

عوامل مؤثر در پیاده‌سازی هوش تجاری

نویسنده:

عباس نیک‌نفر



کتاب‌ریز

۱۳۹۶

سرشناسه	: نیک نفس، عباس، ۱۳۴۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: عوامل موثر در پیاده سازی هوش تجاری نویسنده عباس نیک نفس.
مشخصات نشر	: تهران: کتاب ریرا، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۲ ص.
شابک	: 978-600-97276-8-1
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۹۸.
موضوع	: هوش تجاری
موضوع	: Business intelligence
رده ی کتب	: ۱۳۹۶ ۹۷۸/۰۱ HD
رده بندی یویی	: ۶۵۸/۴۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۶۴۴۴۰۱

عوامل موثر در پیاده سازی هوش تجاری

نویسنده: عباس نیک نفس

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۲۷۶-۸-۱

قیمت: ۱۴۰۰۰ تومان



انتشارات کتاب ریرا

نشانی: خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، خیابان روانمهر، کوچه بهار، پلاک ۳ تلفن: ۶۶۴۹۳۳۴۸

فهرست مطالب

۹	 پیشگفتار
۱۱	 فصل اول : برنامه‌ریزی منابع انسانی
۱۲	 برنامه ریزی منابع سازمانی
۱۳	 تاریخچه برنامه ریزی منابع سازمانی
۱۳	 سیستم‌های جزیره‌ای
۱۴	 سیستم‌های استخراج اطلاعات
۱۵	 سیستم‌های تسهیل‌کننده
۱۶	 ابعاد اثر گذاری ERP در سازمان
۱۸	 مزایای سیستم‌های برنامه ریزی منابع سازمانی
۲۰	 معایب سیستم‌های برنامه ریزی منابع سازمانی
۲۱	 ارزیابی آمادگی سازمان برای پذیرش سیستم برنامه‌ریزی منابع سازمانی
۲۳	 یکپارچگی اطلاعات
۲۴	 چالش‌های عمومی مسئله یکپارچه‌سازی
۲۶	 استراتژیهای کلان یکپارچه‌سازی و نقاط قوت و ضعف این استراتژیها
۲۸	 هوش تجاری
۲۸	 تاریخچه هوشمندی کسب و کار
۲۹	 تعاریف هوشمندی کسب و کار
۳۰	 نیازهای هوشمندی کسب و کار
۳۱	 ضرورت هوشمندی کسب و کار
۳۲	 فرآیند هوشمندی کسب و کار
۳۳	 یکپارچگی برنامه های مختلف در زمینه هوشمندی کسب و کار

۳۴	پشتیبانی در تصمیم‌گیری در همه سطوح مدیریتی
۳۷	تکنیک‌های رتبه‌بندی
۳۷	الگوی فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)
۳۹	AHP فازی
۴۰	مدل تصمیم‌گیری چند هدفه جدید فازی
۴۲	روش فازی TOPSIS
۴۵	پیشینه مطالعات
۴۵	مطالعات داخلی
۴۹	مطالعات خارجی
۵۳	فصل دوم: روش و یافته‌ها: تحلیل
۵۴	مقدمه
۵۵	فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی
۵۵	مفاهیم و تعاریف فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی، بر اساس روش آنالیز توسعه
۵۷	تعیین نرخ سازگاری در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی فازی
۵۹	اعداد فازی
۶۰	تکنیک ناپیس فازی
۶۴	نحوه تعریف پارامترها و توسعه فازی مقیاس ساعتی
۶۵	تعیین مناسب بودن مجموعه‌ی متغیرها در ماتریس همبستگی جهت تحلیل منلی
۶۶	پیش‌فرض‌های تحلیل عاملی
۶۷	مراحل انجام تحلیل عاملی
۶۷	استخراج عامل‌ها
۶۸	استخراج مجموعه‌ی اولیه عامل
۶۸	بهترین عامل‌ها
۷۰	بایابی و روایی
۷۳	فصل سوم: یافته‌های تحقیق
۷۴	تحلیل فازی
۷۶	محاسبه اولویت وزن‌ها

