

پویش محیطی در گردآوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران

فهیمة باب الحوائجی^۱

استادیار،

گروه علوم کتابداری و اطلاع رسانی،

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران

ابراهیم حسینی*

کارشناس ارشد،

کتابخانه مرکزی دانشگاه ارومیه

دریافت: ۱۳۸۹/۰۷/۲۰ پذیرش: ۱۳۸۹/۱۲/۰۴

فصلنامه علمی پژوهشی
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
شاپا (چاپی) ۵۲۰۶-۱۷۳۵
شاپا (الکترونیکی) ۵۵۸۳-۲۰۰۸
نمایه در SCOPUS، LISA و ISC
<http://jst.irandoc.ac.ir>
ویژه نامه مدیریت کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی
ص ۸۷-۱۰۷ پاییز ۱۳۹۰
نوع مقاله: پژوهشی

1. f. babalhavaejji@srbiau.ac.ir
*ebrahimhosseini2009@gmail.com

چکیده: هدف از پژوهش حاضر، شناخت مدیران نشر خصوصی با استفاده از منابع اطلاعاتی از محیط بیرونی سازمان تجاری آنهاست تا با اطلاعات موثق بتوانند در مورد نشر کتاب‌های خود بهترین تصمیم را بگیرند. جامعه آماری شامل ۷۵۷ ناشر فعال است که ۲۶۰ نفر از آنها با روش تصادفی ساده نمونه‌گیری شدند. ابزار پژوهش، پرسشنامه پویش محیطی شامل ۱۶ منبع اطلاعاتی و ۶ بخش محیطی بیرونی است. روایی ابزار پژوهش، صوری و پایایی آن از طریق محاسبه آلفای کرونباخ، عدد ۰/۹۳ محاسبه گردید. نتایج نشان داد که رابطه معنی‌داری بین مدیران ناشران خصوصی شهر تهران با پویش محیطی و منابع اطلاعاتی و دسترس‌پذیری منبع اطلاعاتی وجود دارد. از بخش‌های محیط بیرونی، بخش اقتصادی و مشتریان و رقبا مهمترین بخش‌های محیطی بوده‌اند. از منابع اطلاعاتی نیز کارکنان زیردست و یادداشت‌های داخلی، مهمترین منبع اطلاعاتی بوده‌اند. رادیو تلویزیون و انتشارات دولتی و نشریات ادواری نیز به میزان کمتری مورد استفاده قرار گرفته‌اند. براساس تحلیل‌های پیرسون، بین دسترس‌پذیری از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی در سطح کمتر از (P</math>۰/۰۱) رابطه معنی‌داری وجود داشت.

کلیدواژه‌ها: پویش محیطی، مدیران ناشران خصوصی شهر تهران، گردآوری و استفاده از اطلاعات، منابع اطلاعاتی، دسترس‌پذیری منبع اطلاعاتی، میزان پویش محیطی

۱. مقدمه

امروزه نیاز به روشی است که تصمیم‌گیران را قادر سازد هم درکی از محیط بیرونی سازمان داشته باشند و تعامل و روابط میان بخش‌های مختلف را بفهمند و هم بتوانند از این درک در فرایند تصمیم‌گیری استفاده کنند و آن را به زبان برنامه‌ریزی ترجمه کنند؛ پویش محیطی یکی از این روش‌هاست. درحالی‌که نقش اطلاعاتی مدیران روز به روز مورد تأکید قرار می‌گیرد، به‌نظر می‌رسد صنعت نشر نیز به‌عنوان یک صنعت بزرگ از این قاعده مستثنی نیست و به‌نظر می‌رسد با نوعی کمبود دانش درخصوص چگونگی فراهم‌آوری و استفاده از اطلاعات مواجه است. فراهم‌آوری و استفاده از اطلاعات برای مقابله با چالش‌های مدیریتی متناسب با محیط پیرامون سازمان است. عوامل موجود در محیط بیرونی می‌توانند عامل ایجادکننده فرصت‌ها و یا تهدیدها برای هر سازمانی و به‌نوعی برای ناشران باشند و پیچیدگی و بی‌ثباتی و عدم قطعیت را به‌عنوان چالش‌های تصمیم‌گیری فراروی مدیران آن سازمان‌ها قرار دهند. حوزه مدیریت نقش‌های تصمیم‌گیری چندی برای مدیران متصور است که می‌توان گفت این نقش‌ها ارتباطی ناگسستگی با کارکردهای اطلاعاتی و میان‌فردی آنها دارد. استفاده از اطلاعات محیطی در ارتباط با این نقش‌ها در این مطالعه تشریح خواهد گردید. برآیند مطالعه را می‌توان در ترسیم راهکاری نوین برای تسریع در فرایند فراهم‌آوری اطلاعات برای مدیران ناشران خصوصی شهر تهران و شناسایی منابع اطلاعاتی مهم از منظر ایشان با عنایت به شاخصه‌های پویش محیطی متصور شد.

بنابراین، مدیران ناشران خصوصی نیز برای اینکه بتوانند در بازار رقابتی صنعت نشر موفق باشند و کتاب‌های مورد نیاز جامعه را با توجه به کنکاش محیط بیرونی سازمان خود منتشر نمایند، به‌طوری‌که محصول تولیدشده در انبارها انباشته نشود و بلااستفاده نماند، همچنین برای غلبه بر مشکلات چاپ کتاب و هزینه‌های بسیار زیادی که صرف نشر آن می‌شود، نیازمند تصمیم‌گیری آگاهانه مبتنی بر گرایشات محیط بیرونی سازمان خود هستند. بر همین مبنا، ضرورت چنین پژوهشی برای تداوم چرخه فرایند نشر خصوصی و دورماندن از ورشکستگی در جامعه امروزی با توجه به محیط تجاری رقابت‌آمیز، انکارناپذیر است. پویش محیطی می‌تواند عامل مهمی در شناخت کاستی‌ها و توانمندی‌های این صنعت و راهکارهای مناسب برای سیاستگذاری‌های آینده در حوزه نشر خصوصی باشد که این خود می‌تواند کمک بزرگی به شکوفایی و رونق هر چه بیشتر این صنعت در بازار رقابتی نشر بنماید.

۲. بیان مسأله

صنعت نشر مانند هر صنعت دیگر نیازمند برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری، و

زیرساخت‌هایی است تا بتواند به یک اهرم فرهنگی و اقتصادی مؤثر تبدیل شود. برخورد سطحی و سنتی و تجربی با مسأله نشر پاسخگوی نیازهای کنونی نیست، زیرا نشر پیوندی عمیق با تاریخ، اقلیم، فرهنگ، اقتصاد، و آموزش دارد و به حرکتی چندسویه نیاز دارد. روشن است که این حرکت بازخورد سریع ندارد، اما در درازمدت تغییرات اساسی ایجاد می‌کند، بنابراین پژوهش بنیادی و کاربردی در زمینه نشر می‌تواند مبنای برنامه‌ریزی‌های بنیادی قرار گیرد (باب الحوائجی ۱۳۸۱).

مدیران ناشران خصوصی نیز با توجه به چالش‌هایی که با آن روبرو هستند، باید شناخت کاملی از محیط سازمانی خود داشته باشند. این موارد شامل محیط کلان از قبیل عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، و فرهنگی و همچنین، محیط رقابتی است که دربرگیرنده مشتریان، تازه‌واردان، تدارک‌کننده‌ها، کالاها، و رقباست. بعد دیگر محیط سازمانی در محیط درونی تبلور می‌یابد که خود شامل منابع مالی، نیروی انسانی، بازاریابی و فروش، عملیات و تولید، تحقیق و توسعه، مدیریت و راهبرد جاری است. بنابراین، پژوهش حاضر درصدد است تا بررسی کند مدیران ناشران خصوصی در شهر تهران در ارتباط با محیط خارجی‌شان چگونه اطلاعات کسب می‌کنند و اطلاعات به‌دست‌آمده را چگونه به کار می‌گیرند تا از این طریق بتوانند در چرخه رقابتی بازار نشر خصوصی باقی بمانند و بتوانند اطلاعاتی را که از منابع اطلاعاتی جهت پویش محیط بیرون سازمان خود کسب می‌کنند، در تصمیم‌گیری‌های روزانه خود به کار گیرند و راهبردهای خاصی را در مورد نشر کتاب به کار برند تا اینکه در این صنعت بتوانند همچنان به عرصه رقابت و فعالیت پردازند. مدیران انتشارات خصوصی باید تفکرات و ایده‌های جدیدی داشته باشند و اطلاعات و عقاید اقشار مردم (منابع) را برای گسترش چارچوب مراجعان خود دریافت نمایند. آنها باید تصمیمات جدید را در ذهنشان پیروانند که این مهم از طریق پویش محیطی فراهم می‌شود.

