

هوش سبز



راهبرد تا هدف

مدیریت هوشمند سازمان



به سازمانی بزرگ و با اقتدار تبدیل شوید که
چشم‌ها همواره بدنبال اوست

شرکت سبز افزار آریا با پشتوانه دو دهه تجربه در حوزه‌های مختلف فناوری اطلاعاتی، سیستم‌های مدیریت اطلاعات در سازمان‌ها، نهادها و صنایع مختلف من جمله صنعت خرده‌فروشی با توجه به نیاز مبرم و گسترده مشتریان اقدام به تهیه راهکاری برای هدایت تحلیل محور سازمان مبتنی بر داده‌های عملیاتی آنها کرده است تا مزیت رقابتی برای سازمان‌ها بیافریند. بدین منظور تیمی از کارشناسان علم داده با هدف فراهم‌آوری سطوح مختلف هوش تجاری و علوم داده اعم از گزارشات توصیفی، اطلاعات تحلیلی، سیگنال‌های پیش‌بینی و در نهایت سیستم تجویز تصمیم با استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا تشکیل گردید تا کمک شایانی در حل مشکلات سازمان‌ها برای بکارگیری داده‌ها و اطلاعاتشان شود و پیشروی علمی با تحلیل تکنیکال برایشان خلق کند.



طرح مسئله ؟

در دوران معاصر، شرایط اقتصادی و حوزه رقابتی تنگاتنگ، سازمان‌ها را برآن داشته که هرچه بیشتر به استفاده از منابع اطلاعاتی روی آورند چراکه مدیریت هزینه، مدیریت بودجه و مدیریت توسعه و پیشبرد سازمان امروزه به امری خطیر بدل گشته بطوریکه با یک استراتژی و تصمیم اشتباه یا دیر هنگام آنها را از ورطه‌ی رقابت خارج می‌سازد. ازینرو شگرد آزمون و خطا و تکیه بر گمانه‌زنی‌های ولو مبتنی بر تجربه نمی‌تواند به تنهایی پاسخگوی نیاز رشد سریع سازمان باشد و مدیران حاذق در تصمیم‌گیری‌های حیاتی‌شان، دستیابی به اطلاعات صحیح و به موقع را امری ضروری می‌دانند. در دنیای امروز برای سازمان‌های با رشد سریع مسجل شده است که باید به سوی شناسایی و تحلیل شاخصه‌های کلیدی عملکرد در حوزه کسب و کار خود حرکت نمایند، چراکه تنها از این طریق و با اتکا بر داده باکیفیت و به‌هنگام است که می‌توانند از رویکردی واقع‌گرایانه برای عملیات‌های سودآوری کسب و کار، جذب مشتریان، نظارت بر تأمین‌کنندگان و ... بهره ببرند.

از سوی دیگر سازمان‌ها معمولاً با حجم بسیار زیادی از داده‌ها و اطلاعات خام در واحدها و زیر سیستم‌های خود سروکار دارند که در نرم‌افزارها و اپلیکیشن‌های گوناگون با پایگاه داده‌های مختلف و به اشکال متنوع نگهداری می‌شوند که حتی روی اطلاعات پایه هم باهم همخوانی ندارند. این داده‌ها که معمولاً به‌صورت سیستم‌های جزیره‌ای انباشته شده‌اند در قالب گزارشات دستی بنابر هر درخواست و در دوره‌های نسبتاً طولانی جمع‌آوری می‌شوند و امکان ترکیب و تجمیع آن‌ها به‌سادگی فراهم نمی‌باشد.

