

تأثیر هوشیاری کار آفرینی و قابلیت های تکنولوژی های اطلاعاتی بر چابکی استراتژیک و رقابت

پذیری تجاری سازمان (مورد مطالعه: شرکت پارس خودرو)

مصطفی حسین زاده^۱، رضا شعبان نژاد^۲

۱- کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد بوئین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بوئین زهرا، ایران.

۲- دکتری مدیریت آموزش عالی- واحد بوئین زهرا، دانشگاه آزاد اسلامی، بوئین زهرا، ایران، نویسنده عهده دار

مکاتبات

چکیده

هدف اصلی این تحقیق بررسی عوامل موثر بر روی رقابت پذیری تجاری سازمانهاست. این تحقیق از نظر هدف، جزء تحقیقات کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها از نوع پیمایشی محسوب می شود. جامعه مورد بررسی در این تحقیق شامل تمامی کارکنان شرکت پارس خودرو بوده و حجم جامعه مورد بررسی ۷۱۲ نفر می باشد. تعداد ۲۷۰ پرسشنامه با روش نمونه گیری تصادفی ساده در میان جامعه توزیع شد که از این میان تعداد ۲۵۳ پرسشنامه مناسب تحلیل در اختیار محقق قرار گرفت. داده های بدست آمده با روش تحلیل معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج بدست آمده نشان داد که قابلیت های تکنولوژی های اطلاعاتی بر هوش بازار و چابکی استراتژیک تأثیر معنی داری دارد. همچنین پیش بینی استراتژیک، بینش سیستماتیک و آمادگی رویارویی با تغییرات بر هوش بازار تأثیر معنی داری دارد و از طرفی دیگر هوش بازار تأثیر معنی داری بر چابکی استراتژیک دارد. شایان ذکر است که اثرات بیان شده همگی مثبت هستند. جالب توجه اینکه تأثیر بینش سیستماتیک بر چابکی استراتژیک رد گردید.

واژگان کلیدی: قابلیت های تکنولوژی های اطلاعاتی، هوش بازار، چابکی استراتژیک، رقابت پذیری تجاری