پویش محیطی، فرآیند جستجوی اطلاعات درباره رویدادها و روابط موجود در محیط بیرونی سازمان است، چرا که موجب می‌شود تا سرمایه‌گذاران امروزی سرمایه نشر که ممکن است به‌طور فزاینده، در یک محیط تجاری نامطمئن و ناپایدار موفق نشوند، با استفاده از اطلاعات حاصل از پویش محیطی به رویکردهای نوینی در نشر دست یابند. بنابراین، هدف پژوهش حاضر این است که بررسی کند مدیران ناشران خصوصی شهر تهران در ارتباط با محیط بیرونی حوزه نشر خصوصی چگونه اطلاعات را برای تصمیم‌گیری کسب و کار به کار می‌گیرند. این پژوهش، مطالعه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی درباره کاربردها و نیازهای اطلاعاتی، و پژوهش و تحقیق به‌واسطه نظریه سازمان درباره اثر متقابل بین سازمان‌ها و محیط آنهاست.

۳. بخش‌های محیط بیرونی سازمان

برطبق تعریف دفت، سورمونن، و پارکز در سال ۱۹۸۸ که در پژوهش‌شان بر روی مدیران اجرایی انجام گرفته است، محیط بیرونی یک سازمان تجاری به شش بخش محیطی تقسیم می‌شود که عبارتند از:

(۱) بخش مشتریان: دربرگیرنده شرکت‌ها و افرادی است که محصولات شرکت را خریداری می‌کنند و شرکت‌هایی که محصولات و تولیدات را به دست می‌آورند تا اینکه به عنوان مشتریان نهایی آن محصولات را دوباره به فروش برسانند؛

(۲) بخش رقبا: شامل شرکت‌ها، محصولات، و سازوکارهای رقابتی است که باعث می‌شود محصولات جایگزین را تولید کنند؛ محصولاتی که با تولیدات شرکت مقابل رقابت بکنند و نیز شامل اقدامات رقابت‌آمیز بین شرکت مقابل و دیگر شرکت‌هایی که در همان صنعت مشغول به کار هستند؛

(۳) بخش فناوریانه^۱: دربرگیرنده توسعه فنون محصولات جدید و روش‌های جدید، نوآوری در مواد و محصولات و تولیدات، تحقیقات و پژوهش مربوط به شرکت است؛

(۴) بخش قانونی: قانون و قوانین، سیاست‌های جامعه یا شهر و توسعه و پیشرفت‌های سیاسی در تمام سطوح دولت را در برمی‌گیرد؛

(۵) بخش اقتصادی: عوامل اقتصادی از قبیل بازار بورس، نرخ تورم، تعادل بازرگانی خارجی، بودجه‌های دولتی و استانی، نرخ بهره، بیکاری، و نرخ رشد اقتصادی؛

(۶) بخش اجتماعی فرهنگی: ارزش‌های اجتماعی در جامعه، اثر اخلاقی، گرایش‌ها و تمایلات جمعیتی از قبیل افزایش تعداد زنان در نیروی کار را در برمی‌گیرد (Daft, Sormunen, and Parks 1988).

۴. منابع اطلاعاتی

شانزده منبع اطلاعاتی که در بیشتر پژوهش‌ها براساس منابعی که در گذشته جهت پژوهش و مطالعه در رابطه با پویای محیطی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند (Aguilar 1967; Keegan 1974; Culnan 1983; Preble, Rau, and Reichel 1988; Daft, Sormunen, and Parks 1988). شده‌اند. این شانزده منبع اطلاعاتی عبارتند از: مشتریان، رقبا، مؤسسات حرفه‌ای و بازرگانی، مأموران دولتی، روزنامه و نشریات، انتشارات دولتی، ایستگاه‌های رسانه‌ای از قبیل تلویزیون و رادیو و امثال آنها، گزارش‌ها و انتشارات مؤسسات تجاری و صنعتی، کنفرانس‌ها و بازدیدها،

1. Tactics

2. Technologic

مشاوران اعضای کمیته‌ها، مدیران زیردست، کارمندان زیردست، یادداشت‌های داخلی و بخشنامه‌ها، گزارشات و مطالعات داخلی، منابع کتابخانه شرکت، و خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیکی.

۵. پیشینه پژوهش

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، نقش پویش محیطی در گردآوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران سازمان‌ها و شرکت‌های تجاری و صنایع در جهت دستیابی به اطلاعات موثق برای تصمیم‌گیری مورد توجه بوده و یکی از انگیزه‌های اصلی پژوهش در این حوزه بوده است. برخی پژوهشگران، بررسی‌ها و مطالعه‌هایی را در این زمینه انجام داده‌اند که به بعضی از آنها اشاره می‌شود.

با توجه به جستجوهای انجام‌شده از طریق آپک^۱ کتابخانه‌های دانشگاهی، مراکز علمی و پژوهشی و همچنین، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، تاکنون پژوهشی درباره پویش محیطی در داخل ایران صورت نگرفته است.

فیهی و کینگ یک مدل چارچوب پویش را برای فعالیت‌های پویش محیطی یک شرکت پیشنهاد کردند. سه مدل پویش مشخص شده‌اند که عبارتند از: مدل نامنظم، مدل متناوب یا دوره‌ای، و مدل پیوسته. آنها پژوهش‌شان را از طریق مصاحبه‌های سازمان‌یافته خود با مأموران برنامه‌ریزی ۱۲ شرکت بزرگ از جمله ۱۰ شرکت تسهیلات رفاهی، و ۲ شرکت سازنده کالاهای صنعتی انجام دادند و دریافتند که فقط ۳ شرکت، بخش‌های پویش را دایر کرده است. برای ۹ شرکت باقیمانده از ۱۰ شرکت، پویش موقت و مبنی بر رویداد و حادثه بود. هیچ‌کدام از ۱۲ شرکت موفق نشده بودند در پویش محیطی ساختاریافته و یکپارچه به‌سوی فرایندهای برنامه‌ریزی راهبردی حرکت کنند (Fahey and King 1977).

نیوگرین، راشر، و لاروی میزان کارایی اقتصادی ۲۸ شرکت ایالات متحده را که پویش محیطی را تجربه کرده با ۲۴ شرکت که پویش محیطی را تجربه نکرده بودند، مورد مقایسه قرار دادند. در یک دوره ۵ ساله ارزیابی (۱۹۷۵-۱۹۸۰)، با استفاده از قیمت سهام شرکت، نسبت درآمد و قانون صنعت را مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج نشان داد که شرکت‌هایی که به‌طور معنی‌داری از عمل پویش محیطی استفاده کرده بودند، نسبت به شرکت‌هایی که از پویش محیطی استفاده نکرده بودند، اختلاف داشتند. از این پژوهش چنین نتیجه گرفته شد که بررسی و ارزیابی پویش محیطی تأثیری مثبت در میزان کارایی و عملکرد شرکت دارد (Newgren, Rasher, and LaRoe 1984).

