



دانشگاه پیام نور

بخش علمی : مدیریت ، اقتصاد و حسابداری

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته : مدیریت اجرایی (استراتژیک)

عنوان پایان نامه :

رابطه هوش استراتژیک با کیفیت قطعات تولیدی در شرکت

مالیبل سایپا

شهر روز غلامعلی خواه

استاد راهنما : جناب آقای دکتر رجب بیگی

استاد مشاور : جناب آقای دکتر هاشم نیا

دیماه ۱۳۹۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور

بخش علمی : مدیریت ، اقتصاد و حسابداری

مرکز : کرج

پایان نامه

برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد

رشته : مدیریت اجرایی (استراتژیک)

عنوان پایان نامه :

رابطه هوش استراتژیک با کیفیت قطعات تولیدی در شرکت مالیل سایپا

شهر روز غلامعلی خواه

استاد راهنما : جناب آقای دکتر رجب بیگی

استاد مشاور: جناب آقای دکتر هاشم نیا

دیماه ۱۳۹۲



دانشگاه پیام نور استان البرز

بسمه تعالی

تصویب نامه



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مرکز گرج

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی

تحت عنوان: " رابطه بین هوش استراتژیک با کیفیت قطعات تولیدی در شرکت مالیبل سایپا "

نام و نام خانوادگی: شهروز غلامعلی خواه
شماره دانشجویی: ۹۰۰۰۱۲۸۷۷

تاریخ دفاع: ۹۲/۱۰/۱۷ روز: سه شنبه ساعت: ۹-۱۱
نمره به عدد: ۱۹.۳۰۰ به حروف: نوزده و سه سویم
درجه ارزشیابی: عالی

اعضای هیات داوران:

ردیف	نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه / موسسه	امضاء
۱	دکتر مجتبی رجب بیگی	استاد راهنما	دانشیار	عالی علمی کاربردی	
۲	دکتر شهرام هاشم نیا	استاد مشاور	استادیار	پیام نور	
۳	دکتر کامبیز انصاری	استاد داور	استادیار	پیام نور	
۴	دکتر شهرام هاشم نیا	نماینده تحصیلات تکمیلی	استادیار	پیام نور	

گرج، رجایی شهر، بلوار مودن
خیابان دانشگاه
کدپستی: ۳۱۴۹۹۶۸۱۴۳
تلفن: ۵۰-۱-۹۵۰۱-۳۴۲-۰۲۶
دورنگار: ۹۵۲۵-۳۴۲-۰۲۶

شماره:
تاریخ:
پیوست:

اینجانب شهروز غلامعلی خواه دانشجوی ورودی سال ۱۳۹۰ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی گواهی می‌نمایم چنانچه در پایان نامه خود از فکر، ایده و نوشته دیگری بهره گرفته‌ام با نقل قول مستقیم یا غیر مستقیم منبع و ماخذ آن را نیز در جای مناسب ذکر کرده‌ام. بدیهی است مسئولیت تمامی مطالبی که نقل قول دیگران نباشد برعهده خویش می‌دانم و جوابگوی آن خواهم بود.

دانشجو تایید می‌نماید که مطالب مندرج در این پایان نامه (رساله) نتیجه تحقیقات خودش می‌باشد و در صورت استفاده از نتایج دیگران مرجع آن را ذکر نموده است.

نام و نام خانوادگی

تاریخ و امضاء

اینجانب شهروز غلامعلی خواه دانشجوی ورودی سال ۱۳۹۰ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی گواهی می‌نمایم چنانچه براساس مطالب پایان نامه خود اقدام به انتشار مقاله، کتاب و ... نمایم ضمن مطلع نمودن استاد راهنما، با نظر ایشان نسبت به نشر مقاله، کتاب و ... و به صورت مشترک و با ذکر نام استاد راهنم مبادرت نمایم.

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

کلیه حقوق مادی مترتب از نتایج مطالعات، آزمایشات و نوآوری ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق به دانشگاه پیام نور می‌باشد.

