

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

راہبرد خدمت ITIL

مجموعه‌ای از بهترین تجارب مدیریت خدمت فناوری اطلاعات

تألیف

دیوید کانون

ترجمه

مجید صمصامی و فاطمه نریمانی



شماره مسلسل ۸۲۶۸

شماره انتشار ۳۵۷۲

انتشارات دانشگاه تهران

Cannon, David

سرشناسه : کانون، دیوید
عنوان و نام پدیدآور : راهبرد خدمت ITIL : مجموعه‌ای از بهترین تجارب مدیریت خدمت فناوری اطلاعات / تألیف دیوید کانون؛ ترجمه مجید صمصامی، فاطمه نریمانی؛ زیر نظر دکتر نسترن حاجی حیدری
موضوعات نشر : تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری : ۴۱۰ ص: مصور، جدول، نمودار؛ ۲۲ x ۲۹ س. م.
فروست : انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۳۵۷۲.
شابک : 978-964-03-6689-9
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا.
یادداشت : عنوان اصلی:
یادداشت : کتابخانه.
موضوع : تکنولوژی اطلاعات - مدیریت.
موضوع : طرح‌های تکنولوژی اطلاعات - مدیریت.
موضوع : خدمات پشتیبانی (مدیریت)
شناسه افزوده : صمصامی، مجید، ۱۳۴۵ - مترجم.
شناسه افزوده : نریمانی، فاطمه، ۱۳۶۶ - مترجم.
شناسه افزوده : حاجی حیدری، نسترن، ۱۳۵۸، ویراستار علمی.
شناسه افزوده : دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات
رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۳ ر ۲۳ ک ۳۰ / ۲ HD
رده‌بندی دیویدی : ۶۵۸۴۰۳۸
شماره کتابشناسی ملی : ۲۴۵۷۰۵۰

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، باز نویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود.

عنوان: راهبرد خدمت ITIL : مجموعه‌ای از بهترین تجارب مدیریت خدمت فناوری اطلاعات

تألیف: دیوید کانون

ترجمه: مجید صمصامی - فاطمه نریمانی

زیر نظر: دکتر نسترن حاجی حیدری

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۳

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مترجمان است»

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

یها: ۳۲۰۰۰۰ ریال

ISBN: 978-964-03-6689-9



9 789640 366899

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرش مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

فهرست مطالب

۱	۱- معرفی.....
۱	۱-۱- نگاه کلی.....
۲	۱-۱-۱- اهداف راهبرد خدمت.....
۲	۱-۱-۲- محدوده.....
۳	۱-۱-۳- کاربرد.....
۳	۱-۱-۴- ارزش کسب و کاری.....
۳	۱-۱-۵- مخاطبان هدف.....
۴	۱-۲- محتوا.....
۴	۱-۲-۱- راهبرد خدمت.....
۴	۱-۲-۲- طراحی خدمت.....
۵	۱-۲-۳- انتقال خدمت.....
۵	۱-۲-۴- عملیات خدمت.....
۵	۱-۲-۵- بهبود مستمر خدمت.....
۶	۱-۳- ارتباط ITIL با پورتفولیوی الگوهای برتر مدیریتی.....
۷	۱-۴- چرا ITIL موفق است؟.....
۸	۱-۵- خلاصه فصل‌های کتاب.....
۹	۲- مدیریت خدمت به عنوان الگوی برتر.....
۹	۲-۱- خدمت و مدیریت خدمت.....
۹	۲-۱-۱- خدمات.....
۱۱	۲-۱-۲- مدیریت خدمت.....
۱۲	۲-۱-۳- مدیریت خدمت IT.....
۱۳	۲-۱-۴- ارائه‌دهندگان خدمت.....
۱۳	۲-۱-۵- ذی‌نفعان مدیریت خدمت.....
۱۴	۲-۱-۶- کاربردی بودن و کیفیت ارائه.....
۱۵	۲-۱-۷- الگوهای برتر در حوزه عمومی.....
۱۶	۲-۲- مفاهیم اساسی.....
۱۶	۲-۲-۱- دارایی‌ها، منابع و قابلیت‌ها.....
۱۷	۲-۲-۲- فرآیندها.....
۱۸	۲-۲-۳- سازماندهی مدیریت خدمت.....
۲۰	۲-۲-۴- پورتفولیوی خدمت.....
۲۱	۲-۲-۵- مدیریت دانش و سیستم مربوط به آن.....
۲۲	۲-۳- حاکمیت و سیستم‌های مدیریتی.....
۲۲	۲-۳-۱- حاکمیت.....
۲۳	۲-۳-۲- سیستم‌های مدیریتی.....
۲۴	۲-۴- چرخه عمر خدمت.....