طرح مسئله



در اینجا برخی از مشکلاتی که سازمان‌ها در خصوص داده‌ها با آن مواجه‌اند باهم بررسی می‌کنیم:

❑ عدم دسترسی به اطلاعات به‌موقع و بروز، برای فرآیند کنترل عملکرد [اطلاعات در دوره‌های بلندمدت و به‌صورت حداقلی در اختیار سازمان قرار می‌گیرد]

❑ عدم یکپارچه‌سازی اطلاعات [اطلاعات از زیرسیستم‌های مختلف بصورت گزارشات جداگانه در دسترس سازمان است]

❑ عدم امکان کنترل سریع و سهل داده‌های دریافتی از مجموعه‌ها و واحدهای تابعه بلحاظ صحت و تشخیص خطا [در گزارشات بلند بالای جدولی امکان پیدا کردن نکات حائز اهمیت یا خطا بسیار دشوار و مستلزم دقت زیاد است]

❑ عدم وجود اطلاعات یکدست و یکریخت [داده‌ها از بخش‌های مختلف هر یک از زیرمجموعه‌ها به اشکال گوناگون دریافت می‌شود]

در چنین فضای رقابتی‌ای، قدرت در دستان مدیری است که اطلاعات یکپارچه و تحلیلی از سازمانش را در زمان مناسب در اختیار دارد و به‌صورت داده‌محور عمل می‌کند. آگاهی از تقاضای بازار، سودآوری یا زیان‌دهی محصول، نیازمندی‌های مشتری، شرایط داخلی و پیرامونی سازمان و تعیین و نظارت بر شرایط منطقه‌ای کسب و کار از ملزومات مورد نیاز یک مدیر برای تصمیم‌گیری است و لذا در یک سازمان با پشتوانه علمی و مدرن نیاز مبرم به راهکاری که این امکان را فراهم کند محسوس می‌گردد تا با درک صحیح از تغییرات و سیگنالهای مثبت و منفی محیط، بهترین راه حل و تصمیم را اتخاذ کند.

هوش تجاری



"از راهکارهایی که می‌تواند به تصمیم‌سازی مدیران سازمان‌ها به منظور برنامه‌ریزی، کنترل و نظارت هوشمندانه بر حوزه‌های کاری و واحدهای زیرمجموعه خود و سنجش میزان دستیابی به اهداف سازمانی کمک کند، هوش تجاری است."

در زمان مناسب از خود نشان دهند. به بیان دیگر با سامانه یا نرم‌افزار هوش تجاری، اطلاعات مناسب، به شکل قابل تجزیه و تحلیل و بررسی، در بهترین زمان، در دسترس افراد تصمیم‌گیرنده قرار می‌گیرد و کاوش و تحلیل اطلاعات را برای ایشان ساده می‌سازد. بهینه‌سازی فرآیندها و اندازه‌گیری فاکتورهای حیاتی و ارزیابی عملکرد سطوح مختلف سازمان، درک بهتری از آنچه در یک مجموعه اتفاق می‌افتد را برای مدیران میسر می‌سازد. صحت اطلاعات مورد استفاده و عکس‌العمل به موقع که بر این اساس نشان داده می‌شود، کارایی بخش‌ها و مجموعه‌های وابسته به یک سازمان را بالا برده و مزایای رقابتی را افزایش می‌دهد.

هوش تجاری یا Business Intelligence فرآیندی است که هوشمندی را برای یک کسب و کار به ارمغان آورده و با توانمند کردن سازمان در اتخاذ استراتژی‌ها و تصمیمات هوشمندانه و بهینه این امر را محقق می‌سازد. طی این فرآیند سامانه هوش تجاری یا BI داده‌های خام را به اطلاعات مفید و معناداری تبدیل می‌کند که به مدیران سازمان کمک می‌کند تا مقادیر عظیمی از اطلاعات را برای شناسایی و توسعه فرصت‌های جدید و در عین حال شناسایی و جبران فرصت‌های از دست رفته، به کار برده و تصمیم‌های خود را بر اساس واقعیت و نه حدس و گمان، سریع‌تر اتخاذ کنند و با اعمال یک استراتژی اثربخش، عملکردی سنجیده و

هوش تجاری



نرم افزار هوش تجاری، اطلاعات مفید را از سراسر سازمان و حتی خارج آن استخراج و جمع آوری می نماید تا براساس این اطلاعات بتوان با پیدا کردن دیدگاه نسبت به آینده و پیش بینی تغییرات، برنامه ریزی کرده و راهکاری مناسب در نظر گرفت.

