

■ عوامل مؤثر بر پویش محیطی و گردآوری
و استفاده از اطلاعات در حوزه نشر الکترونیک
نریا ضیایی | لیلا رسولی

■ چکیده

هدف: بررسی عوامل مؤثر بر پویش محیطی و گردآوری و استفاده از اطلاعات به منظور تصمیم‌گیری بهینه از نظر ناشران خصوصی حوزه نشر الکترونیک است.

روش/ رویکرد پژوهشی: پژوهش حاضر با روش پیمایشی-تحلیلی انجام شده و جامعه آماری شامل ۱۰۰ ناشر فعال خصوصی است که ۸۰ نفر از آنها با استفاده از روش تصادفی ساده نمونه‌گیری شدند. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه محقق ساخته به دست آمده است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که از عوامل محیط بیرونی، مؤلفه اقتصادی با میانگین رتبه‌ای ۵/۲۳ مهم‌ترین عامل محیطی بوده است. از منابع اطلاعاتی نیز مؤلفه مدیران زبردست با میانگین رتبه‌ای ۱۱/۹۱ با بیشترین اهمیت و مؤلفه انتشارات دولتی با میانگین رتبه‌ای ۵/۷۹ دارای کمترین اهمیت و قابلیت اطمینان بوده است. نتیجه‌گیری: بین دسترس‌پذیری و کیفیت یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی رابطه معناداری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها

پویش محیطی، نشر الکترونیک، تصمیم‌گیری راهبردی

عوامل مؤثر بر پویش محیطی و گردآوری و استفاده از اطلاعات در حوزه نشر الکترونیک

ثریاضایی^۱ | لیلارسولی^۲

دریافت: ۹۲/۰۴/۱۷ پذیرش: ۹۳/۰۷/۱۰

مقدمه

در دنیای امروز دسترسی به اطلاعات و چگونگی استفاده از این اطلاعات توسط مدیران نقش بسیار مهمی در پیشرفت صنعت دارد. با توجه به اهمیت روزافزون نقش مدیران در دنیای صنعت و در سازمان ذینفع می توان به اهمیت فراهم آوری و استفاده از اطلاعات مناسب در مقابله با چالش های احتمالی سازمان پی برد. به نظر می رسد که صنعت نشر الکترونیک نیز از این قاعده مستثنی نیست و نیاز به بررسی چگونگی فراهم آوری و استفاده از اطلاعات در مقابله با چالش های فرارو دارد.

فناوری اطلاعات و ارتباطات در سال های اخیر بر دنیای نشر تأثیری انقلابی نهاده است. تولید انواع منابع اطلاعاتی الکترونیکی در مدت کوتاهی از منابع چاپی بیشتر شده و با سرعتی شگرف در حال فزونی است. نشر الکترونیک دنیای اطلاعات و حتی فضای سنتی و فیزیکی کتابخانه ها را به چالش کشیده و سبب بروز تغییرات بسیاری شده است. به همین دلیل، ناشران خصوصی حوزه نشر الکترونیک تلاش می کنند تا با استفاده از اطلاعات صحیح مکان خود را در میدان رقابت تثبیت یا ارتقا بخشند.

تیلور^۳ (۱۹۹۱) معتقد است بیشتر اطلاعاتی که در محیط مورد استفاده قرار می گیرد با تجزیه و تحلیل عوامل محیطی همراه است. این عوامل محیطی می تواند گروهی از مردم که با سازمان به هر نحوی در ارتباطند، ابعاد گوناگون مسائلی که در سازمان وجود دارد و باید حل شود، مجموعه دخیل در کار سازمان، و راهکارهای حل مسائل سازمان یا از این قبیل باشد.