۲۵	۱-۴-۲ تخصصی سازی و هماهنگی در طول چرخه عمر
۲۵	۲-۴-۲ فرآیندها در طول چرخه عمر خدمت
۲۹	۳-۱-۳ اصول راهبرد خدمت
۲۹	۱-۳-۱ راهبرد
۳۰	۱-۱-۳ ابعاد بنیادی راهبرد
۳۴	۲-۱-۳ چهار جزء اساسی راهبرد
۳۷	۲-۳-۲ مشتریان و خدمات
۳۷	۱-۲-۳ مشتریان
۴۳	۲-۲-۳ خدمات
۵۱	۳-۲-۳ ارزش
۵۹	۴-۲-۳ کاربردی بودن و کیفیت
۶۹	۵-۲-۳ دارایی های مشتری، دارایی های خدمت و دارایی های راهبردی
۷۹	۳-۳ ارائه دهندگان خدمت
۷۹	۱-۳-۳ نوع I (ارائه دهنده خدمت داخلی)
۸۰	۲-۳-۳ نوع II (واحد ارائه دهنده خدمات مشترک)
۸۲	۳-۳-۳ نوع III (ارائه دهندگان خدمت خارجی)
۸۴	۴-۳-۳ مشتریان چگونه بین انواع ارائه دهندگان خدمت، انتخاب می کنند؟
۸۶	۵-۳-۳ مزایای نسبی قبول مسئولیت
۸۶	۴-۳ چگونه خدمات تعریف می شوند؟
۸۶	۱-۴-۳ مرحله نخست- تعریف بازار و شناسایی مشتریان
۸۷	۲-۴-۳ مرحله دوم: شناخت مشتری
۸۸	۳-۴-۳ مرحله سوم: کمی کردن پیامدهای مورد انتظار
۸۹	۴-۴-۳ مرحله چهارم: دسته بندی و نگاشت خدمت
۹۳	۵-۴-۳ مرحله پنجم: درک فرصتها (فضای بازار)
۹۳	۶-۴-۳ مرحله ششم: تعریف خدمات مبتنی بر پیامدهای مورد انتظار
۹۶	۷-۴-۳ مرحله هفتم: مدل های خدمت
۹۸	۸-۴-۳ مرحله هشتم: تعریف واحدها و بسته های خدمت
۱۰۳	۵-۳ راهبردهای رضایت مشتری
۱۰۳	۱-۵-۳ مدل کانو
۱۰۷	۶-۳ اقتصاد خدمت
۱۰۹	۱-۶-۳ بازگشت سرمایه
۱۱۸	۲-۶-۳ تحلیل تأثیر کسب و کار
۱۱۹	۷-۳ راهبرد منبع یابی
۱۲۰	۱-۷-۳ تصمیم در مورد مسائلی که باید برون سپاری شوند
۱۲۱	۲-۷-۳ ساختار منبع یابی
۱۲۳	۳-۷-۳ تأمین از چند منبع
۱۲۴	۴-۷-۳ واسطه های ارائه دهنده خدمت
۱۲۶	۵-۷-۳ حاکمیت منبع یابی