1. On-line Public Access Catalogs (OPAC)

ویست رابطه بین راهبرد سازمانی و پویش محیطی را در میزان کارائی و عملکرد صنایع غذایی ایالات متحده آمریکا مورد بررسی قرار داد. داده‌ها از ۶۵ شرکت در دوره زمانی ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۶ گردآوری شده بود. راهبرد به کار برده شده در این پژوهش، براساس راهبرد پورتر در سال ۱۹۸۵ بود که عبارت از گونه‌شناسی تفاوت محصول و کم کردن هزینه و تمرکز جایگاه طبقه‌بندی شده است. وی در این مطالعه به این نتیجه دست یافت که راهبرد و پویش محیطی، تأثیر قابل ملاحظه‌ای در بازگشت دارائی‌ها و فروش شرکت دارند (West 1988).

چو در مطالعه خود که برای بررسی پویش محیطی و فراهم‌آوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران اجرایی صنعت ارتباطات کانادا انجام داد در حدود ۱۱۳ شرکت را مطالعه کرد. نتایج نشان داد که جامعه مورد مطالعه به‌عنوان یک گروه بخش محیطی، فناوری و مشتریان و رقبا را دارای بیشترین عدم قطعیت راهبردی دانستند. اطلاعات در مورد مشتریان، بیشتر اطلاعات از بخش‌های فناوری و اقتصاد را به‌دنبال داشت و روزنامه‌ها و نشریات، مدیران، و کارکنان زیردست، بیشتر از منابع اطلاعات پر استفاده در پویش محیطی مدیران هستند (Choo 1993).

شرودر و همکارانش تحقیقی با عنوان "ارتباط بین راهبردهای رقابتی و فناوری فرایند تولید" بیان می‌کند که انطباق بین طرح فرایند تولید به‌عنوان یک عامل بسیار مهم محیط برنامه‌ریزی تولید با روش برنامه‌ریزی سازمان، بر عملکرد شرکت‌های تولیدی تأثیر می‌گذارد. وی رابطه بین این دو عامل مهم را یک رابطه مستقیم در نظر گرفته و اعتقاد دارد سازمان‌هایی که درجه سازگاری روش‌های برنامه‌ریزی آنها با طرح فرایند تولید آنان بیشتر است، عملکرد بهتری را نشان می‌دهند. همان‌طور که مشخص است وی نیز در بین عوامل محیط برنامه‌ریزی تولید بیشترین توجه خود را به نوع فرایند تولید معطوف می‌دارد و تأثیر عوامل دیگر محیطی را کمرنگ تلقی می‌کند. با توجه به اینکه تحقیق وی بیشتر توصیفی است تا کاربردی، نتیجه آن دیدگاه محقق را نسبت به یک عامل دیگر در محیط برنامه‌ریزی تولید روشن‌تر ساخته است، به گونه‌ای که عامل نوع فرایند تولید را به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در طبقه‌بندی محیط‌های برنامه‌ریزی تولید مدنظر قرار دهد (Schroeder, Congden, and Gopinath 1995).

وان کاربرد اطلاعات تجاری در فرهنگ غرب (کشور کانادا) و فرهنگ شرق (کشور چین) را از طریق بررسی پرسشنامه مورد مقایسه قرار داد. نتایج پژوهش وی نشان داد که منابع اطلاعات غیررسمی در هر دو فرهنگ مهمتر و بهتر مورد استفاده قرار گرفته بودند (Vaughn 1998).

تحقیقات مکادک و بارلی نشان می‌دهد که فرایند و کمیّت اطلاعات، عوامل مهمی در درک تصمیم‌گیری راهبردی هستند. بنابراین، کمیّت و کیفیت داده‌های جمع‌آوری شده باید متناسب با درجه‌ای از عدم قطعیت‌های محیطی مواجه با شرکت باشد تا مدیران مطمئن باشند موفق

به تصمیم‌گیری درست می‌شوند (Makadok and Barney 2001). کواس در پژوهش خود با عنوان "کاوش دو دیدگاه رقابتی بر روی مفهوم اطلاعات در رأس موضوع تفسیر مدیریت راهبردی" دریافت که ارتباط بین به‌دست‌آوردن و پردازش اطلاعات بر تصمیم‌گیری مدیران تأثیر می‌گذارد (Kuvaas 2002). مطالعه داک، داوولی، و آنتونی بر روی اطلاعات رسمی در استفاده از برنامه‌ریزی راهبردی نشان داد که در این پژوهش، پوش محیطی به‌عنوان عناصری از فرآیند تصمیم‌گیری منطقی رابطه مثبت با کارکرد سازمانی دارد (Daake, Dawley, and Anthony 2004).

لئونارد، بوایس، و شول در پژوهش خود با عنوان مدلی چندسطحی از گروه سبک‌شناختی در تصمیم‌گیری راهبردی به این نتایج دست یافتند که تفاوت‌ها در فرآیندهای تصمیم‌گیری یا رفتار تصمیم را می‌توان به تفاوت در وظیفه تصمیم نسبت داد؛ تفاوت در وضعیت و موقعیت و یا محیطی که در آن تصمیم‌گیری اتخاذ شده است، ناشی از اختلافات فردی است. وظیفه تصمیم‌گیری شامل ابعاد پیچیدگی کار، دشواری و آشنایی با کار و ابهام کار است. موقعی که کار ناشناخته یا مبهم است، یافته‌های تجربی آن در زمان تصمیم‌گیری نوعی افزایش را پیشنهاد می‌کند، همچنین زمانی که کار پیچیده یا مشکل است، افزایشی در مقدار اطلاعات به کار برده ایجاد می‌شود (Leonard, Beauvais, and Scholl 2005).

محمد در پژوهش خود با عنوان "سرمایه‌گذاری تصمیم: متأثر از پوش محیطی" میزان پوش محیطی را در رابطه با کیفیت سرمایه‌گذاری تعیین کرد. وی در این مطالعه به بررسی ارتباط بین رفتار پوش محیطی و کیفیت در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری به‌وجودآمده توسط مدیران را مورد آزمایش قرار داد. نتایج حاصل از ۱۱۸ پرسشنامه به‌وسیله مدیران ارشد در مالزی نشان داد که فعالیت سرمایه‌گذاری در مورد تصمیم‌گیری، پوش محیطی بیشتر مربوط به اطلاعات رقیب و فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی اقتصادی را دربرمی‌گیرد. از این اطلاعات، اطلاعات به‌دست‌آمده در رابطه با رقبا و اقتصاد منجر به تصمیم‌گیری دارای کیفیت بالاتری هستند (Muhammad 2009).

بیشتر پژوهش‌های گذشته که در رابطه با نقش پوش محیطی در گردآوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران جهت تصمیم‌گیری صورت گرفته است، بیانگر این نتایج هستند که در بعضی از این پژوهش‌ها شرکت‌هایی که به‌طور معنی‌داری از عمل پوش محیطی استفاده کرده بودند نسبت به شرکت‌هایی که از پوش محیطی استفاده نکرده بودند، تأثیری مثبت در میزان کارایی و عملکرد شرکت‌ها داشته‌اند. در بعضی دیگر از پژوهش‌ها نیز از بخش‌های محیط بیرونی سازمان، بخش‌های مشتریان و رقبا و فناوری بیشتر مورد پوش و بررسی قرار گرفته است و از منابع اطلاعاتی جهت پوش محیطی نیز روزنامه‌ها و نشریات، مدیران زیردست، و کارکنان زیردست بیشتر از منابع اطلاعاتی پر استفاده در پوش محیطی مدیران هستند.

۶. تعاریف مفهومی و عملیاتی

پوش محیطی: پوش محیطی به‌عنوان ابزار گردآوری و استفاده از اطلاعات درباره حوادث و گرایش‌ها در محیط خارجی سازمان تعریف شده است، دانشی که می‌خواهد نحوه عمل و روش مدیریت را در برنامه‌ریزی برای آینده کمک کند، پوش محیطی اطلاعات را که مزیتی راهبردی برای سازمان ایجاد می‌کند، برای مدیران اجرایی جهت تصمیم‌گیری فراهم می‌کند تا سازمان در یک محیط تغییرپذیر موفق شود (Aguilar 1967; Auster and Choo 1994)

در این پژوهش، منظور از پوش محیطی شیوه‌ای است که مدیران ناشران خصوصی به‌واسطه آن از طریق منابع اطلاعاتی درباره عناصر محیط بیرونی سازمان خود از قبیل بخش مشتریان، بخش رقبا، بخش اقتصادی، بخش اجتماعی فرهنگی، و بخش نظارتی و قانونی اطلاعات را برای تصمیم‌گیری به‌دست می‌آورند.