۱. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی
دانشگاه پیام نور
sorayazaei@gmail.com
۲. کارشناس ارشد علم اطلاعات و
دانش شناسی، دانشگاه پیام نور
Taylor. 3

یک مدیر برای تصمیم‌گیری صحیح می‌تواند از روش‌های متفاوتی استفاده نماید، یکی از این روش‌ها پویای محیطی است. چو^۱ (۲۰۰۱) پویای محیطی را فرآیند کسب و استفاده از اطلاعات که از طریق حوادث، روش‌ها و روابط سازمانی که در تعامل با محیط حاصل می‌شود تعریف می‌کند. این اطلاعات می‌تواند سبب کمک به مدیریت برای اخذ تصمیم مناسب در مقابله با رویدادهای آتی باشد.

همچنین دولی و فریکسل^۲ (۱۹۹۹) عقیده دارند یکی از عناصر اصلی سرمایه‌گذاری جهت تصمیم‌گیری درست برای آینده سازمان، پویای محیطی است. زیرا با فراهم کردن انبوهی از اطلاعات متنوع از پیچیدگی‌ها و عدم قطعیت‌های موجود در تصمیم‌گیری سازمانی می‌کاهد. در مقابل، اطلاع‌رسانی نادرست در طول فرآیند تصمیم‌گیری می‌تواند پردازش اطلاعات توسط عوامل تصمیم‌گیرنده را تحت تاثیر قرار دهد. بنابراین، دانش و فناوری تخصصی باید در کنار یکدیگر قرار گیرند تا ریسک استفاده از اطلاعات بدست آمده از محیط را تقلیل دهند.

انسف^۳ (۱۹۸۷) به چهار نوع محیط مختلف قائل بود که با توجه به شرایط سازمانی پویای محیطی در آنها صورت می‌گرفت: محیط پایدار، محیط واکنشی، محیط پیش‌بینانه، محیط ابتکاری. مایر، راینر و اسنایدر^۴ (۱۹۹۷) این موضوع را بیشتر مورد بحث قرار دادند و استدلال کردند که سازمان‌ها برای بقا و موفقیت در تعامل با محیط خود قرار دادند و موفقیت سازمان بستگی به چگونگی برخورد مؤثر مدیریت در مقابل تغییر سریع فناوری اطلاعات محیطی است. نیک‌محمد، جاناتان و طیب^۵ (۲۰۰۹) بیان می‌کنند که تفکر جاری سازمان در برنامه‌ریزی‌های بلندمدت نیازمند شناسایی ارزش اطلاعات محیطی و فراهم‌آوری آنهاست. زمود^۶ (۱۹۷۸) کیفیت درک شده منبع اطلاعاتی را میزان مرتبط بودن، دقت، درستی، کمیت، پایایی و اعتبار، مناسبت و بجایی، کیفیت ساختار، و کیفیت معنی و مفهوم اطلاعات موجود در آن می‌داند.

با توجه به اهمیت پردازش اطلاعات در روند تصمیم‌گیری‌های راهبردی، این استدلال وجود دارد که پویای محیطی یکی از عناصر اصلی برای سرمایه‌گذاری در تصمیم‌گیری با کیفیت است. بدیهی است که قلب تپنده تصمیم‌گیری سازمانی، گردآوری عقلانی و منطقی اطلاعات، یعنی پویای محیطی است (داک، دیولی و آنتونی^۷، ۲۰۰۴). پویای محیطی نقاط ضعف و قوت داخلی سازمان را در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدات بیرون سازمانی مورد بررسی قرار می‌دهد (آبلز^۸، ۲۰۰۲).

سرمایه‌گذاران امروزی در حوزه نشر الکترونیک که در محیطی تازه و ناپایدار تجاری قرار دارند با استفاده از پویای محیطی می‌توانند به رویکردهای تازه‌ای در این حوزه دست یافته و جایگاه خود را تثبیت نمایند. به همین سبب، در این مطالعه سعی شده که عوامل

1. Choo
2. Dooley & Fryxell
3. Ansoff
4. Maier, Rainer Jr. & Snyder
5. NikMuhammad, Janatan & Taib
6. Zmud
7. Daake, Dawley & Anthony
8. Abels

محیطی تاثیر گذار بر فرایند تصمیم گیری ناشران شناسایی و به چگونگی کسب این اطلاعات از محیط بیرونی پرداخته شود.