دیماه ۱۳۹۲

تقدیم

تقدیم به همسر مهربان و دختر دلبندم که ضرورت بود نشان همیشگی است چه در کنار من و چه در خاطر من

قدردانی

با سپاس فراوان از زحمات بی‌دریغ استاد محترم، جناب آقای دکتر رجب‌بیگی که بدون راهنمایی ایشان انجام این تحقیق برایم مقدور نبود. از مشاوره استاد محترم جناب آقای دکتر هاشم‌نیا و جناب آقای همایون نیز کمال تشکر و قدردانی را دارم. از استاد محترم جناب آقای دکتر انصاری که زحمت داوری این تحقیق را کشیدند صمیمانه سپاسگزاری می‌نمایم. از معاونت محترم منابع انسانی شرکت مالیبل سایپا، جناب آقای خاتمی و مدیریت محترم تضمین کیفیت جناب آقای مهندس صدیف نیز که همکاری لازم جهت توزیع و تکمیل پرسشنامه در سطح شرکت را با اینجانب داشتند تشکر می‌نمایم. از دوست خوبم جناب آقای حزنی که در مراحل مختلف انجام تحقیق به من کمک فکری دادند سپاسگزاری می‌کنم.

چکیده پژوهش

سیر عظیم تحولات و رشد روزافزون رقابت، سازمان‌ها را وادار به تعمق در بسیاری از انگاره‌های سنتی خود می‌کند. برای شکل دادن به یک سازمان برای دستیابی به مزیت رقابتی سازمان‌ها نیازمند بکارگیری فرایند هوشمندی می‌باشند. در این تحقیق تلاش شده رابطه بین هوش استراتژیک که در واقع تجمیع انواع دیگر از هوش برای ارزش افزوده اطلاعات و دانش در راستای تصمیم‌گیری استراتژیک سازمانی می‌باشد با کیفیت محصولات بررسی شود.

روش پژوهش از نوع همبستگی و به شیوه توصیفی از طبقه پیمایشی می‌باشد و هدف آن پی‌بردن به رابطه‌ی بین متغیرهای هوش استراتژیک و شاخص‌های کیفیت می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق حدود ۱۱۵ نفر از معاونین، مدیران، روسا و کارشناسان شرکت مالیل سایپا می‌باشند، که یکی از شرکت‌های مطرح صنعت ریخته‌گری قطعات خودرو در سطح کشور می‌باشد و داشتن کیفیت بالا از لازمه‌های رسیدن به مزیت رقابتی در این صنعت می‌باشد. در این تحقیق جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی و از روش کوکران برای تعیین حجم نمونه استفاده شده است.

این پژوهش براساس داده‌های جمع‌آوری شده در نیمه دوم سال ۱۳۹۲ از نمونه‌ای متشکل از ۸۹ نفر انجام شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین اشکال مختلف هوش استراتژیک شامل مدیریت دانش، هوش کسب‌وکار و هوش رقابتی با شاخص‌های کیفیت یعنی رضایت مشتری و کاهش ضایعات رابطه معناداری وجود دارد. در طبقه‌بندی اولویت مؤلفه‌ها مشخص شد که فاکتور هوش رقابتی نسبت به سایر فاکتورهای دیگر در بخش هوش استراتژیک (البته با توجه به نظرات گروه مخاطبین این تحقیق) از نقش و درجه تاثیرگذاری بالاتری در کیفیت برخوردار بوده و فاکتور هوش تجاری از سایر متغیرهای هوش استراتژیک، دارای ارتباط و درجه تاثیر کمتری با کیفیت (البته در شاخص کاهش ضایعات) بوده است.