ناشران خصوصی: منظور ناشرانی هستند که هیچ‌گونه وابستگی سازمانی و مدیریتی به بخش‌های دولتی ندارند.

در این پژوهش، منظور از ناشران خصوصی ناشرانی هستند که در طول سال ۱۳۸۸ دست‌کم ۱۰ عنوان کتاب را با سرمایه مادی و معنوی خود چاپ کرده‌اند، زیرا ناشر فعال یا حرفه‌ای ناشری است که در طول یک سال دست‌کم ۱۰ عنوان کتاب چاپ کند (رضایی ۱۳۸۸).

دسترس‌پذیری منبع اطلاعاتی: ابعاد دسترس‌پذیری درک‌شده شامل دسترسی فیزیکی منابع (یعنی اینکه چطور برای آنان دسترسی به یک منبع اطلاعاتی امکان‌پذیر است)، رابط منبع اطلاعاتی (یعنی اینکه رابط منبع اطلاعاتی چگونه پرسش و زبان دستوری را برای بازیابی اطلاعات تنظیم می‌کند) و توانایی اینکه از نظر فیزیکی، بالقوه اطلاعات مرتبط را بازیابی کند (یعنی اینکه از نظر فیزیکی چگونه ممکن است که اطلاعات را از منابع اطلاعاتی بازیابی کند) (Culnan 1983).

در این پژوهش منظور از دسترس‌پذیری منبع اطلاعاتی، میزان دسترسی فیزیکی به منابع شازده‌گانه بیان شده است.

میزان و مقدار پوش: عبارت از مقدار و تناوب پوش انجام‌شده به‌وسیله مدیران است و مقدار زمان و تلاشی را دربر می‌گیرد که مدیران برای کسب اطلاعات، محیط را در یک زمان مشخص مورد بررسی قرار می‌دهند (Hambrick 1981).

در پژوهش حاضر، منظور از مقدار و میزان پوش محیطی، میزان و تعداد دفعاتی است که مدیران ناشران خصوصی شهر تهران برای کسب اطلاعات، محیط بیرونی سازمان خود را مورد بررسی و پوش قرار می‌دهند.

۷. اهداف تحقیق

۱-۷. هدف کلی پژوهش

هدف اصلی از این پژوهش، تعیین عوامل مرتبط با پویش محیطی برای گردآوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران درباره محیط بیرونی سازمان ناشران خصوصی شهر تهران است. در واقع، مدیران ناشران خصوصی با استفاده از اطلاعاتی که از محیط بیرونی به دست می آورند، می توانند بهترین تصمیم را برای سازمان خود بگیرند؛ در مورد نشر کتاب‌های خود همواره برنامه‌ریزی مدون و هدفمندی را داشته باشند؛ بر مبنای آن اقدام نمایند؛ از خطرات و تهدیدهای محیطی بیرونی سازمان خود در امان بمانند؛ از فرصت‌های پیش آمده در حوزه نشر به نحو احسن استفاده نمایند.

۲-۷. اهداف فرعی پژوهش

- ۱) تعیین میزان پویش محیطی از طریق جامعه پژوهش؛
- ۲) تعیین اینکه جامعه پژوهش کدام یک از بخش‌های محیط بیرونی سازمان را برای کسب اطلاعات استفاده می کنند؛
- ۳) تعیین اینکه کدام یک از منابع اطلاعاتی جهت پویش محیطی توسط جامعه پژوهش به کار گرفته می شود؛ و
- ۴) تعیین میزان تأثیر پویش محیطی بر کسب و کار جامعه پژوهش.

۸. سؤالات و فرضیه پژوهش

- سؤال ۱. تا چه میزان، پویش محیط خارجی از طریق جامعه پژوهشی انجام می شود؟
 - سؤال ۲. برای جامعه پژوهش، هر یک از بخش‌های محیط خارجی چقدر در کسب اطلاعات تأثیر دارد؟
 - سؤال ۳. به چه میزان، منابع اطلاعاتی برای پویش و بررسی محیط سازمان توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران به کار گرفته می شود؟
 - سؤال ۴. به چه میزان، پویش محیطی برای تصمیم‌گیری در کسب و کار از منابع اطلاعاتی توسط جامعه پژوهش انجام می گیرد؟
- فرضیه پژوهش: رابطه مستقیمی بین دسترس پذیری درک شده از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی وجود دارد.

۹. روش تحقیق

روش تحقیق، پیمایشی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها، با استفاده از پرسشنامه‌ای است که بین ۲۶۰ نفر از مدیران ناشران خصوصی شهر تهران در سال ۱۳۸۸ توزیع شده است. تعداد ناشران ۷۵۷ واحد است که طبق جدول مورگان از این تعداد، ۲۶۰ ناشر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و از میان مدیران ناشران خصوصی شهر تهران که در سال دست کم ۱۰ عنوان کتاب را منتشر کرده‌اند، انتخاب شد.

روشی که برای تعیین روایی پرسشنامه این پژوهش استفاده شد، روایی محتوایی است. بدین منظور، پرسشنامه طراحی شده توسط پژوهشگران بین تعدادی از مدیران ناشران خصوصی توزیع شد و تعدادی از صاحب‌نظران رشته کتابداری نیز آن را تأیید کردند. به منظور اندازه‌گیری پایایی، از روش آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شد و این مقدار براساس داده‌های حاصل برابر ۰/۹۳۷ شد. روش آماری به کار گرفته شده، آمار توصیفی و استنباطی و در مرحله بعدی، با مقایسه اطلاعات موجود برای بررسی سؤالات پژوهش از آزمون دو جمله‌ای باینومیل^۱ و برای آزمون فرضیه پژوهش از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

۱۰. یافته‌های تحقیق

۱۰-۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی

برای شناخت بیشتر جامعه پژوهش، در یکی از ابزارهای گردآوری اطلاعات سؤال‌هایی در رابطه با جنسیت، میزان تحصیلات، وضعیت پوش محیطی توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران، تمایل مدیران ناشران به مصاحبه مطرح شد که در ادامه به آنها اشاره می‌گردد.

جدول ۱. توزیع فراوانی مدیران ناشران خصوصی شهر تهران به تفکیک جنسیت

۱۴/۴	۲۸	زن
۸۵/۶	۱۶۶	مرد
۱۰۰	۱۹۴	جمع

یافته‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که بالاترین درصد (۸۵/۶) مربوط به مدیران مرد ناشران خصوصی شهر تهران است و پایین‌ترین درصد (۱۴/۴) مربوط به مدیران زن ناشران خصوصی شهر تهران است.

1. Binomial

جدول ۲. توزیع فراوانی مدیران ناشران خصوصی شهر تهران براساس مدرک تحصیلی

مدرک تحصیلی	فراوانی	درصد
زیر دیپلم	۱۰	۵/۲
دیپلم	۳۸	۱۹/۶
فوق دیپلم	۱۳	۶/۷
لیسانس	۸۴	۴۳/۳
فوق لیسانس	۳۶	۱۸/۶
دکتری	۱۳	۶/۷
جمع	۱۹۴	۱۰۰/۰

با توجه به یافته‌های جدول ۲ مشاهده می‌شود که بالاترین درصد (۴۳/۳) مدیران ناشران خصوصی شهر تهران، دارای مدرک تحصیلی لیسانس هستند، پایین‌ترین درصد (۵/۲) مدیران ناشران خصوصی شهر تهران، دارای مدرک تحصیلی زیر دیپلم هستند.