پژوهش در باب پویش محیطی با مطالعات پیشگامانی مانند (آگیلار^۱ (۱۹۶۷) و کیگان^۲ (۱۹۶۸) در دهه ۱۹۶۰ آغاز گردید. پژوهش های انجام گرفته اکثرا حول محور چهار موضوع اصلی بود: ۱) تاثیر عدم قطعیت محیطی در پویش ۲) نواحی محیطی مورد پویش قرار گرفته ۳) منابع اطلاعاتی مورد استفاده ۴) روش های پویش. مطالعات در مورد عدم قطعیت محیطی نشان داده اند که مدیران برای مقابله با عدم قطعیت از پویش بیشتری استفاده می کنند (نیشی، اسکودربرک و اسکودربرک^۳، ۱۹۸۲؛ دفت، سورمونن و پارکز^۴، ۱۹۸۸؛ اوستر^۵ و چو، ۱۹۹۳). در مورد بخش هایی که مورد پویش قرار گرفته اند بخش های مرتبط با بازار در رتبه بالاتری قرار داشتند، و اطلاعات بدست آمده در مورد مشتریان، رقبا، تهیه کنندگان بیشترین اهمیت را دارا بوده است (جین^۶، ۱۹۸۴؛ گوشال و کیم^۷، ۱۹۸۶؛ لستر و واترز^۸، ۱۹۸۹). در مورد استفاده از منابع اطلاعاتی نتایج نشان داد که بیشتر از منابع اطلاعاتی شخصی به ویژه مدیران و کارکنان در پویش محیطی استفاده می شود، در حالی که منابعی مانند کتابخانه یا پایگاه های اطلاعاتی برخط کمتر مورد استفاده قرار گرفته اند (اوکانل و زیمرمن^۹، ۱۹۷۹؛ کوبرین، باسک، بلانک و لاپالمبورا^{۱۰}، ۱۹۸۰؛ اوستر و چو، ۱۹۹۳). روش های به کاررفته در پویش محیطی می تواند به صورت استفاده از فعالیت های غیررسمی در قالب تلاش های سازمان یافته رسمی باشد که با توجه به اندازه سازمان، تجربیات سازمان، و برداشت سازمان از محیط می تواند متفاوت باشد (توماس^{۱۱}، ۱۹۸۰؛ کلاین و لینمن^{۱۲}، ۱۹۸۴؛ اوستر و چو، ۱۹۹۳).

این پژوهش ها روند تکاملی خود را همچنان ادامه می دهند و هر یک به جنبه ویژه ای از پویش محیطی می پردازد.

در ایران نیز باب الحوائجی و حسینی (۱۳۹۰) پژوهشی انجام دادند که هدف از آن شناخت مدیران نشر خصوصی با استفاده از منابع اطلاعاتی از محیط بیرونی سازمان تجاری آنها بود تا با اطلاعات موثق بتوانند در مورد نشر کتاب های خود بهترین تصمیم را بگیرند. نتایج نشان داد که از محیط بیرونی، بخش اقتصادی و مشتریان و رقبا مهم ترین عوامل محیطی بودند. از منابع اطلاعاتی نیز کارکنان زیردست و یادداشت های داخلی، مهم ترین منبع اطلاعاتی بوده اند. رادیو، تلویزیون و انتشارات دولتی و نشریات ادواری به میزان کمتری مورد استفاده قرار گرفته اند.

همچنین باب الحوائجی و فرهادپور (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان دادند که اهمیت، تنوع، و پیچیدگی از ویژگی های مشترک محیط بیرون کتابخانه های دانشگاهی است. مدیران به منظور کسب اطلاعات در مورد رویدادها و مشخص کردن خط مشی سازمان و برنامه های آینده خود به پویش محیط خارجی می پردازند. مقدار پویش محیطی با درک عدم قطعیت

1. Aguilar
2. Keegan
3. Nishi, Schoderbek & Schoderbek
4. Daft, Sormunen & Parks
5. Auster
6. Jain
7. Goshal & Kim
8. Lester & Waters
9. O'Connell & Zimmerman
10. Kobrin, Basek, Blank & La Palombara
11. Thomas
12. Klein & Linneman

استراتژیک و درک عدم قطعیت محیطی به شدت در ارتباط است. در زمینه کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی، مدیرانی که محیط، مشتریان، و بخش‌های فناوری را مورد پویش قرار می‌دهند درک بهتری از اهمیت، پیچیدگی و تنوع محیطی دارند.