کلید واژه‌ها: هوش استراتژیک، هوش کسب‌وکار، هوش رقابتی، مدیریت دانش، رضایت مشتری، کیفیت، قطعات شرکت مالیل سایپا

فصل اول : کلیات پژوهش	۱
۲-۱- مقدمه	۲
۲-۱- بیان مسئله	۳
۳-۱- اهداف تحقیق	۵
۱-۳-۱- هدف اصلی	۵
۲-۳-۱- اهداف فرعی	۵
۴-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق	۵
۵-۱- فرضیه های تحقیق	۷
۱-۵-۱- فرضیه اصلی	۷
۲-۵-۱- فرضیه های فرعی	۷
۶-۱- تعریف مفهومی متغیرها	۸
۱-۶-۱- تعریف عملیاتی متغیرهای کیفیت	۹
۷-۱- قلمرو تحقیق	۹
۱-۷-۱- قلمرو موضوعی	۹
۲-۷-۱- قلمرو مکانی	۹
۳-۷-۱- قلمرو زمانی	۹
۸-۱- روش شناسی تحقیق	۹
۱-۸-۱- روش تحقیق	۹

- ۱-۸-۲- روش گردآوری اطلاعات ۱۰
- ۱-۸-۳- جامعه آماری ۱۰
- ۱-۸-۴- روش تجزیه و تحلیل آماری ۱۰
- فصل دوم : مبانی نظری و پیشینه تحقیق ۱۱
- ۱-۲- مقدمه ۱۲
- ۲-۲- هوش استراتژیک ۱۳
- ۱-۲-۲- هوش سازمانی ۱۳
- ۲-۲-۲- تعریف هوش ۱۴
- ۱-۲-۲-۲- عوامل موثر بر هوش ۱۵
- ۲-۲-۲-۲- سلسله مراتب هوش ۱۶
- ۳-۲-۲- هوش مصنوعی ۱۷
- ۴-۲-۲- مدیریت دانش ۱۷
- ۱-۴-۲-۲- تعریف دانش ۱۸
- ۲-۴-۲-۲- مزایای مدیریت دانش ۲۰
- ۵-۲-۲- هوش تجاری ۲۱
- ۱-۵-۲-۲- اجزای اصلی تشکیل دهنده هوش تجاری ۲۲
- ۲-۵-۲-۲- سیستم هوش تجاری ۲۳
- ۳-۵-۲-۲- کاربرد هوش تجاری ۲۴
- ۶-۲-۲- هوش رقابتی ۲۵

- ۲۶..... فرایند هوش رقابتی ۱-۶-۲-۲
- ۲۹..... مبانی هوش استراتژیک ۷-۲-۲
- ۲۹..... نقش هوش استراتژیک در تصمیم گیری استراتژیک ۱-۷-۲-۲
- ۳۱..... کاربرد های هوش استراتژیک ۲-۷-۲-۲
- ۳۱..... افق زمانی هوش استراتژیک ۳-۷-۲-۲
- ۳۱..... رویکرد هوش استراتژیک ۴-۷-۲-۲
- ۳۲..... رویکرد کارکردی ۱-۴-۷-۲-۲
- ۳۲..... رویکرد فرایندی ۲-۴-۷-۲-۲
- ۳۳..... سیستم های هوش استراتژیک ۵-۷-۲-۲
- ۳۵..... دستاوردهای هوش استراتژیک ۶-۷-۲-۲
- ۳۶..... کیفیت ۳-۲
- ۳۶..... خلاصه ای از تاریخچه اهم فعالیت های کیفیت ۱-۳-۲
- ۳۸..... جنبه های کیفیت ۲-۳-۲
- ۳۸..... کیفیت طراحی ۱-۲-۳-۲
- ۳۸..... کیفیت انطباق ۲-۲-۳-۲
- ۳۸..... تعریف کیفیت ۳-۳-۲
- ۳۹..... ویژگی های کیفیت ۴-۳-۲
- ۳۹..... ابعاد کیفیت ۵-۳-۲
- ۳۹..... بعد کیفیت کسب و کار ۱-۵-۳-۲

