

بررسی تاثیر هوش تجاری بر چابکی سازمان در بیمارستان های مقصد گردشگری سلامت (مطالعه موردی شهر تهران)

افسون دلپسند^۱، نادر محقق^۲

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد تهران شمال^۱

استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد تهران شمال^۲

delpasand.af1396@gmail.com

چکیده

هوش تجاری مجموعه توانایی‌ها، تکنولوژی‌ها، ابزارها و راهکارهایی است که به درک بهتر مدیران از شرایط کسب و کار کمک می‌نماید. چابکی سازمانی به عنوان توانایی سازمان برای پاسخ به تغییرات محیطی تعریف میشود و کسب فرصت های بازار کارا و مؤثر را مشخص میکند. هدف از این تحقیق بررسی تاثیر هوش تجاری بر چابکی سازمان در بیمارستان های مقصد گردشگری سلامت شهر تهران می باشد روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و بر حسب روش پژوهش و گردآوری داده ها، پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه مدیران و کارکنان و بیماران بیمارستان های مقصد گردشگری سلامت شهر تهران به تعداد ۱۴۰ نفر می‌باشند از میان جامعه آماری از طریق جدول مورگان ۱۰۳ نفر از مدیران و کارکنان به روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده ها از دو پرسشنامه هوش تجاری پروویچ^۱ و پرسشنامه چابکی سازمان اسپایدرز استفاده شد برای آزمون فرضیه ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند گانه استفاده شد که کلیه مراحل آزمون فرضیه ها با استفاده از بسته نرم افزاری SPSS صورت گرفت. نتایج تحقیق حاکی از آن است که متغیر هوش تجاری متغیر چابکی سازمانی را پیش بینی می کنند. همچنین متغیر های یکپارچگی داده ها، متغیر قابلیت های تحلیلی، کیفیت محتوای اطلاعاتی، کیفیت دسترسی به اطلاعات، استفاده از اطلاعات در فرآیند کسب و کار و فرهنگ تصمیم گیری تحلیلی متغیر چابکی سازمانی را پیش بینی می کنند.

کلمات کلیدی

هوش تجاری، چابکی سازمان، گردشگری، بیمارستان

¹ Proovich