روند سود و زیان شاخص های مهم را در طول زمان مانیتور و تغییرات آینده را پیش بینی کنند و برای مسائل خود راهحلی مناسب داشته باشند. این سامانه به مدیران کمک می کند تا دانش گسترده تری از عوامل مؤثر در عملیات های سازمانی مانند: معیارهای اندازه گیری وضعیت مالی، فروش، تولید، بازرگانی و بازاریابی، منابع انسانی و مشتریان و ... را در اختیار داشته باشند.

حل مسائلی که با روش های قدیمی ممکن نیست یا در دوره های طولانی و به سختی فراهم می شود با سیستم هوش تجاری به مراتب آسان تر و دست یافتنی می گردد. در سازمانی که نرم افزار BI در آن بکار گرفته می شود، مدیران می توانند اطلاعات هزینه ها را از داخل سازمان استخراج نمایند و بدانند که هزینه ها چه هستند، کاستی ها کجاها هستند و تصمیم هایی برای کاهش و حذف آن ها بگیرند.

شاخص و داشبورد مدیریتی



شاخص



شاخص چیست؟

و چرا در پیشبرد بازار کسب و کار
مورد توجه ویژه قرار دارد؟

برای مثال بیشتر کاری که خلبانان انجام می‌دهند، استراتژیستی است. هواپیماها مجهز به تعداد زیادی سیستم اندازه‌گیری هستند که شاخص‌ها و اعداد عوامل حیاتی و تاثیرگذار را در طول پرواز روی یک داشبورد مدیریتی نشان می‌دهند. شاخص‌هایی مانند فشار سوخت موتور، درجه حرارت سوخت، مقدار مایع هیدرولیک، دمای هوای بیرون و داخل کابین و غیره. خلبان برای هدایت موفقیت‌آمیز و رسیدن به مقصد می‌بایست همواره این تغییرات را زیر نظر داشته باشد و بر مبنای آنها تصمیم‌گیری و راهبری کند.

کلمه شاخص یا Index و Indicator در کلمه به معنای نمایه یا نشان‌دهنده می‌باشد و امری است که به‌وسیله آن بتوان کمیت، کیفیت و تغییرات یا ثبوت یک موضوع را تشخیص داد و اندازه‌گیری کرد. در تعریفی دیگر متغیری برای شناخت و ارزشیابی است که ابزاری برای مقایسه شرایط و حساسیتها، موقعیتها و گرایشها در بازه زمانی مشخص در اختیار می‌گذارد، و در ارتباط با اهداف و مقاصد، امکان تشخیص و پیش‌بینی را فراهم می‌کند.

به بیان ساده تر یک معیار آماری یا عددی است که با استفاده از آن می‌توان تغییرات ایجاد شده در عملکرد یک اقتصاد یا بازار را طی یک دوره زمانی خاص مشاهده کرد برای مثال شاخص‌های بورس در واقع معیارهای مهمی هستند که با بررسی و تحلیل آنها، می‌توان وضعیت و عملکرد گذشته و حال بورس را از جنبه‌های مختلف، ارزیابی و حتی با کمک روش‌های نموداری و تحلیل تکنیکال روند آینده بورس را پیش‌بینی کرد.

شاخص‌ها تعیین‌کننده خصوصیات فرآیندها هستند، فرآیندهایی که برای رسیدن به هدف مورد نظر باید ایجاد شوند، بنابراین تا شاخص نداشته باشیم نمی‌توانیم فرآیند لازم برای رسیدن به هدف را فعال کنیم.

شاخص کلیدی عملکرد!



بنابراین چه موقع از KPI استفاده کنیم؟
KPI ها یک انتخاب عالی هستند:

(۱) برای اندازه‌گیری پیشرفت. در پاسخ به این سؤال که "چه چیزی در پیش رو یا پشت سر دارم؟"

(۲) برای اندازه‌گیری فاصله تا یک هدف. در پاسخ به این سؤال که "من چقدر جلوتر یا عقب مانده‌ام؟"

حال از بین شاخص‌های گوناگون که برای هر سازمان و صنعت متناسب با حوزه فعالیت آنان قابل شناسایی و محاسبه است برخی شاخصه‌ها از اهمیت بالاتری برخوردارند و برای عملکرد آن کسب و کار شاخصی کلیدی محسوب می‌شوند که اصطلاحاً شاخص کلیدی عملکرد یا Key Performance Indicator نام گرفته‌اند.