۱۲۷	۳-۷-۶ عوامل کلیدی موفقیت
۱۲۷	۳-۸-۱ ساختار خدمت در شبکه ارزش
۱۲۷	۳-۸-۱-۱ از زنجیره ارزش به شبکه های ارزش
۱۲۹	۳-۸-۲ استفاده از شبکه های ارزش
۱۳۳	۳-۹-۱ ورودی ها و خروجی های راهبرد خدمت
۱۳۵	۴-۱-۴ فرآیندهای راهبرد خدمت
۱۳۵	۴-۱-۱ مدیریت راهبردی خدمات فناوری اطلاعات
۱۳۵	۴-۱-۱-۱ اهداف کلان و خرد
۱۳۶	۴-۱-۲ محدوده
۱۳۹	۴-۱-۳ ارزش برای کسب و کار
۱۴۰	۴-۱-۴ سیاست ها، اصول و مفاهیم اساسی
۱۴۱	۴-۱-۵ فعالیت ها، روش ها و تکنیک های انجام فرآیند
۱۷۲	۴-۱-۶ محرک ها، ورودی ها، خروجی ها و واسطه ها
۱۷۴	۴-۱-۷ مدیریت اطلاعات
۱۷۵	۴-۱-۸ عوامل بحرانی موفقیت و شاخص های کلیدی عملکرد
۱۷۶	۴-۱-۹ چالش ها و ریسک ها
۱۷۷	۴-۲-۱ مدیریت پورتفولیوی خدمت
۱۷۷	۴-۲-۱-۱ اهداف کلان و خرد
۱۷۸	۴-۲-۲ محدوده
۱۷۸	۴-۲-۳ ارزش برای کسب و کار
۱۷۸	۴-۲-۴ سیاست ها، اصول و مفاهیم پایه
۱۸۹	۴-۲-۵ فعالیت ها، روش ها و تکنیک های انجام فرآیند
۲۰۸	۴-۲-۶ محرک ها، ورودی ها، خروجی ها و واسطه ها
۲۱۰	۴-۲-۷ مدیریت اطلاعات
۲۱۱	۴-۲-۸ عوامل بحرانی موفقیت و شاخص های کلیدی عملکرد
۲۱۲	۴-۲-۹ چالش ها و ریسک ها
۲۱۳	۴-۳-۱ مدیریت مالی خدمات فناوری اطلاعات
۲۱۴	۴-۳-۱-۱ اهداف کلان و خرد
۲۱۴	۴-۳-۲ محدوده
۲۱۵	۴-۳-۳ ارزش برای کسب و کار
۲۱۷	۴-۳-۴ سیاست ها، اصول و مفاهیم پایه
۲۲۰	۴-۳-۵ فعالیت ها، روش ها و تکنیک های انجام فرآیند
۲۵۹	۴-۳-۶ محرک ها، ورودی ها، خروجی ها و واسطه ها
۲۶۲	۴-۳-۷ مدیریت اطلاعات
۲۶۲	۴-۳-۸ عوامل بحرانی موفقیت و شاخص های کلیدی عملکرد
۲۶۳	۴-۳-۹ چالش ها و ریسک ها
۲۶۴	۴-۴ مدیریت تقاضا
۲۶۵	۴-۴-۱ اهداف کلان و خرد

