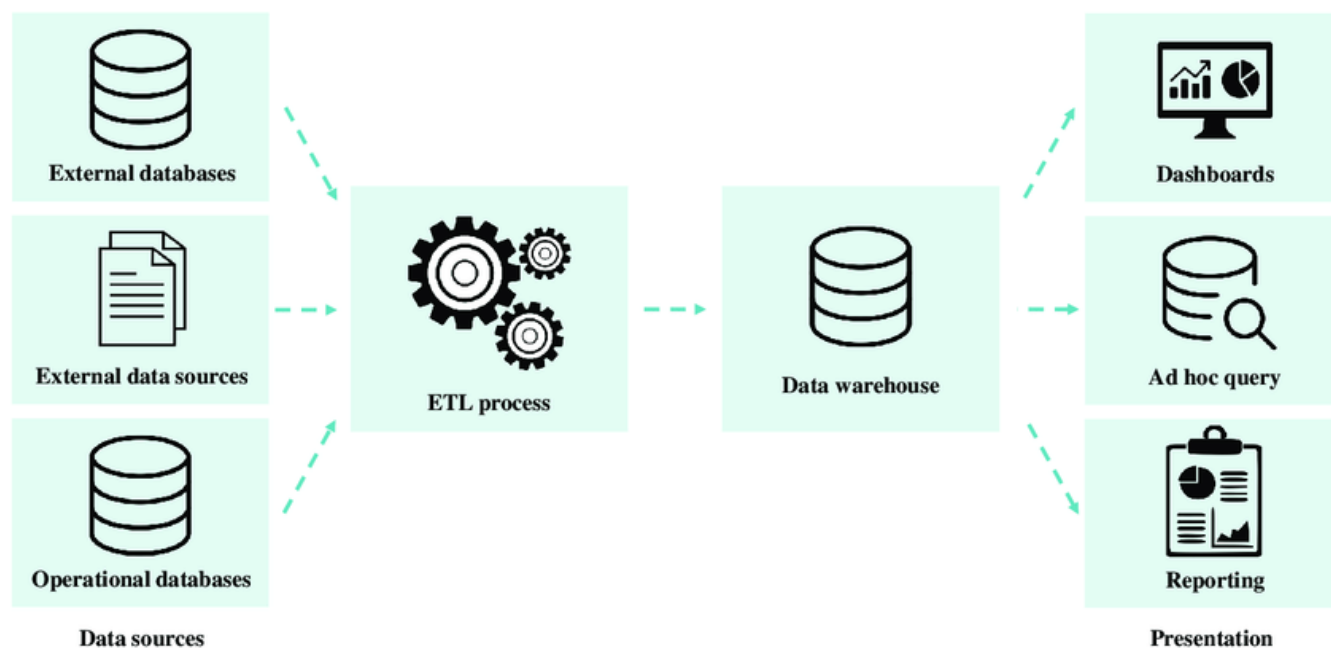
کاربردهای هوش تجاری (هوشمندی کسب و کار) در سازمانها و صنایع مختلف:

❖ هوش تجاری در صنعت بیمه:

شرکتهای بیمه همواره با داده های بسیار متنوع و با حجم انبوه سروکار دارند که مبتنی بر انواع خدمات قابل ارائه آنها بوده و شامل انواع داده های بیمه گزاران ،سوابق خسارتها- بیمه نامه ها و...می باشد که در قالب انواع خدمات بیمه ای مانند بیمه عمر و سرمایه گذاری - انواع بیمه های مسئولیت-بیمه درمان و... به حجم انبوهی از مشتریان موجود و بالقوه است. از طرف دیگر نقش بازار و تحلیل بازار در رشد و ماندگاری شرکتهای بیمه بسیار مهم و اثر گذار است . با کمک هوش تجاری و ابزار های مربوطه ، کلان داده ها در صنعت بیمه به راحتی مدل سازی و تحلیل میشود تا به مدیران در این صنعت کمک کند که مدیریت شعب و نمایندگی ها را به نحو احسن انجام دهند- مشتریان بالقوه بازار را کشف کنند- سودآوری خدمات مختلف خود را تحلیل نمایند- ریسکها را با دقت بالا ارزیابی کرده و ادعاهای دروغین و خسارتهای غیر واقعی را تشخیص دهند .

❖ هوش تجاری در صنعت بانکداری - موسسات مالی و سرمایه گذاری:

بانکها - موسسات سرمایه گذاری و مالی همیشه با چالش اتخاذ تصمیمهای استراتژیک مربوط به مشتریان - سود سرمایه



گذاری - ریسک - مدیریت شعب - شناسایی مشتریان و کسب و کار های جدید - پایداری رابطه سود آور با مشتریان خوش حساب و... مواجه هستند ابزار های هوش تجاری کمک های شایان توجهی به موارد زیر میکند: مدیریت اعتبارات و شناسایی الگوهای اعتباری - افزایش وفاداری مشتریان - توسعه خدمات به مشتریان فعلی - رتبه بندی شعب - تحلیل ریزش مشتریان - پیگیری سوء استفاده های مالی - تحلیل بار های ترافیکی سیستم های بانکی - تحلیل سرمایه گذاری و ریسک و...