همان‌طور که مشاهده می‌شود پژوهشی در باب مدیریت و تأثیر پویش محیطی بر انتشارات الکترونیکی صورت نگرفته است، لذا پژوهش حاضر بر آن شد تا ببیند کدام بخش‌های محیط بیرونی توسط مدیران انتشارات الکترونیکی خصوصی برای انجام پویش محیطی بیشتر استفاده می‌شود. کدام منابع اطلاعاتی نامطمئن و چه بخش‌هایی از محیط بیرونی پیچیده تشخیص داده می‌شوند. با این فرض که رابطه مستقیمی بین دسترس‌پذیری درک شده یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی وجود دارد.

روش‌شناسی

روش پژوهش پیمایشی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه پویش محیطی شامل ۱۶ منبع اطلاعاتی و ۶ بخش محیطی بیرونی است که بین ۸۰ نفر از مدیران انتشارات الکترونیکی خصوصی شهر تهران در سال ۱۳۹۰ از طریق پست الکترونیک توزیع شده است. در حوزه نشر الکترونیک ۱۰۰ ناشر فعال در حوزه نشر الکترونیک در شهر تهران مشغول فعالیت بوده که طبق جدول مورگان از این تعداد ۸۰ ناشر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، و از میان مدیران انتشارات الکترونیکی خصوصی که در سال دست کم ۱۰ اثر تولید کرده‌اند به عنوان جامعه مورد مطالعه انتخاب شدند. علاوه بر آمارهای توصیفی و استنباطی برای بررسی فرضیه پژوهش از آزمون‌های پارامتریک تی زوجی^۱ و همبستگی پیرسون^۲ نیز استفاده گردید.

یافته‌ها

۱. عوامل بیرونی مورد پویش

جدول ۱. میزان استفاده از بخش‌های بیرونی در پویش محیطی

ردیف	بخش محیطی	میانگین رتبه‌ای
۱	بخش اقتصادی	۵/۲۳
۲	مشتریان	۴/۸۰
۳	رقبا	۳/۳۹
۴	بخش اجتماعی فرهنگی	۲/۸۵
۵	بخش تکنولوژیکی	۲/۷۴
۶	بخش نظارتی و قانونی	۲

1. T- paired Samples
2. Pearson Correlation

در پاسخ به پرسش‌های مطرح شده داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که از نظر مدیران انتشارات الکترونیکی خصوصی شهر تهران، بخش اقتصادی با میانگین رتبه‌ای ۵/۲۳ دارای بیشترین استفاده و مؤلفه بخش نظارتی و قانونی با میانگین رتبه‌ای ۲ دارای کمترین استفاده در پویش محیطی بوده است

۲. منابع اطلاعاتی مورد پویش

جدول ۲. میزان قابل اعتماد و موثق بودن هریک از منابع اطلاعاتی از نظر ناشران خصوصی

ردیف	منابع اطلاعاتی	میانگین رتبه‌ای
۱	مدیران زبردست	۱۱/۹۱
۲	مشتریان	۱۱/۴۸
۳	کارکنان زبردست	۱۰/۸۷
۴	خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیکی	۱۰/۲۵
۵	گزارشات و مطالعات داخلی	۹/۱۸
۶	یادداشت‌های داخلی و بخش نامه‌ها	۸/۲۸
۷	ایستگاه‌های رسانه‌ای از قبیل رادیو، تلویزیون و غیره	۸/۳۲
۸	کنفرانس‌ها و بازدیدها	۸/۲۹
۹	رقبا	۷/۹۸
۱۰	متخصصان صنعت چاپ و نشر	۷/۶۹
۱۱	انجمن‌های صنفی ناشران	۷/۶۴
۱۲	گزارشات کتابخانه	۷/۴۲
۱۳	مشاوران اعضای کمیته‌ها	۷/۲۲
۱۴	مراکز دولتی	۶/۹۷
۱۵	نشریات ادواری و روزنامه‌ها	۶/۶۲
۱۶	انتشارات دولتی	۵/۷۹