- ۳۹-۲-۳-۵-۲- بعد کیفیت محصول ۳۹
- ۳۹-۲-۳-۵-۳- بعد کیفیت سازمان ۳۹
- ۴۰-۲-۳-۶- ماهیت کیفیت ۴۰
- ۴۲-۲-۳-۷- مولفه‌ها و شاخص‌های کیفیت ۴۲
- ۴۴-۲-۴- چارچوب نظری تحقیق ۴۴
- ۴۴-۲-۵- پیشینه پژوهش ۴۴
- ۴۵-۲-۵-۱- تحقیقات انجام شده در زمینه هوش استراتژیک ۴۵
- ۴۹-۲-۵-۲- تحقیقات انجام شده در مورد کیفیت ۴۹
- ۵۲-۲-۶- معرفی شرکت مالیل سایپا ۵۲
- ۵۲-۲-۶-۱- تاریخچه شرکت مالیل سایپا ۵۲
- ۵۲-۲-۶-۲- وضعیت فعلی شرکت مالیل سایپا ۵۲
- ۵۵- فصل سوم : روش شناسی پژوهش ۵۵
- ۵۶-۳-۱- مقدمه ۵۶
- ۵۶-۳-۲- روش تحقیق ۵۶
- ۵۷-۳-۳- فرایند تحقیق ۵۷
- ۵۷-۳-۴- جامعه آماری ۵۷
- ۵۸-۳-۵- روش نمونه گیری و حجم نمونه ۵۸
- ۵۹-۳-۶- روش‌های جمع‌آوری اطلاعات ۵۹
- ۶۰-۳-۷- تحلیل پرسشنامه ۶۰

- ۶۰ ۸-۳- اعتبار یا روایی تحقیق
- ۶۱ ۹-۳- اعتماد یا پایایی تحقیق
- ۶۱ ۱-۹-۳- اعتماد یا پایایی پرسشنامه تحقیق
- ۶۲ ۲-۹-۳- مفهوم ضریب آلفای کرونباخ
- ۶۴ ۱-۲-۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ مدیریت دانش
- ۶۵ ۲-۲-۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ هوش تجاری
- ۶۷ ۳-۲-۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ هوش رقابتی
- ۶۸ ۴-۲-۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ رضایت مشتری
- ۶۹ ۵-۲-۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ کاهش ضایعات
- ۷۰ ۶-۲-۹-۳- ضریب آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه
- ۷۲ ۱۰-۳- آزمون‌های آماری استفاده شده در این تحقیق
- ۷۲ ۱۱-۳- تشریح رویه تجزیه و تحلیل داده‌های جدول داده‌ها
- ۷۳ **فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده‌ها**
- ۷۴ ۱-۴- مقدمه
- ۷۵ ۲-۴- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
- ۷۷ ۳-۴- تحلیل توصیفی متغیرهای کیفیت
- ۸۴ ۴-۴- تجزیه و تحلیل فرضیه اول و دوم
- ۸۴ ۱-۴-۴- تحلیل توصیفی متغیر مدیریت دانش
- ۸۸ ۲-۴-۴- تحلیل آماری استنباطی فرضیه اول و دوم

- ۹۱-۴-۳- نتایج تحلیل آماری فرضیه اول و دوم
- ۹۲-۵-۴- تجزیه و تحلیل فرضیه سوم و چهارم
- ۹۲-۵-۱- تحلیل توصیفی متغیر هوش تجاری
- ۹۶-۵-۲- تحلیل آماری استنباطی فرضیه سوم و چهارم
- ۹۸-۵-۳- نتایج تحلیل آماری فرضیه سوم و چهارم
- ۹۸-۶-۴- تجزیه و تحلیل فرضیه پنجم و ششم
- ۹۹-۶-۱- تحلیل توصیفی متغیر هوش رقابتی
- ۱۰۲-۶-۲- تحلیل آماری استنباطی فرضیه پنجم و ششم
- ۱۰۵-۶-۳- نتایج تحلیل آماری فرضیه پنجم و ششم
- ۱۰۶-۴-۷- استخراج الگو براساس آزمون رگرسیون چند متغیره
- ۱۰۶-۴-۷-۱- محاسبه رگرسیون با متغیر وابسته رضایت مشتری
- ۱۱۰-۴-۷-۲- محاسبه رگرسیون با متغیر وابسته کاهش ضایعات
- ۱۱۳- فصل پنجم : نتایج و پیشنهادات
- ۱۱۴-۵-۱- مقدمه
- ۱۱۴-۵-۲- نتایج فرضیه‌های تحقیق
- ۱۱۶-۵-۳- طبقه‌بندی و اولویت‌بندی مولفه‌های هوش استراتژیک
- ۱۱۷-۵-۴- پیشنهادهایی بر مبنای یافته‌های تحقیق
- ۱۱۸-۵-۵- پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده

۱۱۹..... محدودیت‌های تحقیق ۵-۶

۱۲۰..... پیوست‌ها

۱۲۱..... پیوست ۱: پرسشنامه تحقیق

۱۲۶..... پیوست ۲: جداول

۱۳۳..... فهرست منابع فارسی

۱۳۶..... فهرست منابع انگلیسی

- جدول ۳-۱- جدول خلاصه فرایند انجام شده (متغیر مدیریت دانش) ۶۴
- جدول ۳-۲- جدول قابلیت اعتماد آماری (آلفای کرونباخ) متغیر مدیریت دانش ۶۴
- جدول ۳-۳- جدول آمار کلی آیت‌ها (مدیریت دانش) ۶۵
- جدول ۳-۴- جدول خلاصه فرایند انجام شده (متغیر هوش تجاری) ۶۶
- جدول ۳-۵- جدول قابلیت اعتماد آماری (آلفای کرونباخ) متغیر هوش تجاری ۶۶
- جدول ۳-۶- جدول آمار کلی آیت‌ها (هوش تجاری) ۶۶
- جدول ۳-۷- جدول خلاصه فرایند انجام شده (متغیر هوش رقابتی) ۶۷
- جدول ۳-۸- جدول قابلیت اعتماد آماری (آلفای کرونباخ) متغیر هوش رقابتی ۶۷
- جدول ۳-۹- جدول آمار کلی آیت‌ها (هوش رقابتی) ۶۷
- جدول ۳-۱۰- جدول خلاصه فرایند انجام شده (متغیر رضایت مشتری) ۶۸
- جدول ۳-۱۱- جدول قابلیت اعتماد آماری (آلفای کرونباخ) متغیر رضایت مشتری ۶۸
- جدول ۳-۱۲- جدول آمار کلی آیت‌ها (رضایت مشتری) ۶۸
- جدول ۳-۱۳- جدول خلاصه فرایند انجام شده (متغیر کاهش ضایعات) ۶۹
- جدول ۳-۱۴- جدول قابلیت اعتماد آماری (آلفای کرونباخ) متغیر کاهش ضایعات ۶۹
- جدول ۳-۱۵- جدول آمار کلی آیت‌ها (کاهش ضایعات) ۷۰
- جدول ۳-۱۶- جدول قابلیت اعتماد آماری (آلفای کرونباخ) کلی پرسشنامه ۷۰
- جدول ۳-۱۷- جدول آمار کلی آیت‌ها ۷۱
- جدول ۴-۱- شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای کیفیت ۷۸