۲۶۵	محدوده	۲-۴-۴
۲۶۶	ارزش برای کسب و کار	۳-۴-۴
۲۶۷	سیاست‌ها، اصول و مفاهیم پایه	۴-۴-۴
۲۶۸	فعالیت‌ها، روش‌ها و تکنیک‌های انجام فرآیند	۵-۴-۴
۲۷۴	محرك‌ها، ورودی‌ها، خروجی‌ها و واسطه‌ها	۶-۴-۴
۲۷۶	مدیریت اطلاعات	۷-۴-۴
۲۷۶	عوامل بحرانی موفقیت و شاخص‌های کلیدی عملکرد	۸-۴-۴
۲۷۷	چالش‌ها و ریسک‌ها	۹-۴-۴
۲۷۷	مدیریت روابط کسب و کار	۵-۴
۲۷۷	اهداف کلان و خرد	۱-۵-۴
۲۷۸	محدوده	۲-۵-۴
۲۸۰	ارزش برای کسب و کار	۳-۵-۴
۲۸۱	سیاست‌ها، اصول و مفاهیم پایه	۴-۵-۴
۲۸۸	فعالیت‌ها، روش‌ها و تکنیک‌های انجام فرآیند	۵-۵-۴
۳۰۰	محرك‌ها، ورودی‌ها، خروجی‌ها و واسطه‌ها	۶-۵-۴
۳۰۲	مدیریت اطلاعات	۷-۵-۴
۳۰۲	عوامل بحرانی موفقیت و شاخص‌های کلیدی عملکرد	۸-۵-۴
۳۰۳	چالش‌ها و ریسک‌ها	۹-۵-۴
۳۰۵	راهبرد خدمت، حاکمیت، معماری و راهبردهای پیاده‌سازی مدیریت خدمات فناوری اطلاعات	۵-۴-۵
۳۰۵	حاکمیت	۱-۵
۳۰۵	حاکمیت چیست؟	۱-۱-۵
۳۰۷	چه کسی حاکمیت را انجام می‌دهد؟	۲-۱-۵
۳۰۸	تفاوت میان حاکمیت و مدیریت	۳-۱-۵
۳۰۹	چارچوب حاکمیت	۴-۱-۵
۳۰۹	حاکمیت فناوری اطلاعات چیست؟	۵-۱-۵
۳۰۹	تعریف، انجام و پیشبرد حاکمیت سازمانی فناوری اطلاعات	۶-۱-۵
۳۱۱	نحوه ارتباط راهبرد خدمت با حاکمیت	۷-۱-۵
۳۱۱	ایجاد و نگهداری سیستم مدیریت خدمت	۲-۵
۳۱۲	راهبرد خدمت فناوری اطلاعات و کسب و کار	۳-۵
۳۱۳	استفاده از راهبرد خدمت برای دستیابی به توازن	۱-۳-۵
۳۱۳	شرکای یکپارچه	۲-۳-۵
۳۱۴	راهبرد خدمت فناوری اطلاعات و معماری سازمانی	۴-۵
۳۱۵	راهبرد خدمت فناوری اطلاعات و توسعه برنامه‌های کاربردی	۵-۵
۳۱۶	تهیه راهبرد برای پیاده‌سازی فرآیندهای مدیریت خدمت	۶-۵
۳۱۷	انواع پیاده‌سازی مدیریت خدمت	۱-۶-۵
۳۲۲	تعریف چشم‌انداز و مأموریت برای پیاده‌سازی مدیریت خدمت	۲-۶-۵
۳۲۶	ارزیابی مدیریت خدمت	۳-۶-۵
۳۳۳	اهداف پیاده‌سازی مدیریت خدمت	۴-۶-۵

۳۳۴	۵-۶-۵- تعیین و مدیریت ریسک
۳۳۵	۵-۶-۶- آماده‌سازی طرح کسب‌وکار
۳۳۸	۵-۶-۷- منشور پروژه
۳۳۸	۵-۶-۸- اجرا کردن/ اجرا نکردن
۳۳۹	۶- سازماندهی برای راهبرد خدمت
۳۴۰	۶-۱- توسعه سازمانی
۳۴۱	۶-۱-۱- گام‌های توسعه سازمانی
۳۴۷	۶-۲- تغییرات سازمانی
۳۴۸	۶-۳- بخش‌بندی سازمانی
۳۴۸	۶-۴- طراحی سازمانی
۳۵۰	۶-۵- فرهنگ سازمانی
۳۵۰	۶-۶- کارکردها
۳۵۰	۶-۷- ساختار سازمانی منطقی برای ارائه‌دهنده خدمت فناوری اطلاعات
۳۵۳	۶-۸- نقش‌ها
۳۵۴	۶-۸-۱- نقش کلی مالک خدمت
۳۵۶	۶-۸-۲- نقش کلی مالک فرآیند
۳۵۶	۶-۸-۳- نقش کلی مدیر فرآیند
۳۵۷	۶-۸-۴- نقش عمومی متخصص فرآیند
۳۵۷	۶-۸-۵- نقش‌های مدیریت راهبردی خدمت فناوری اطلاعات
۳۵۸	۶-۸-۶- سایر نقش‌های درگیر در فرآیندهای مدیریت راهبردی خدمت فناوری اطلاعات
۳۵۸	۶-۸-۷- نقش‌های مدیریت پورتفولیوی خدمت
۳۵۹	۶-۸-۸- نقش‌های مدیریت روابط کسب‌وکار
۳۶۰	۶-۸-۹- نقش‌های مدیریت مالی فناوری اطلاعات
۳۶۱	۶-۸-۱۰- نقش‌های مدیریت تقاضا
۳۶۱	۶-۸-۱۱- نقش‌های منبع‌یابی
۳۶۲	۶-۹- ماتریس واگذاری مسئولیت
۳۶۳	۶-۱۰- شایستگی و آموزش
۳۶۳	۶-۱۰-۱- شایستگی و مهارت‌های لازم برای مدیریت خدمت
۳۶۴	۶-۱۰-۲- چارچوب شایستگی و مهارت‌ها
۳۶۴	۶-۱۰-۳- آموزش
۳۶۵	۷- ملاحظات فنی
۳۶۶	۷-۱- خودکارسازی خدمت
۳۶۷	۷-۱-۱- آماده‌سازی برای خودکارسازی
۳۶۸	۷-۱-۲- تحلیل و تنظیم خدمت
۳۷۰	۷-۲- واسطه‌های خدمت
۳۷۰	۷-۲-۱- ویژگی واسطه‌های خدمت مناسب
۳۷۱	۷-۲-۲- مدل‌های برخورد با فناوری خدمت
۳۷۲	۷-۲-۳- کانال‌های خودیاور