جدول ۳. توزیع فراوانی پیرامون وضعیت پوش محیطی مؤسسه انتشاراتی توسط مدیران

پاسخ مدیران به استفاده از پوش محیطی	فراوانی	درصد
بلی	۱۵۸	۸۱/۴
خیر	۳۶	۱۸/۶
جمع	۱۹۴	۱۰۰/۰

براساس یافته‌های جدول ۳ می‌توان نتیجه گرفت که (۸۱/۴) درصد از مدیران ناشران خصوصی شهر تهران اظهار کرده‌اند که در رابطه با محیط بیرونی سازمان خود پوش محیطی انجام می‌دهند.

جدول ۴. توزیع فراوانی تمایل مدیران ناشران به مصاحبه

تمایل به مصاحبه	فراوانی	درصد
بلی	۱۲۳	۶۳/۴
خیر	۷۱	۳۶/۶
جمع	۱۹۴	۱۰۰/۰

داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که (۶۳/۴) درصد ناشران تمایل به مصاحبه دارند و (۳۶/۶) درصد ناشران تمایلی به مصاحبه ندارند.

۱۰-۲. پاسخ به سؤالات و فرضیه پژوهش

سؤال ۱. تا چه میزان پویش محیط خارجی از طریق جامعه پژوهشی انجام می‌شود؟

جدول ۵. میزان پویش محیطی از طریق جامعه پژوهش

طبقه	فراوانی	احتمال مشاهده شده	آزمون احتمال	سطح معنی داری
مخالف	۷۹	۴۱	۵۰	۰۱۲
موافق	۱۱۵	۵۹		
	۱۹۴	۱۰۰		

با توجه به ($Sig = /012$) جدول ۵ می‌توان نتیجه گرفت که با اطمینان ۹۵٪، مدیران ناشران مورد مطالعه معتقدند و موافقتند که مؤلفه پویش محیطی تا اندازه زیادی انجام می‌گیرد و تفاوت بین فراوانی‌ها براساس نقطه برش (۳)^۱ و همچنین احتمالات مشاهده شده نیز در سطح $P < /05$ از لحاظ آماری معنی دار است. همچنین نتایج نشان داد که بخش اقتصادی بیشتر مورد پویش قرار می‌گیرد، یعنی اینکه مدیران ناشران خصوصی شهر تهران از بخش‌های محیطی بیرونی سازمان خود بیشتر بخش اقتصادی را که دربرگیرنده برآورد هزینه‌های نشر کتاب، میزان اعتبار قابل دسترس، میانگین سطح درآمد مشتریان، تمایل افراد به خرج کردن، نرخ بهره، نرخ تورم، نرخ مالیات، الگوهای مصرف، سطوح بهره‌وری کارکنان، بیکاری، تغییرات تقاضا، تغییرات قیمت، سیاست‌های پولی و غیره از بخش‌های دیگر محیطی مورد پویش قرار داده‌اند تا اینکه در نشر کتاب‌های در دست اقدام خود تصمیمی مطمئن و موثق را بگیرند و چرخه نشر خود را فعال‌تر نمایند.

سؤال ۲. هر یک از بخش‌های محیط خارجی چقدر در کسب اطلاعات برای جامعه پژوهش تأثیر دارد؟

۱. نقطه برش، همان میانگین ابزار است که در طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (۱-۲-۳-۴-۵) معادل ۳ است.

جدول ۶. آزمون دوجمله‌ای تأثیر بخش‌های محیط خارجی در کسب اطلاعات

سطح معنی داری	آزمون احتمال	احتمال مشاهده شده	فراوانی	طبقه	
/۰۰۰	/۵۰	/۲۹	۵۷	< ۳	مخالف
		/۷۱	۱۳۷	> ۳	موافق
		۱/۰۰	۱۹۴		

با توجه به ($\text{Sig} = /۰۰۰$) سطح معنی داری جدول ۶، می‌توان ادعا نمود که بین فراوانی پاسخ‌دهندگان موافق و مخالف تفاوت بارزی از لحاظ آماری در سطح $P < /۰۰۱$ وجود دارد. به عبارت دیگر، با اطمینان ۹۹٪ می‌توان اظهار کرد که بخش‌های محیط خارجی ناشران خصوصی شهر تهران تا اندازه خیلی زیادی در کسب اطلاعات تأثیر دارند چرا که بیشتر افراد (۷۱٪) را موافقان و تعداد کمتری (۲۹٪) را مخالفان با این جریان تشکیل داده است. این تفاوت همان‌طور که در جدول ۶ اشاره گردید معنی دار است، یعنی اینکه می‌توان اظهار کرد که مدیران ناشران خصوصی شهر تهران با توجه به آزمون دوجمله‌ای باینومیال در پاسخ به تأثیر بخش‌های محیط خارجی در کسب اطلاعات، ۷۱٪ درصد از مدیران بر این باورند که بخش‌های محیطی خارجی سازمان خود در کسب اطلاعات جهت تصمیم‌گیری نقش مؤثری دارند و مدیران ناشران خصوصی باید برای کسب اطلاعات جهت نشر کتاب‌های خود بخش‌های محیط خارجی سازمان خود را مورد پویش قرار دهند. این امر به این دلیل است که لازمه کار جهت بررسی فرآیندهای نشر و میزان تقاضا جهت نشر کتاب براساس همین اطلاعاتی است که مدیران از محیط خارجی سازمان خود گردآوری می‌نمایند تا اینکه بر مبنای آن تصمیم‌گیری درست و مطمئن در مورد نشر کتاب‌های خود بگیرند.

سؤال ۳. به چه میزان منابع اطلاعاتی برای پویش و بررسی محیط سازمان توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران به کار گرفته می‌شود؟

جدول ۷. آزمون دو جمله‌ای میزان منابع اطلاعاتی جهت پویش توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران

سطح معنی داری	آزمون احتمال	احتمال مشاهده شده	فراوانی	طبقه	
/۰۰۰	/۵۰	/۰۶	۱۱۰۰	< ۳	مخالف
		/۹۴	۱۸۳	> ۳	موافق
		۱/۰۰	۱۹۴		

داده‌های جدول ۷ نشان‌دهنده تفاوت بین موافقان (۹۴٪) و مخالفان (۰۶٪) در سطح $P < ۰.۰۱$ از لحاظ آماری است. به بیان دیگر، می‌توان نتیجه گرفت که در این مؤلفه نیز بیشتر افراد (۹۴٪) موافقت می‌کنند که منابع اطلاعاتی برای بررسی محیط سازمان و پویا تا اندازه خیلی زیادی مورد استفاده قرار گرفته است؛ یادداشت‌های داخلی و بخشنامه‌ها بیشتر از همه مورد استفاده قرار گرفته است؛ رادیو و تلویزیون، انتشارات دولتی، و نشریات ادواری نیز کمتر از منابع دیگر مورد استفاده قرار گرفته است. این بدین معنی است که مدیران ناشران خصوصی شهر تهران اظهار کرده‌اند که از میان ۱۶ منبع اطلاعاتی جهت بررسی و پویا محیط بیرونی سازمان ناشران خصوصی، یادداشت‌های داخلی و بخشنامه‌ها به میزان بیشتری از سایر منابع اطلاعاتی جهت پویا محیط بیرونی سازمان ناشران خصوصی مورد استفاده قرار گرفته است؛ این منابع اطلاعاتی بیشتر در دسترس بوده‌اند. همچنین، رادیو و تلویزیون، انتشارات دولتی، و نشریات ادواری نیز از میان این منابع که کمتر در دسترس بوده‌اند، به‌طور طبیعی به میزان کمتری در پویا محیط بیرونی ناشران مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

سؤال ۴. به چه میزان پویا محیطی برای تصمیم‌گیری در کسب و کار از منابع اطلاعاتی توسط جامعه پژوهش انجام می‌گیرد؟