با توجه به جدول ۲ مشاهده می‌شود از نظر ناشران خصوصی نشر الکترونیکی شهر تهران، مؤلفه مدیران زبردست با میانگین رتبه‌ای ۱۱/۹۱ قابل اطمینان‌ترین منبع اطلاعاتی و مؤلفه انتشارات دولتی با میانگین رتبه‌ای ۵/۷۹ به عنوان منبعی که کمترین اطمینان را به دست آورده شناخته شده‌اند.

۳. میزان پیچیدگی عوامل بیرونی

جدول ۳. سطح پیچیدگی محیط بیرونی از نظر ناشران خصوصی نشر الکترونیک

میانگین رتبه ای	بخش های محیطی
۴/۲۷	بخش اقتصادی
۴/۱۳	بخش رقبا
۴/۰۹	بخش مشتریان
۳/۵۴	بخش اجتماعی فرهنگی
۲/۵۲	بخش نظارتی قانونی
۲/۴۴	بخش تکنولوژیکی

با توجه به جدول ۳، از نظر ناشران خصوصی نشر الکترونیک شهر تهران، بخش اقتصادی با میانگین رتبه ای ۴/۲۷ دارای بیشترین پیچیدگی و بخش تکنولوژیکی با میانگین رتبه ای ۲/۴۴ کمترین پیچیدگی است.

۴. رابطه بین دسترس پذیری و تناوب استفاده از منابع اطلاعاتی

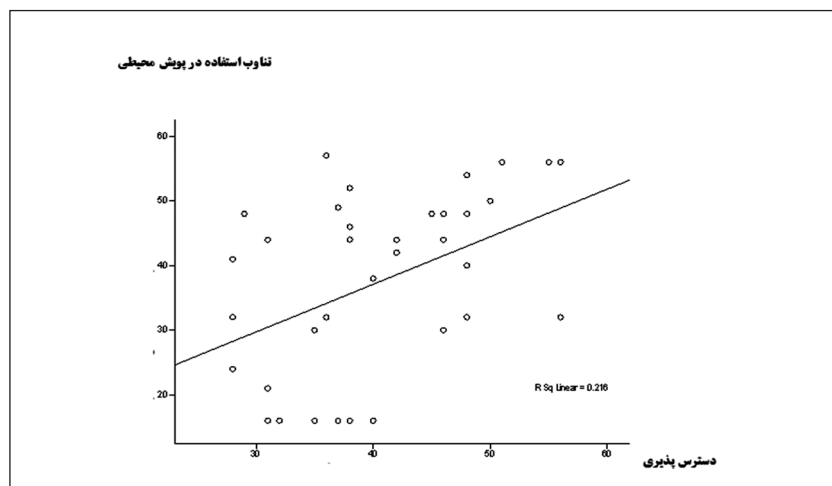
جدول ۴. آزمون تی زوجی بین دسترس پذیری منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن

مؤلفه ها	T	درجه آزادی	Sig. (2-tailed)
دسترس پذیری به منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن	۲/۱۱۷	۷۹	۰/۰۳۷

در جدول ۴ با توجه به آماره آزمون t (که برای اختلاف میانگین های نمرات سؤال تناوب استفاده و سؤال میزان صرف زمان جهت دسترسی به منابع اطلاعاتی محاسبه شده است) که برابر ۲/۱۱۷ با میزان Sig. برابر ۰/۰۳۷ ($> 0/05$) می باشد نتیجه گرفته می شود که تفاوت معنی داری بین نمرات دو سؤال وجود دارد.

