

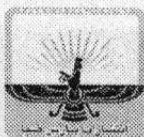
هوش تجاری در سازمان (مفاهیم و کاربردها)

نویسندگان: دکتر محمد حسین مشرف جوادی
نجیبه عباسی رستمی، فرانک صفری شاد

فرویت

پژوهشگاه: ۷۸:

مدیریت: ۲۵:



سرشناسه: مشرف جوادی، محمدحسین، ۱۳۲۹ -

عنوان و نام پدیدآور: هوش تجاری در سازمان (مفاهیم و کاربردها)
/تألیف محمدحسین مشرف جوادی، نجیبه عباسی رستمی، فرانک صفری شاد.
مشخصات نشر: اصفهان: پارس ضیاء: علم آفرین، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری: ۱۲۴ ص.: جدول، نمودار.

فروست: پژوهشگاه ۷۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۵۸۵-۲-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص ۱۱۳ - ۱۱۷.

موضوع: هوش تجاری

موضوع: نظام‌های اطلاعاتی مدیریت

شناسه افزوده: عباسی رستمی، نجیبه، ۱۳۶۵ -

شناسه افزوده: صفری شاد، فرانک، ۱۳۶۵ -

رده بندی کنگره: HD۲۸۸/م۵۵۹ ۱۳۹۳

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۰۹۷۵۹

هوش تجاری در سازمان (مفاهیم و کاربردها)

تألیف: محمدحسین مشرف جوادی، نجیبه عباسی رستمی، فرانک صفری شاد.

طراحی جلد و گرافیک: صدیقه عسگری

طرح بسم ا...: شهره و کیلی

صفحه آرا: سیمه حزبی

نوبت چاپ: چاپ اول/۱۳۹۴/قطع رقعی/۲۲۰/ نسخه

ناشر: انتشارات پارس ضیاء، ناشر همکار: انتشارات علم آفرین

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۵۸۵-۲-۹

نظارت بر چاپ: دفتر خدمات کتاب و نشر ۳۲۲۰۴۷۲۴-۳۱

لیتوگرافی رنگی: آسمان

چاپ متن: کنکاش

چاپ رنگی: ملت

صحافی: پیمان

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار.....	۱
فصل اول: سیستم های اطلاعات مدیریت.....	۳
فصل دوم: مفهوم هوش تجاری.....	۱۸
فصل سوم: اهداف و کاربردهای هوش تجاری.....	۳۶
فصل چهارم: مهارت ها و ابزارهای هوش تجاری.....	۵۴
فصل پنجم: هوش تجاری و فرایند تصمیم گیری.....	۶۳
فصل ششم: آمادگی هوش تجاری، ریسک تجاری و	۷۶
فصل هفتم: مدیریت و رهبری برنامه بهبود سود هوش تجاری محور.....	۸۵
فصل هشتم: گام هایی برای پیشبرد بلوغ هوش تجاری.....	۹۳
فصل نهم: بررسی اجمالی فرصت های ناشی از هوش تجاری.....	۹۹
فصل دهم: موانع، مشکلات و چالش های هوش تجاری.....	۱۰۵
منابع.....	۱۱۴

پیشگفتار

هوش تجاری همانند پنجره‌ای به پویایی کسب و کار است که کارایی، بازده عملیاتی و فرصت‌های استفاده نشده را آشکار می‌کند. در عصر حاضر شرکت‌ها و سازمان‌ها دیگر به جمع‌آوری و ذخیره اطلاعات در پایگاه داده‌های عظیم نمی‌اندیشند، بلکه دغدغه اصلی سازمان‌ها استفاده‌ی مؤثر از داده‌های زیادی است که در پایگاه داده‌های بزرگ ذخیره شده‌است. سازمان‌ها دیگر روی ذخیره رکوردهای اطلاعاتی حجیم، سرمایه‌گذاری نمی‌کنند؛ بلکه اطلاعات نهفته‌ای که در این رکوردها وجود دارد، برای سازمان‌ها ارزشمند است؛ اطلاعاتی که به مدیران در تصمیم‌گیری‌های کلان سازمان کمک می‌کند و می‌تواند وضعیت سازمان را در آینده پیش‌بینی کند. هم‌اکنون نیاز به سیستم‌هایی که روی تجزیه و تحلیل داده‌ها کار می‌کنند و از داده‌ها گزارش‌های واقعی می‌گیرند، بیش از پیش احساس می‌شود؛ سیستم‌هایی که تحلیل پیچیده روی داده‌ها انجام می‌دهند. چنین سیستم‌هایی، هوش تجاری نام دارند.

هوش تجاری مجموعه توانایی‌ها، تکنولوژی‌ها، ابزارها و راهکارهایی است که به درک بهتر مدیران از شرایط کسب و کار کمک می‌نماید. هوش تجاری به عنوان یک رویکرد جدید در معماری سازمانی مطرح شده است که این معماری بر اساس

سرعت در تحلیل اطلاعات به مدیران جهت اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند کسب و کار در حداقل زمان ممکن کمک می‌کند. هوش تجاری یک چارچوب کاری شامل فرایندها، ابزار و فناوریهای مختلف است که برای تبدیل داده به اطلاعات و اطلاعات به دانش، مورد نیاز هستند، که با استفاده از همین دانش مدیران قادر به تصمیم‌گیری بهتر می‌شوند و در نتیجه عملکرد سازمان خود را بهبود می‌بخشند. با پیاده‌سازی راهکارهای هوش تجاری فاصله موجود بین مدیران میانی و مدیران ارشد از دیدگاه ارتباط اطلاعاتی از میان خواهد رفت و اطلاعات مورد نیاز مدیران در هر سطح، در لحظه و با کیفیت بالا در اختیار آنها قرار خواهد گرفت. همچنین کارشناسان و تحلیل‌گران می‌توانند با استفاده از امکانات ساده، فعالیت‌های خود را بهبود بخشند و به نتایج بهتری دست پیدا کنند.

سیستم‌های هوش تجاری، شانس بزرگی را برای مدیریت اثر بخش شرکت فراهم می‌کنند. هوش تجاری فناوری جدیدی است که فرایند تصمیم‌گیری را برای مدیران آسان می‌سازد و با بهره‌گیری از توانمندی‌های بالقوه فناوری اطلاعات و همچنین مدیریت قوی و سازمان یافته، سازمان‌ها را در اخذ تصمیمات استراتژیک یاری داده و با افزایش مزیت رقابتی و بهبود عملکرد، آن‌ها را به رسیدن به اهداف سازمان یاری می‌دهد.

این کتاب بر آن است تا با آشنایی با مفاهیم هوش تجاری و ارائه اطلاعات در زمینه کاربردهای هوش تجاری، فرصت‌ها، محدودیت‌ها، مشکلات مطرح در عرصه هوش تجاری در زمینه اجرا و پیاده‌سازی هوش تجاری به سازمان‌ها کمک کند.