جدول ۸ آزمون دوجمله‌ای پویا محیطی و تأثیر آن در تصمیم‌گیری برای کسب و کار

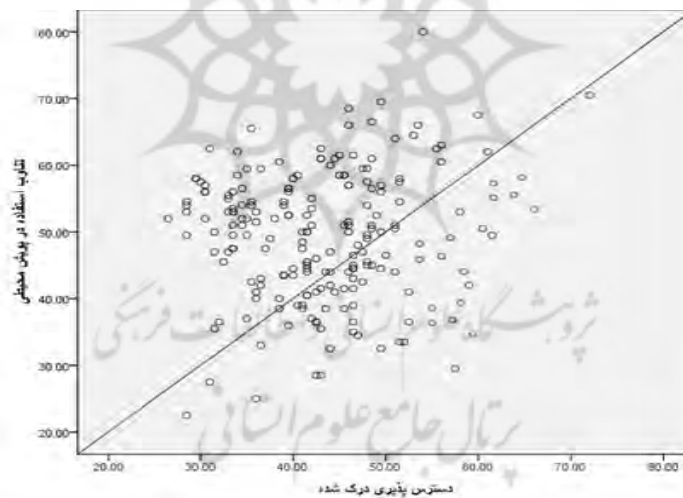
سطح معنی‌داری	آزمون احتمال	احتمال مشاهده شده	فراوانی	طبقه	
/۰۰۰	/۵۰	/۲۴	۴۶/۰۰	≤ 3	مخالف
		/۷۶	۱۴۸	> 3	موافق
		۱/۰۰	۱۹۴		

به استناد سطح معنی‌داری ($Sig = /۰۰۰$) جدول ۸ و با توجه به اختلاف بین احتمال مشاهده شده موافقان (۷۶٪) و مخالفان (۲۴٪) و نیز معنی‌دار بودن این اختلاف در سطح $P < ۰.۰۱$ از لحاظ آماری نتیجه گرفته می‌شود که بیشتر مدیران ناشران خصوصی شهر تهران تا اندازه زیاد و خیلی زیادی از پویا محیطی برای تصمیم‌گیری در کسب و کار استفاده می‌کنند. کارکنان زبردست، مهمترین منبع اطلاعاتی جهت پویا برای تصمیم‌گیری هستند و رادیو و تلویزیون نیز به میزان کمتری به کار گرفته می‌شوند. بنابراین، بیشتر مدیران ناشران خصوصی شهر تهران معتقدند که پویا محیطی در تصمیم‌گیری جهت کسب و کار خود نقش به‌سزایی دارد و از میان منابع اطلاعاتی جهت تصمیم‌گیری، مدیران زبردست مهمترین منبع اطلاعاتی هستند که مدیران برای کار خود بیشتر بر آنها تأکید می‌کنند و در نشر کتاب‌های خود در چرخه نشر از آن منبع اطلاعاتی

بیشتر استفاده می‌کنند. رادیو و تلویزیون نیز در پویش و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری در کار نشر کمترین تأثیر را دارند، یعنی اینکه در تصمیم‌گیری جهت نشر دخالت کمتری دارند و این بیانگر این مطلب است که این منبع اطلاعاتی کمتر دسترس‌پذیر و دارای عدم قطعیت محیطی است و گرفتن اطلاعات موثق از آن مشکل است و در فرآیند نشر کتاب‌ها کمتر به کار گرفته می‌شوند. فرضیه پژوهش. رابطه مستقیمی بین دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی وجود دارد.

جدول ۹. رابطه دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی

تناوب استفاده	پیرسون	دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی
٪۷۴۲	سطح معنی‌داری	
٪۰۰۰	فراوانی	
۱۹۴		



نمودار ۹. پراکنش بین دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی یا تناوب استفاده از آن

به استناد سطح معنی‌داری (Sig=٪۰۰۰) جدول ۹، نتیجه‌گیری می‌شود که بین دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی رابطه معنی‌داری از لحاظ آماری در سطح $P < ٪۰۰۱$ وجود دارد. این رابطه به صورت مستقیم است، یعنی اینکه هرچه دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی بیشتر باشد، تناوب استفاده از آن در پویش

محیطی نیز بیشتر می‌گردد. به عبارت دیگر، هر چه مدیران ناشران خصوصی شهر تهران مقدار زمان کمتری برای دستیابی به محل منابع اطلاعاتی شانزده گانه صرف کنند و به سهولت و با میزان تلاش کمتر اطلاعات را از آن منبع برای تصمیم‌گیری در چرخه نشر کتاب دریافت کنند، استفاده از آن منبع در پویش محیطی بیشتر خواهد شد. برعکس، هر چه دسترسی به منبع اطلاعاتی از لحاظ مقدار زمانی و تلاشی که برای مکان‌یابی و گرفتن اطلاعات موثق و مورد اطمینان سخت و مشکل باشد، آن منبع اطلاعاتی کمتر در پویش محیطی جهت کسب اطلاعات به کار گرفته می‌شود، چون دسترس‌پذیر نیست.

این بدین معنی است که بهبود کارایی با ایجاد بستر مناسب برای تصمیم‌سازی در سازمان وقتی به دست می‌آید که تصمیم‌مدیران مبتنی بر داده‌های سازمانی کامل و جامع باشد که از طریق پویش محیطی با استفاده از منابع اطلاعاتی دسترس‌پذیر حاصل می‌شود، به نحوی که می‌توانند بر مبنای آن به تصمیمات گرفته‌شده اطمینان کامل داشته باشند و مطمئن باشند که این تصمیمات، سازمان را در شرایط رقابتی حفظ می‌نمایند و همچنین، اهداف تعریف‌شده به دست خواهند آمد. مؤید این یافته، نمودار ۱ است که به وضوح، رابطه همزمان بین دو متغیر دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن را در پویش محیطی به تصویر کشیده است و در نهایت اینکه فرضیه پژوهش با اطمینان ۹۹٪ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

۱۱. بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش، پس از بررسی مشخص شد که میزان پویش محیطی مدیران ناشران خصوصی شهر تهران از محیط بیرونی سازمان خود با توجه به داده‌های جدول ۵ ($\text{Sig} = /0.12$) با اطمینان ۹۵٪ تا اندازه زیادی صورت می‌گیرد و تفاوت فراوانی‌ها بر اساس نقطه برش (۳) و همچنین احتمالات مشاهده‌شده نیز در سطح ۰۵٪ $P <$ از لحاظ آماری معنی‌دار است و مشتریان بیشتر مورد پویش محیطی قرار گرفته‌اند. در حالی که در تحقیقات گذشته مشخص شده است که میزان پویش محیطی در محیط بیرونی بسته به سازمان‌ها فرق داشته است و در برخی از آنها بیشترین پویش در مورد رقبا بوده و برخی دیگر در مورد محیط بیرونی مشتریان آنان بوده است (Choo 2003).

در تأثیر بخش‌های محیطی در کسب اطلاعات توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران، با توجه به نتایج جدول ۶ ($\text{Sig} = .000$) سطح معنی‌داری که بین فراوانی پاسخ‌دهندگان موافق و مخالف تفاوت بارزی از لحاظ آماری در سطح ۰۰۱٪ $P <$ وجود دارد، با اطمینان ۹۹٪ می‌توان گفت که بخش‌های محیط خارجی ناشران خصوصی شهر تهران از قبیل مشتریان، رقبا، اقتصادی، فناوری، اجتماعی فرهنگی، و بخش نظارتی تا اندازه خیلی زیادی در کسب اطلاعات جهت

تصمیم‌گیری تأثیر دارند، زیرا بیشتر مدیران (۷۱٪) موافقت می‌کنند که این محیط نقش اساسی در تصمیم‌گیری دارد. نتایج تحقیقات گذشته نیز در رابطه با تأثیر بخش‌های محیطی توسط مدیران اجرایی در کسب اطلاعات جهت تصمیم‌گیری در رابطه با پویش محیطی، نتایج این پژوهش را تأیید می‌کنند، یعنی این محققان نیز در رابطه با این مؤلفه در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که بخش‌های محیطی نقش به‌سزایی در تصمیم‌گیری دارند (Aguilar 1967; Choo 2003; Yungler 2005; Hambrick 1981).