جدول ۵. محاسبه همبستگی بین دسترس پذیری درک شده یک منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن

مؤلفه ها	تعداد	همبستگی	Sig.
دسترس پذیری درک شده منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن	۸۰	۰/۴۶۴	۰/۰۰



نمودار ۱. پراکنش بین دسترس پذیری منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن

با توجه به جدول ۵ اندازه رابطه همبستگی بین استفاده با تناوب و فاصله زمانی مشخص از منابع اطلاعاتی و میزان صرف زمان جهت دسترسی به منابع اطلاعاتی، برابر ۰/۴۶۴ است که نشان دهنده آن است که این متغیرها به صورت مثبت و مستقیم به یکدیگر همبسته هستند یعنی با افزایش یا بهبود یکی، دیگری نیز به صورت معنی دار افزایش یا بهبود می یابد. به عبارت دیگر، هر چه مدیران انتشارات دسترسی آسان و سریع تری به منابع اطلاعاتی داشته باشند، برای کسب اطلاعات، بیشتر به آن منابع مراجعه می کنند. نمودار ۱ نیز ارتباط بین دسترس پذیری منبع اطلاعاتی و تناوب استفاده از آن در پویش محیطی را نشان می دهد.

نتیجه گیری

نتایج تحلیل یافته های پژوهش نشان داد که بخش های اقتصادی، مشتریان و رقبا به ترتیب در پویش محیطی مهم ترین بخش ها بوده اند، نتایج پژوهش باب الحوائجی و حسینی (۱۳۹۰) نیز مشابه این نتایج بود. پس می توان نتیجه گرفت بخش های مورد نظر برای پویش محیطی توسط مدیران مورد استفاده هستند و الکترونیکی یا سنتی بودن انتشارات در این رابطه مدنظر نیست. در یافته های باب الحوائجی و فرهادپور (۱۳۹۰) در رابطه با بخش های مهم، مخاطبان و مشتریان، فناوری، اجتماعی و فرهنگی مطرح شده اند که البته جامعه مورد بررسی آنان مدیران کتابخانه های دانشگاهی بوده اند که بیش از هر چیزی بقایشان را به وجود مخاطبانی وابسته می دانند که از خدمات اطلاعاتی آنان استفاده می کنند و بخش اقتصادی به دلیل وابستگی به سازمان مادر و عدم رویارویی با چالش های بازار و نوسانات اقتصادی، کمتر مورد توجه بوده است. در پژوهش های

خارجی مشخص شد در بین بخش‌هایی که مورد پویایی قرار گرفته‌اند بخش‌های مرتبط با بازار در رتبه بالاتری قرار داشتند و توسط مدیران مهم تشخیص داده شده‌اند و اطلاعات به دست آمده در مورد مشتریان، رقبا، و تهیه‌کنندگان بیشترین اهمیت را داشتند (جین^۱، ۱۹۸۴؛ گوشال و کیم^۲، ۱۹۸۶؛ لستر و واترز^۳، ۱۹۸۹). در این رابطه، نتایج پژوهش چو^۴ (۱۹۹۳) نشان داد که بخش‌های فناوری و مشتریان و رقبا دارای بیشترین اهمیت هستند.