- جدول ۲-۴- فراوانی مطلق و نسبی متغیر رضایت مشتری ۸۰
- جدول ۳-۴- فراوانی مطلق و نسبی متغیر کاهش ضایعات ۸۱
- جدول ۴-۴- نتایج آزمون اسمیرنوف- کولموگروف/ متغیرهای کیفیت ۸۲
- جدول ۵-۴- شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر مدیریت دانش ۸۵
- جدول ۶-۴- فراوانی مطلق و نسبی متغیر مدیریت دانش ۸۶
- جدول ۷-۴- نتایج آزمون اسمیرنوف- کولموگروف/ متغیر مدیریت دانش ۸۷
- جدول ۸-۴- ضریب همبستگی پیرسون بین مدیریت دانش و مولفه‌های کیفیت ۹۱
- جدول ۹-۴- شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر هوش تجاری ۹۲
- جدول ۱۰-۴- فراوانی مطلق و نسبی متغیر هوش تجاری ۹۳
- جدول ۱۱-۴- نتایج آزمون اسمیرنوف- کولموگروف/ متغیر هوش تجاری ۹۴
- جدول ۱۲-۴- ضریب همبستگی پیرسون بین هوش تجاری و مولفه‌های کیفیت ۹۸
- جدول ۱۳-۴- شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیر هوش رقابتی ۹۹
- جدول ۱۴-۴- فراوانی مطلق و نسبی متغیر هوش رقابتی ۱۰۰
- جدول ۱۵-۴- نتایج آزمون اسمیرنوف- کولموگروف/ متغیر هوش رقابتی ۱۰۱
- جدول ۱۶-۴- ضریب همبستگی پیرسون بین هوش رقابتی و مولفه‌های کیفیت ۱۰۵
- جدول ۱۷-۴- خلاصه مدل رگرسیون/ بر اساس متغیر وابسته رضایت مشتری ۱۰۷
- جدول ۱۸-۴- آنالیز واریانس رگرسیون/ بر اساس متغیر وابسته رضایت مشتری ۱۰۸
- جدول ۱۹-۴- معادله رگرسیون و آماره‌های آن/ بر اساس متغیر وابسته رضایت مشتری ۱۰۹
- جدول ۲۰-۴- آماره‌های باقیمانده/ بر اساس متغیر وابسته رضایت مشتری ۱۰۹

جدول ۴-۲۱- خلاصه مدل رگرسیون / بر اساس متغیر وابسته کاهش ضایعات ۱۱۰

جدول ۴-۲۲- آنالیز واریانس رگرسیون / بر اساس متغیر وابسته کاهش ضایعات ۱۱۱

جدول ۴-۲۳- معادله رگرسیون و آماره‌های آن / بر اساس متغیر وابسته کاهش ضایعات ۱۱۲

جدول ۴-۲۴- آماره‌های باقیمانده / بر اساس متغیر وابسته کاهش ضایعات ۱۱۲

- نمودار ۴-۱- گراف هیستوگرام متغیر رضایت مشتری ۸۳
- نمودار ۴-۲- گراف هیستوگرام متغیر ضایعات ۸۳
- نمودار ۴-۳- گراف سینوسی توزیع داده‌های متغیر رضایت مشتری به تفکیک پاسخ‌دهندگان ۸۳
- نمودار ۴-۴- گراف سینوسی توزیع داده‌های متغیر کاهش ضایعات به تفکیک پاسخ‌دهندگان ۸۴
- نمودار ۴-۵- گراف هیستوگرام متغیر مدیریت دانش ۸۸
- نمودار ۴-۶- گراف سینوسی توزیع داده‌های متغیر مدیریت دانش به تفکیک پاسخ‌دهندگان ۸۸
- نمودار ۴-۷- نمودار پراکنش رضایت مشتری با مدیریت دانش ۸۹
- نمودار ۴-۸- نمودار پراکنش کاهش ضایعات با مدیریت دانش ۹۰
- نمودار ۴-۹- گراف هیستوگرام متغیر هوش تجاری ۹۵
- نمودار ۴-۱۰- گراف سینوسی توزیع داده‌های متغیر هوش تجاری به تفکیک پاسخ‌دهندگان ۹۵
- نمودار ۴-۱۱- نمودار پراکنش رضایت مشتری با هوش تجاری ۹۶
- نمودار ۴-۱۲- نمودار پراکنش کاهش ضایعات با هوش تجاری ۹۷
- نمودار ۴-۱۳- گراف هیستوگرام متغیر هوش رقابتی ۱۰۲
- نمودار ۴-۱۴- گراف سینوسی توزیع داده‌های متغیر هوش رقابتی به تفکیک پاسخ‌دهندگان ۱۰۲
- نمودار ۴-۱۵- نمودار پراکنش رضایت مشتری با هوش رقابتی ۱۰۳
- نمودار ۴-۱۶- نمودار پراکنش کاهش ضایعات با هوش رقابتی ۱۰۴