در رابطه با نقش منابع اطلاعاتی برای پویش و بررسی محیط سازمان توسط مدیران اجرایی با توجه به داده‌های جدول ۷، تفاوت بین موافقان (۹۴٪) و مخالفان (۰۶٪) در سطح $P < 0.001$ از لحاظ آماری است. به بیان دیگر، می‌توان نتیجه گرفت که در این مؤلفه نیز بیشتر افراد (۹۴٪) موافقت می‌کنند که منابع اطلاعاتی برای بررسی محیط سازمان و پویش تا اندازه خیلی زیادی مورد استفاده قرار گرفته است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که از بین ۱۶ منبع اطلاعاتی از قبیل مشتریان، رقبا، متخصصان صنعت چاپ و نشر، مراکز دولتی، نشریات ادواری و روزنامه‌ها، انتشارات دولتی، ایستگاه‌های رسانه‌ای از قبیل رادیو و تلویزیون، انجمن‌های صنفی ناشران، کنفرانس‌ها و بازدیدها، مشاوران اعضای کمیته‌ها، مدیران زیردست، کارکنان زیردست، یادداشت‌های داخلی و بخشنامه‌ها، گزارشات و مطالعات داخلی، منابع کتابخانه، و خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیکی که توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران جهت پویش و محیط ناشران به کار گرفته می‌شود تا حد بسیار زیادی در بررسی محیط خارجی سازمان ناشران خصوصی شهر تهران مورد استفاده قرار می‌گیرد و از بین آنها، یادداشت‌های داخلی بیشتر از همه مورد استفاده قرار گرفته است؛ رادیو و تلویزیون، انتشارات دولتی، و نشریات ادواری نیز کمتر از منابع دیگر مورد استفاده قرار گرفته است. این در حالی است که تحقیقات گذشته بیانگر این بود که از بین منابع اطلاعاتی، رقبا و مشتریان بیشترین نقش را در بررسی محیط خارجی توسط مدیران اجرایی داشته‌اند و در بیشتر تحقیقات از بین این دو منبع، رقبا نقش بیشتری را ایفا کرده‌اند (Choo 2003; Aguilar 1967; Yungler 2005; Hambrick 1981) بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که در این پژوهش، بیشتر ۱۶ منبع اطلاعاتی اشاره‌شده نقش بسیار بالایی را در پویش محیط خارجی ناشران شهر تهران توسط مدیران داراست.

در رابطه با میزان تأثیر پویش محیطی برای تصمیم‌گیری در کسب و کار توسط جامعه پژوهش با توجه به نتایج جدول ۸، به استناد سطح معنی‌داری (Sig=/.۰۰۰) و با توجه به اختلاف بین احتمال مشاهده‌شده موافقان (۷۶٪) و مخالفان (۲۴٪) و نیز معنی‌دار بودن این اختلاف در سطح $P < 0.001$ از لحاظ آماری نتیجه گرفته می‌شود که مدیران ناشران خصوصی شهر تهران تا اندازه

زیاد و خیلی زیادی از پویش محیطی برای تصمیم‌گیری در کسب و کار استفاده می‌کنند. این بدین معنی است که مدیران ناشران خصوصی شهر تهران تا حد بسیار زیادی از پویش محیطی جهت تصمیم‌گیری در کسب و کار خود استفاده می‌کنند و در این راستا کارکنان زیردست، مهمترین منبع اطلاعاتی جهت پویش برای تصمیم‌گیری هستند و رادیو و تلویزیون نیز به میزان کمتری به کار گرفته می‌شوند.

با توجه به پژوهشی که لروی و برنارد در رابطه با تأثیر پویش محیطی جهت تصمیم‌گیری در کسب و کار خود انجام دادند به این نتیجه رسیدند که پویش محیطی، به‌عنوان یک عامل تعدیل‌کننده، باعث افزایش تصمیم سرمایه‌گذاری تولیدی و خطر ابتلا به خطر کردن را در مدیران جهت تصمیم‌گیری کاهش می‌دهد. هیچ پژوهشی، به‌طور مستقیم رابطه بین پویش محیطی و تصمیم‌گیری در کسب و کار را مشخص نکرده است و بیشتر پژوهش‌ها، کیفیت و نگاه وسیع و همه‌جانبه مدیران که چگونه محیط را بررسی می‌کنند، چگونه از منابع اطلاعاتی استفاده می‌کنند، بخش محیط بیرونی سازمان را بررسی می‌کنند، و تأثیر توانایی پردازش اطلاعات برای اینکه باعث تقویت تصمیم‌گیری در کسب و کار شود، نتایجی بود که آنان در پژوهش مورد بررسی خود به آن دست یافتند (Leroy and Bernard 2004).

به استناد سطح معنی‌داری ($Sig = / .000$) جدول ۹ نتیجه‌گیری می‌شود که بین دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی، رابطه معنی‌داری از لحاظ آماری در سطح $P < / .001$ وجود دارد و این رابطه به‌صورت مستقیم است یعنی اینکه هرچه دسترس‌پذیری درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی بیشتر باشد تناوب استفاده از آن در پویش محیطی نیز بیشتر می‌گردد و برعکس. کولنان در پژوهش خود با عنوان "پویش محیطی: اثر پیچیدگی و دسترس‌پذیری منبع اطلاعاتی در گردآوری رفتار اطلاعاتی" به این نتیجه دست یافت که تناوب استفاده از منبع اطلاعاتی در پویش محیطی با دسترس‌پذیری درک‌شده از منبع اطلاعاتی و پیچیدگی محیطی سازمان رابطه مثبتی وجود دارد (Culnan 1983).

چون نیز در پژوهش خود اثبات کرد که بین دسترس‌پذیری منبع درک‌شده و کیفیت منبع درک‌شده از یک منبع اطلاعاتی در هر دو رابطه مثبتی با تناوب استفاده از آن منبع اطلاعاتی در پویش محیطی دارند (Choo 1993). در این پژوهش نیز می‌توان چنین نتیجه گرفت که مطالعه پویش محیطی و نقش آن در گردآوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران اجرایی شرکت‌های نشر خصوصی با استفاده از منابع اطلاعاتی که در سازمان خود در اختیار دارند و با بررسی و کاوش محیط بیرونی خود همواره سعی و تلاش کرده‌اند که بر محیط بیرونی سازمان خود که محیطی پرتلاطم و پیچیده و متغیر است تا حدودی تسلط پیدا کنند. بدین ترتیب، می‌توانند با

بررسی بیشتر، اطلاعات بیشتری را از محیط جمع آوری و کسب کنند و با استفاده از این اطلاعات موثق و مطمئنی که به دست می آورند می توانند بهترین تصمیم گیری را در مورد کسب و کار تجاری خود به مرحله اجرا بگذارند؛ با این محیطها خود را وفق دهند؛ بهترین تصمیم را بگیرند تا از گرایشات و فرصت های به دست آمده در حوزه نشر خصوصی استفاده کنند.

۱۲. پیشنهادهای کاربردی پژوهش

۱) از بخش های محیط بیرونی سازمان خود بیشتر بخش اقتصادی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند تا اینکه بتوانند با توجه به سطح میانگین درآمد مردم، نرخ بهره، تورم، الگوهای مصرف و غیره بیشتر بر مؤلفه اقتصادی تسلط داشته باشند؛

۲) در این پژوهش، با توجه به اینکه از لحاظ دسترسی فیزیکی و دقت و اطمینان از اطلاعات، مشتریان مهمترین منبع اطلاعاتی جهت پویش محیطی است و رادیو و تلویزیون نیز دارای کمترین دسترس پذیری و کیفیت است، پیشنهاد می شود که در پژوهش های خود بیشتر از این منبع اطلاعاتی استفاده کنند؛

۳) در این پژوهش، این نتیجه به دست آمد که هرچه عدم قطعیت محیطی بیشتر باشد، تناوب استفاده از منابع اطلاعاتی جهت پویش و بررسی محیطی نیز بیشتر می گردد و این بیانگر این نکته است که هرچه کمبود اطلاعات و پیچیدگی محیط بیرونی ناشران خصوصی شهر تهران بیشتر باشد، در نتیجه تناوب استفاده از منابع اطلاعاتی نیز بیشتر و بیشتر می گردد. بنابراین، پیشنهاد می شود که مدیران اجرایی محیط های را که دارای پیچیدگی و عدم اطلاعات کافی هستند بیشتر مورد پویش و بررسی قرار دهند تا اینکه تصمیمی با کیفیت بگیرند.