از یافته‌های دیگر پژوهش مشخص شد که تمام منابع اطلاعاتی شانزده‌گانه (مشتریان، رقبا، متخصصان مربوطه، مراکز دولتی، نشریات ادواری و روزنامه‌ها، ایستگاه‌های رسانه‌ای از قبیل رادیو، تلویزیون و غیره، انجمن‌های صنفی، کنفرانس‌ها و بازدیدها، مشاوران اعضای کمیته‌ها، مدیران زیر دست، کارکنان زیر دست، گزارشات و مطالعات داخلی، منابع کتابخانه، و خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیکی) توسط مدیران در پویایی محیطی مورد استفاده بوده‌اند، اما مؤلفه مدیران زیر دست با میانگین ۱۱/۹۱ مطمئن‌ترین منبع اطلاعاتی جهت به دست آوردن اطلاعات و تصمیم‌گیری مدیران است. پس از این مؤلفه، مشتریان (۱۱/۴۸)، کارکنان زیر دست (۱۰/۸۷) و خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیکی (۱۰/۲۵) قابل اعتمادترین منابع شناخته شده‌اند، اما انتشارات دولتی با میانگین ۵/۷۹ سطح اطمینان پایین‌تری را جهت استفاده مدیران برای کسب اطلاعات و تصمیم‌گیری به خود اختصاص داده است. در پژوهش باب الحوائجی و حسینی (۱۳۹۰) ضمن تأکید بر اینکه منابع اطلاعاتی در حد زیادی مورد استفاده قرار گرفته است، بیان شده که یادداشت‌های داخلی و بخشنامه‌ها بیشتر از سایر منابع مورد توجه بوده اما انتشارات دولتی مانند این پژوهش کمتر مورد استفاده مدیران واقع شده است. در پژوهش باب الحوائجی و فرهادپور (۱۳۹۰) منابع اطلاعاتی شامل خدمات اطلاع‌رسانی الکترونیکی، مخاطبان و مشتریان بوده است که بیشتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در پژوهش‌های خارجی نتایج نشان داد که بیشتر از منابع اطلاعاتی شخصی به ویژه مدیران و کارکنان در پویایی محیطی استفاده می‌شود، در حالی که منابعی مانند کتابخانه سازمان یا پایگاه‌های اطلاعاتی آنلاین کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد (اوکانل و زیمرمن^۵، ۱۹۷۹؛ کوبرین، باسک، بلانک و لاپالمبورا^۶، ۱۹۸۰؛ اوستر و چو، ۱۹۹۳).

همچنین، نتایج نشان داد که بخش‌های اقتصادی، رقبا و مشتریان، به ترتیب دارای بیشترین پیچیدگی از دیدگاه مدیران در این پژوهش هستند. در رابطه با مهم‌ترین بخش‌ها نیز همین موارد به دست آمد، بنابراین مشخص می‌شود که مدیران، این بخش‌ها را در تصمیم‌گیری‌های خود مؤثر دانسته به همین دلیل بیشتر مورد توجه بوده است و در پویایی مورد استفاده قرار می‌دهند. در نتایج پژوهش باب الحوائجی و فرهادپور (۱۳۹۰) که در حوزه کتابخانه‌های دانشگاهی انجام شد، بخش‌های پیچیده عبارت بودند از: مخاطبان و مشتریان، فناوری و رقبا. از مقایسه این دو

1. Jain

2. Goshal & Kim

3. Lester & Waters

4. Choo

5. O'Connell & Zimmerman

6. Kobrin, Bask, Blank & La Palombara

پژوهش در داخل کشور می‌توان نتیجه گرفت که انجام پژوهش‌های یکسان با وجود تفاوت محیطی باعث بروز نتایج مختلف در محیط‌های متفاوت می‌شود.