شاخص کلیدی عملکرد (KPI) یک نشانه بصری است که درمورد میزان پیشرفت حاصل شده، بسوی یک هدف قابل اندازه‌گیری، گفتگو می‌کند.

راهکار هوش تجاری سبز



حال که بکارگیری راهکار هوش تجاری در سازمان برایمان مسجل شد، سبز افزار آریا به مدیران تصمیم ساز و پرمشغله در فضای ملتهب رقابتی و شرایط پرفراز و نشیب اقتصادی دنیای امروز پیشنهاد می کند تا تیم علوم داده شرکت سبز افزار با فراهم آوری و ایجاد بسترهای لازم در سازمان شما راهکار هوش تجاری سبز را بصورت چابک پیاده و اجرایی سازد و با استفاده از شاخص های کلیدی عملکرد و به تصویر کشیدن مقادیر این شاخص ها در داشبوردهای مدیریتی و همچنین تولید گزارش های تحلیلی از بین داده های گنگ موجود در بانک های اطلاعاتی نرم افزارهای سازمان، شما را قادر سازد تا به صورت داده محور و واقع بینانه در زمان مطلوب از وضعیت سازمان در جنبه های آماری و کلان آگاهی یافته، همچنین فرصت ها و تهدیدهای کسب و کار را شناسایی و تجزیه و تحلیل کنید. ازینرو سرانجام در برنامه ریزی، تصمیم سازی و ترسیم استراتژی بهینه برای سازمان خود قدرتمند ظاهر شوید.

مزایا و منافع هوش تجاری سبز



افزایش سرعت در دریافت گزارش‌ها
افزایش دقت و صحت اطلاعات ارائه شده
کاهش هزینه و ایجاد ارزش با به دست آوردن اطلاعات در زمان مناسب

شناسایی فرصت‌های جدید و فرصت‌های از دست رفته
پایداری داده‌های حیاتی سازمان و گزارش‌های سیستم در صورت قطع منبع داده

قابلیت انعطاف در تولید انواع گزارش‌های مورد نیاز کاربران
یکپارچگی و افزایش امکان دسترسی به گزارش‌ها و انواع تحلیل‌ها در عین امنیت

هدفمندسازی اطلاعات با در نظر گرفتن حوزه‌های پراهمیت با توجه به استراتژی‌ها و اهداف مجموعه و صنعت



راه حل سبز شامل کلیه ویژگی‌های کلیدی، KPIها و متریک‌های لازم برای گزارشات BI، تجزیه و تحلیل و نظارت بر اطلاعات عملیاتی از سیستم‌های فروش، بازرگانی، خرید، انبار، مالی، مشتریان و سایر منابع داده می‌باشد. همچنین یک پایه و بنیان محکم برای تجزیه و تحلیل پیشرفته فراهم می‌کند که می‌توانید داده‌ها را از چندین منبع در انبار داده‌های سبز تلفیق کرده و با استفاده از گزارش‌های چند منظوره و داشبوردهای طراحی شده با داده‌های خود ارتباط برقرار کنید.

راه حل سبز به تصمیم‌گیرندگان کلیدی این امکان را می‌دهد تا داده‌ها را به اطلاعات و بینش تبدیل کرده و در زمان واقعی و مناسب با گزارش‌ها و داشبوردهایی که از طریق وب و برنامه‌هایی که برای ویندوز، iOS و اندروید قابل دسترس هستند، فوراً تصمیم‌گیری و اقدام مناسبی انجام دهند. ماژول‌های سبز برای مراکز خرید، صنایع خرده‌فروشی و پروژه‌های سفارشی در دسترس هستند.

داده چیزی است که شما برای انجام تحلیل نیاز دارید،
اطلاعات چیزی است که شما برای انجام تجارت نیاز دارید.

سبزافزار می‌تواند به شما کمک کند

www.sabzafzar.com

با ما در تماس باشید

۰۲۱-۴۲۲۰۶۰۰۰