❖ هوش تجاری در صنایع تولیدی:

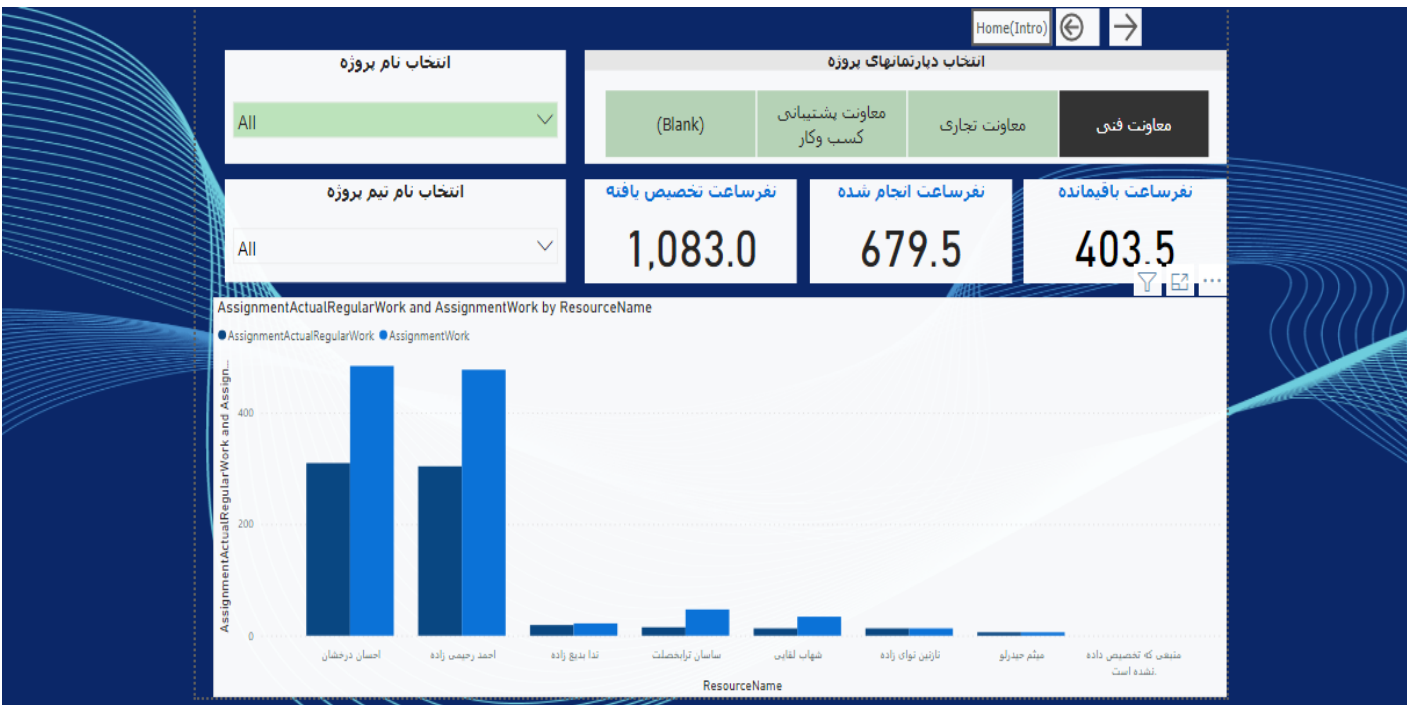
صنایع تولیدی نیز در شرایط رقابتی امروز که از یک سو با تورمهای هر روزه درگیرند و از سوی دیگر تحت فشار رقابت بازار - رفتار مصرف کننده - روندهای جهانی تکنولوژی، تولید و مصرف قرار دارند اگر در بزنگاههای مناسب تصمیم های صحیح نگیرند به سرعت دچار مشکلات بزرگ خواهند شد. یک سازمان تولیدی باید تحلیل درستی از رفتار مصرف کننده - تغییرات بازار - شاخصهای بهره وری سازمانی - شاخص های کار آیی منابع - تحت کنترل بودن فرایندهای سازمان، پارامترهای فنی و... داشته باشد. تحلیل چند جانبه انبوه داده ها در سازمان های تولیدی با کمک ابزار های هوش تجاری بسیار راهگشای کسب و کارهای تولیدی خواهد بود.