۳۷۲	۴-۲-۷	بازیابی خدمت از طریق واسطه‌های فناوری
۳۷۳	۳-۷	ابزارهای راهبرد خدمت
۳۷۳	۱-۳-۷	شبیه‌سازی
۳۷۴	۲-۳-۷	مدل‌های تحلیلی
۳۷۷	۸-پیاده‌سازی راهبرد خدمت	
۳۷۷	۱-۸	پیاده‌سازی در طول چرخه عمر
۳۷۷	۱-۱-۸	از بالا به پایین
۳۷۸	۲-۸	فعالیت‌های پیاده‌سازی راهبرد خدمت با پیروی از رویکرد چرخه عمر
۳۷۸	۱-۲-۸	تعیین راهبرد پیاده‌سازی
۳۷۹	۲-۲-۸	طراحی راهبرد خدمت
۳۸۰	۳-۲-۸	انتقال راهبرد خدمت
۳۸۰	۴-۲-۸	عملیات راهبرد خدمات
۳۸۰	۵-۲-۸	بهبود مستمر راهبرد خدمت
۳۸۱	۳-۸	تأثیر راهبرد خدمت بر سایر مراحل چرخه عمر
۳۸۱	۱-۳-۸	راهبرد خدمت و طراحی خدمت
۳۸۲	۲-۳-۸	راهبرد خدمت و انتقال خدمت
۳۸۳	۳-۳-۸	راهبرد خدمت و عملیات خدمت
۳۸۳	۴-۳-۸	راهبرد خدمت و بهبود مستمر خدمت
۳۸۵	۹-چالش‌ها، ریسک و عوامل بحرانی موفقیت	
۳۸۵	۱-۹	چالش‌ها
۳۸۵	۱-۱-۹	پیچیدگی
۳۸۵	۲-۱-۹	هماهنگی و کنترل
۳۸۵	۳-۱-۹	حفظ ارزش
۳۸۶	۴-۱-۹	اثر بخشی در اندازه‌گیری
۳۸۷	۲-۹	ریسک‌ها
۳۸۷	۱-۲-۹	تعریف ریسک
۳۸۷	۲-۲-۹	اطلاعات نادرست
۳۸۷	۳-۲-۹	ریسک‌های استفاده نکردن یا استفاده نکردن از فرصت‌ها
۳۸۸	۴-۲-۹	ریسک‌های طراحی
۳۸۸	۵-۲-۹	ریسک‌های عملیاتی
۳۸۹	۶-۲-۹	ریسک‌های بازار
۳۸۹	۷-۲-۹	عوامل بحرانی موفقیت