۷۷	محاسبه سازگاری
۷۷	تعیین شاخص و معیارهای مدل
۸۳	تجزیه و تحلیل عوامل
۸۹	فصل چهارم: نتایج
۹۳	پیشنهادهای
۹۷	فهرست منابع

www.ketab.ir

پیشگفتار

سازمان‌های امروزی در جهت جهانی شدن رقابت می‌کنند که این رقابت به سطوح بی‌سابقه‌ای منجر شده است. بازارهای رقابت جهانی و سازمان‌ها به یافتن راه‌حل‌های کاری بهتر با ساختارهای انعطاف‌پذیر و قابل اطمینانی نیاز دارند. بسیاری از زیرساخت‌های سازمانی و تشکیلاتی توسط سیستم‌های اطلاعاتی توانمندتر شده‌اند. با اداره مؤثرتر این فرایندها مزایای رقابتی می‌توانند از طریق کاهش هزینه، افزایش تولید و بهبود سرویس‌دهی مشتریان حاصل شوند.

هوش تجاری به تکنیک‌ها، بر پایه کامپیوتر که در زمینه شناسایی استخراج و تجزیه و تحلیل داده‌های تجاری می‌پردازد، با هدف حمایت از تجارت در تصمیم‌سازی بهتر کمک می‌نماید. بیشترین تأثیر هوش تجاری افزایش کارایی تصمیمات در سازمان‌ها می‌باشد از جمله تعیین گرایش‌های تجاری سازمان، پیش‌بینی وضعیت بازار و بالا بردن توانایی رقابتی سازمان در بازار در واقع هوش تجاری شامل طیف بزرگی از فناوری‌ها، ابزارها و فرایندها برای جمع‌آوری اطلاعات و استفاده بهتر از آن‌ها برای رسیدن به تصمیم‌گیری مناسب در سازمان است.

هوش تجاری به علت ماهیت هدف‌گرای خود نیاز به زیرساخت‌های متعددی دارد و برای شناسایی این زیرساخت‌ها مدل‌های مختلفی پیشنهاد و اجرا شده‌اند. با اساس مطالعات انجام شده بخش عمده‌ای از این زیرساخت‌ها به ساختار داده‌های تولید شده در سازمان و نحوه طبقه‌بندی نگهداری و میزان ارتباطات و به روز شدن آن‌ها باز می‌گردد.

یکی از مباحث مهم در پیاده‌سازی هوش تجاری در سازمان‌ها ارتباط دقیق بخش‌های مختلف سازمان با یکدیگر از طریق یک نظام توانمند انتقال داده است. اگر به سیر تاریخی سیستم‌های اطلاعاتی سازمان‌ها توجه کنیم مشاهده می‌شود که در سه گام این سیستم‌ها به سوی یک سیستم هوشمند تجاری حرکت کرده‌اند در گام اول تنها سیستم‌ها به صورت جزیره‌ای وجود داشتند در گام بعدی سیستم‌های یکپارچه مدیریتی ظهور یافتند و در نهایت بلوغ سیستم‌ها اطلاعاتی سازمان و یکپارچگی

اطلاعات را می‌توان در سیستم‌های برنامه ریزی منابع سازمانی یا ERP ها مشاهده نمود. در سیستم‌های یاد شده اطلاعات در نهایت یکپارچگی و ارتباط با یکدیگر قرار دارند.

در سال‌های اخیر توجه به خرید و پیاده سازی سیستم‌های یکپارچه و همچنین سیستم‌های برنامه ریزی منابع سازمانی در بین شرکت‌ها و سازمان‌های ایرانی افزایش یافته است و در حال حاضر بر اساس نیاز بازار شرکت‌های تولید کننده نرم افزار در حال ارائه راهکار های کسب و کار هوشمند و هوشمند سازی تجاری به مشتریان هستند.

در این میان نقش وجود اطلاعات یکپارچه و همچنین سیستم برنامه ریزی منابع سازمانی به عنوان سامانه بلوغ یافته اطلاعات مدیریتی قبل از پیاده سازی هوش تجاری مورد بررسی قرار گرفته است. سؤال اصلی این است که آیا یکپارچگی اطلاعاتی در سازمان بر روند و گام‌های مختلف پیاده سازی هوش تجاری در سازمان مؤثر است؟ اگر یکپارچگی اطلاعاتی و وجود سیستم برنامه ریزی منابع سازمانی بر پیاده سازی هوش تجاری مؤثر است این تأثیر از چه طریقی و با چه سازوکاری صورت می‌گیرد؟