❖ هوش تجاری (هوشمندی کسب و کار) در سازمانهای پروژه محور:

با توجه به وجود چهارچوب زمانی و هزینه ای که خود را در قالب برنامه زمانبندی پروژه و بودجه پروژه نشان میدهد و همچنین اهمیت پرداختن به سایر ابعاد پروژه برای موفقیت آن مانند برنامه ریزی و مدیریت منابع - مدیریت ذی نفعان - مدیریت کیفیت - مدیریت محدوده و... از دیر باز انواع سیستمهای تحلیل داده، پارامترهای کنترلی - شاخص های ارزیابی عملکرد هزینه ای (EVM) - شاخصهای ارزیابی عملکرد زمانی (ESM) - شاخص های تحلیل پیشرفت پروژه - شاخص های تحلیل سرمایه گذاری - شاخص های ارزیابی ریسک سبد پروژه ها - پارامترهای کنترل همراستایی سبد پروژه ها با استراتژیهای سازمانی و... در دنیای مدیریت پروژه وجود داشته و به تدریج با تکامل دانش مدیریت پروژه، تحلیل شاخصها و استفاده از آنها برای مدیریت بهتر پروژه و نهایتاً موفقیت پروژه از جایگاه ویژه ای برخوردار است.

امروزه ابزارهای هوش تجاری به مدیران ارشد سازمانهای کارفرمایی - سازمانهای پروژه محور ،پیمانکاران و... کمک می کند که به سادگی به بانکهای داده در برنامه های زمانبندی تحت نرم افزارهای مختلف (P6 یا MSP) متصل شده و با چند کلیک در داشبورد های مدیریت پروژه گزارشات و تحلیل های مختلفی از نمودار S-CURVE پروژه گرفته تا شاخصهای مدیریت ارزش کسب شده - محاسبات انواع پیشرفت - تحلیل مسیر بحرانی - تحلیل فعالیتهای دارای تاخیر، تحلیل تاخیرات مجاز، تحلیل ادعاهای پروژه و... را بدون صرف تلاش و زمان ، مشاهده کرده و گزارشات و تحلیل هایی که قبلا لازم بود ساعتها صرف شود تا از طریق فایل های جانبی در اکسل و اکسس و.. بوجود آیند به صورت آنلاین در داشبوردها مشاهده شوند.

همچنین هوش تجاری در مدیریت پروژه کمک می کند که داده های ایجاد شده در سایر فرایندها مانند داده های مرتبط با گردش مدارک مهندسی یا داده های ناشی از تست و بازرسی فعالیتهای اجرایی یا داده های ناشی از پیگیری فرایند خرید و... به راحتی از فرمهای مربوطه و بانکهای اطلاعاتی دریافت شده و مدل داده ها ساخته شود و با ابزارهای تحلیل و مصور سازی در داشبوردهای مدیریت پروژه نمایش داده شود. بدین ترتیب اعضای تیم پروژه - مدیر پروژه - کارفرما و سایر ذی نفعان کلیدی براساس نیاز ، سطح دسترسی تعریف شده و... در هر لحظه با پیمایش در چند صفحه کلیه اطلاعات - تحلیل ها - پیش بینی ها و... را خواهند دید و حجم زیادی از زمان منابع انسانی پروژه به جای آنکه صرف تهیه گزارشات روزانه - هفتگی ، ماهیانه و گزارشات تحلیل تخصصی فرایندهای پروژه شود صرف تعمیق تحلیل ها - و بهبود تصمیم گیریها خواهد شد.



انتخاب دیارتمایهای پروژه

(Blank) معاونت پشتیبانی کسب وکار معاونت تجاری معاونت فنی

انتخاب نام پروژه

All

ResourceName: Ali Jabari Ali Shirali Zadeh

بحرانی - غیر بحرانی: False True

TaskName:

فعالیهای دارای تاخیر تا روز جاری

TaskWBS	TaskName	Delay01
1.3.3	تست و تحویل فرایندها و دستورالعملهای واحد پشتیبانی سرویس	4
1.1.2	خاتمه پروژه	4
1.2.3.3.2.4	ویرایش براساس اصلاحات پیشنهادی معاونت تجاری سرویس	4
1.2.3.3.2.3	اخذ تایید معاونت تجاری سرویس	5
1.2.3.3.2.2	ویرایش براساس اصلاحات پیشنهادی سرپرست مرکز تماس	7
1.2.3.3.2.1	بررسی و تایید سرپرست مرکز تماس	10
1.2.3.3.1.3	فرآیند راهنمای کندی سرعت آپلود	12
1.2.3.3.1.2	فرآیند راهنمای کندی سرعت دانلود	18
1.2.3.3.1.1	فرآیند راهنمای قطعی کامل	20
1.2.3.2.3.4	ویرایش براساس اصلاحات معاونت تجاری سرویس	24
1.2.3.2.3.3	بررسی و تایید معاونت تجاری سرویس	25
1.3.2	تست و تحویل فرایندها و دستورالعملهای واحد نصب سرویس	25
1.2.2.3.3.4	ویرایش براساس اصلاحات پیشنهادی معاونت	25
1.2.2.3.3.3	اخذ تایید معاونت تجاری سرویس	26
1.2.3.2.3.2	ویرایش براساس اصلاحات پیشنهادی سرپرست پشتیبانی	27
1.2.3.2.3.1	بررسی و تایید سرپرست پشتیبانی	28