مآخذ

- احمدی، حسن (۱۳۹۰). درباره نشر الکترونیک. بازیابی (اسفند ۲۱، ۱۳۹۰)، از <http://aiaco.ir>/درباره نشر الکترونیک
- باب‌الحوائجی، فهیمه. حسینی، ابراهیم (۱۳۹۰). پوشش محیطی در گردآوری و استفاده از اطلاعات: توسط مدیران ناشران خصوصی شهر تهران. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۲۷ (۱)، ۸۷-۱۰۷.
- باب‌الحوائجی فهیمه، فرهادپور محمدرضا (۱۳۹۰). پوشش محیطی برای گردآوری و استفاده از اطلاعات در فعالیت تصمیم‌گیری مدیران کتابخانه‌های مرکزی واحدهای دانشگاه آزاد اسلامی کشور. تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۴۵ (۵۷)، ۱۳۵-۱۵۱.
- مطلبی، داریوش (۱۳۹۳). نشر الکترونیک در ایران و چند مشکل. کتاب ماه کلیات، ۱۷ (۶)، ۲.
- Abels, E. (2002). Hot Topics: Environmental Scanning. *Bulletin of the American society for Information and Science and Technology*, 28 (3), 1-4.
- Aguilar, F.J. (1967). *Scanning the business environment*. New York: McGraw-Hill.
- Ansoff, I. (1987). *Corporate Strategy*. London: Penguin.
- Auster, E., & Choo, C.W., (1992). Environmental Scanning : Preliminary Findings of a Survey of CEO Information Seeking Behavior in Two Canadian Industries. In D. Shaw (Ed.), *Proceedings of the 55th Annual Meeting of the American Society for Information Science* (pp. 48-54). Medford, NJ: Learned Information, Inc.
- Auster, E., Choo, C. W. (1993). Environmental Scanning by CEOs in two Canadian industries. *Journal of the American Society for Information Science*, 44 (4), 194-203.
- Choo, C.W. (2001). Environmental scanning as information seeking and organizational learning. *Information Research*, 7 (1). Retrieved February 11, 2013, from <http://InformationR.net/ir/7-1/paper112.html>
- Daft, R. L., Sormunen, J. & Parks, D. (1988). Chief executive scanning, environmental characteristics, and company performance: An empirical study. *Strategic Management Journal*, 9 (2), 123-139.
- Dooley, R.S. & Fryxell, G.E., (1999). Attaining Decision Quality and Commitment from Dissent: The Moderating effects of Loyalty and Competence in Strategic Decision-making teams. *Academy of Management Journal*, 42 (4), 1-18.
- Ghoshal, S. & Kim, S. K. (1986). Building effective intelligence systems for competitive

- advantage. *Sloan Management Review*, 28 (1), 49-58.
- Klein, H. E., & Linneman, R. E. (1984). Environmental assessment: An international study of corporate practice. *Journal of Business Strategy*, 5 (1), 66-7
- Keegan. W. J. (1968). The acquisition of global information. *Information Management Review*, 8 (1), 54-56.
- Kobrin, S. J., Basek, J., Blank, S. & La Palombara, J. L. (1980). The assessment and evaluation of noneconomic environments by American firms: A preliminary report. *Journal of International Business Studies*, 11 (1), 32-47.
- Jain, S. C. (1984). Environmental scanning in U.S. corporations. *Long Range Planning*, 27 (2), 117-128.
- Lester, R. & Waters, J. (1989). *Environmental Scanning and Business Strategy*. London: British Library, Research and Development Department.
- Maier, Jerry L., Rainer Jr., R. Kelly & Snyder, Charles A. (1997). Environmental Scanning for Information Technology: An Empirical Investigation. *Journal of Management Information Systems*, 14 (2), 177-200.
- NikMuhammad, NM., Janatan, M. & Taib, F. (2009). Environmental scanning and investment decision quality: Information processing perspectives. *Management Research News*. 32 (12), 1117-1129.
- Nishi, K., Schoderbek, C. & Schoderbek, P. P.)1982(. Scanning the Organizational Environment: Some Empirical Results. *Human Systems Management*, 3(4), 233-245.
- O'Connell, J. J. & Zimmerman, J. W. (1979). Scanning the international environment. *California Management Review*, 22 (2), 15-23.
- Taylor, R.S. (1991). *Information use environments* . In B. Dervin (Ed.) *Progress in Communication Sciences*, v. 10 (pp. 217-225). Norwood, NJ: Ablex
- Thomas, P. S. (1980). *Environmental scanning-the state of the art*. *Long Range Planning*, 13 (1), 20-25.
- Zmud, R. W. (1978). An empirical investigation of the dimensionality of the concept of information. *Decision Sciences*, 9 (2), 187-195.

استناد به این مقاله

ضیایی، ثریا و رسولی، لیلا (۱۳۹۴). مطالعه عوامل مؤثر بر پویای محیطی در گردآوری و استفاده از اطلاعات توسط مدیران انتشارات الکترونیکی خصوصی شهر تهران. فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۶ (۱)، ۱۰۱-۱۱۱.