

عنوان مقاله:

ارائه مدلی برای سنجش هوشمندی برون‌سازمانی: دیدگاهی از هوشمندی رقابتی

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 5، شماره 3 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

سید یعقوب حسینی - استادیار مدیریت، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

شهربانو یدالهی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه سازمان ها نیازمند ابزارهایی هستند که بتوانند اطلاعات مورد نیازشان را از محیط بیرونی شناسایی، گردآوری و تجزیه و تحلیل کنند تا در تصمیم‌های استراتژیک خود به‌کار گیرند. هوشمندی برون‌سازمانی، این اطلاعات تحلیل‌شده را برای تصمیم‌های سازمانی فراهم می‌کند. با وجود نیاز و اهمیت این ابزارها، هنوز مدلی برای سنجش عملکرد سازمان ها در زمینه هوشمندی برون سازمانی معرفی نشده است. این پژوهش از نوع کاربردی بوده و در دسته پژوهش‌های پیمایشی تحلیلی قرار می‌گیرد. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از روش‌های تحلیل عاملی و مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که هوشمندی برون سازمانی از طریق هوشمندی کلان محیطی (هوشمندی تکنولوژیکی، سیاسی قانونی، اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی فرهنگی)، هوشمندی بازار (هوشمندی مرتبط با تامین کنندگان، توزیع کنندگان و مشتریان و رقبا) اندازه‌گیری می‌شود. به‌علاوه، سازمان‌های مورد بررسی نسبت به عوامل بیرونی، هوشمندی متوسطی دارند.

کلمات کلیدی:

تجزیه و تحلیل محیط بیرونی، منابع اطلاعاتی، هوشمندی برون‌سازمانی، هوشمندی رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1398468>