۱۳. پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی

با توجه به اینکه در این پژوهش گردآوری اطلاعات از طریق پویش محیطی بررسی شده است و مسائلی از قبیل دسترس پذیری منبع درک شده، عدم قطعیت محیطی، میزان پویش محیطی، بخش های محیطی، استفاده منابع اطلاعاتی جهت پویش و غیره بررسی شده است، به پژوهشگران و علاقه مندان به حوزه کتابداری و اطلاع رسانی پیشنهاد می شود که پژوهش هایی در موضوعات زیر انجام دهند:

- ۱) مطالعه محیط بیرونی چاپخانه های چاپ و نشر کشور و بررسی مشکلات آنها؛
- ۲) اثر محیط متشنج و نامطمئن در تصمیم گیری توسط مدیران کارخانه های کاغذ کشور؛

- ۳) پژوهشی توسط مدیران تجهیزات کتابخانه‌ای در رابطه با نحوه کسب اطلاعات با توجه به بررسی تأثیر محیط بیرونی کتابخانه‌ها بر تجهیزات کتابخانه‌ای توسط مدیران؛
- ۴) تأثیر عوامل محیطی بر حوزه نشر الکترونیکی؛
- ۵) پویای محیطی و کیفیت سرمایه‌گذاری روی تصمیم‌گیری و همچنین چشم‌انداز پردازش اطلاعات؛ و
- ۶) رفتار اطلاع‌یابی مدیران کتابخانه‌های مراکز آموزش عالی جهت اتخاذ تصمیم‌گیری در فرآیند امور کتابخانه‌ها.

۱۴. منابع

- باب‌الحوادثی، فهیمه. ۱۳۸۱. آشنایی با مبانی چاپ و نشر. تهران: تکوک زرین.
- رضایی، جمشید. ۱۳۸۸. نگاهی به مشکلات پخش کتاب در ایران. کتاب ماه کلیات ۱۲ (۸): ۱۷-۲۵.
- Aguilar, F. J. 1967. *Scanning the business environment*. New York: Macmillan Co.
- Auster, E., and C. W. Choo. 1994. How senior manager acquire and use information in environmental scanning. *Journal of the American Society for Information Science* 44 (4): 194-203.
- Choo C. W. 1993. Environmental scanning: acquisition and use of information by chief executive officers in the Canadian telecommunications industry, PhD dissertation, University of Toronto.
- Choo, C. W. 2003. Environmental Scanning: Acquisition and use of information by chief Executive officers in the Canadian Telecommunications Industry. PhD Dissertation, University of Toronto.
- Culnan, M. J. 1983. Environmental scanning: the effects of task complexity and source accessibility on information gathering behavior. *Decision Sciences* 14 (2): 194-206.
- Daake, D., D. D. Dawley, and W. P. Anthony. 2004. Formal data use in strategic planning: an organizational field experiment. *Journal of Management Issues* 51 (2): 232-247.
- Daft, R. L., J. Sormunen, and D. Parks. 1988. Chief executive scanning, environmental characteristics, and company performance: an empirical study. *Strategic Management Journal* 9 (2): 123-139.
- Fahey, L., and W. R. King. 1977. Environmental scanning for corporate planning. *Business Horizons* 20 (4): 61-71.
- Hambrick, D. C. 1981. Specialization of environmental scanning activities among upper level executives. *Journal of Management Studies* 18 (3): 299-320.
- Keegan, W. J. 1974. Multinational scanning: a study of the information sources utilized by headquarters executives in multinational companies. *Administrative Science Quarterly* 9 (3): 411-421.
- Kuvaas, B. 2002. An exploration of two competing perspectives on informational context in top management strategic issue interpretation. *Journal of Management Studies* 39 (7): 977-1001.
- Leonard, N. H., L. L. Beauvais, and K. W. Scholl. 2005. A multi-level model of group cognitive style in strategic decision making. *Journal of Managerial* 27 (1): 119-138.
- Leroy, S., and J. Bernard. 2004. Managers and productive investment decisions: the impact of uncertainty and risk aversion. *Journal of Small Business Management* 42 (1): 1-18.
- Makadok, R., and J. Barney. 2001. Strategic factor market intelligence: an application of information economics to strategy formulation and competitor intelligent. *Management Science* 47 (12): 1621-1638.

- Muhammad, N. M. N. 2009. Capital investment decision: Impact from environmental scanning. *Journal of Management Issues* 1 (1): 1-16.
- Newgren, K. E., A. A. Rasher, and M. E. LaRoe. 1984. An empirical investigation of the relationship between environmental assessment and corporate performance. In *Proceedings of the 44th Annual Meeting of the Academy of Management held in Boston, MA, August 12-15 1984*, J. A. Pearce II and R. B. Robinson Jr. (Eds.), 352-356. Washington, DC: Academy of Management
- Preble, J. F., P. A. Rau, and A. Reichel. 1988. The environmental scanning practices of U. S. multinationals in the late 1980s. *Management International Review* 28 (4): 4-14.
- Schroeder, D. M., S. W. Congden, and C. Gopinath. 1995. Linking competitive strategy and manufacturing process technology. *Journal of Management Studies* 32 (2): 163-189.
- Vaughn, L. 1998. A cross-cultural comparison of business information uses. *International Information and Library Review* 30 (2): 157-168.
- West, J. J. 1988. Strategy, environmental scanning, and their effect upon firm performance: an exploratory study of the food service industry. PhD thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Yunger, M. 2005. Environmental scanning for strategic information: Content analysis from Malaysia. *Journal of American Academy of Business* 2 (6): 17-20.



Environmental Scanning in Acquisition and Use of Information by the Managers of Private Publishers in Tehran City

Fahimeh Babalhavaeji¹

Assistant Professor, Department of Library and Information Science, Science and Research Branch, Islamic Azad University

Ibrahim Hosseini*

Teacher of Urmia Payam Noor University

Information
Sciences
& Technology

Abstract: The purpose of this study was the investigation of managers of private publishers of Tehran (MPPT) in using at information source to acquire information about their organization's external environment and to use it on decision-making. Research methods were analytical survey and statistic population 260 managers for research was selected by random sampling methods from Morgan table. Questionnaires were used as an instrument for data collecting and sent to publishers by email. In this study, environmental scanning, information source, information source accessibility selected as dependent variable, and measured with MPPT as independent variable. Binomial test and Pearson correlation analysis test were used for analyzing questions and hypothesis. The investigation results showed that findings from research questions results indicated significant relationship among independent variables (MPPT) with the dependent variables- environmental scanning, information sources, source accessibility of information. In the external environment, the sectors of economic, customers and competitors were the most important environmental sectors, and information sources were also available under subordinate staff, internal memoranda, circulars were most important source of information and television and radio, government publications and periodicals periodic rate also have been used less. There was relationship between the source accessibility of information and the frequency of its use in environmental scanning statistically significant between levels of less than ($P < 0.001$) based on Pearson's correlation analysis.

Keywords: environmental scanning, managers' private publishers of Tehran, acquisition and use of information, information sources, source accessibility of information, amount of environmental scanning

Iranian Research Institute
For Science and Technology
ISSN 1735-5206
eISSN 2008-5583
Indexed in LISA, SCOPUS & ISC
Special Issue: Libraries and Information
Centers Management | pp: 87-107
Autumn 2011

1. f. babalhavaeji@srbiau.ac.ir

*Corresponding author

ebrahimhosseini2009@gmail.com