

به نام خدا

هوش رقابتی

نویسندگان:

حمید زینتی شعاع

آرزو خدادادی



سرشناسه: زینتی شعاع، حمید، ۱۳۶۱-

عنوان و نام پدیدآور: هوش رقابتی/ نویسندگان حمید زینتی شعاع، آرزو خدادادی.

مشخصات نشر: تهران، مه‌دخت، ۱۴۰۰

مشخصات ظاهری: ۱۰۴ صفحه، نمودار.

شابک: ۱-۳-۹۸۳۵۵-۶۲۲-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه

موضوع: هوش تجاری؛ Business intelligence

موضوع: تحول سازمانی؛ Organizational change

شناسه افزوده: خدادادی، آرزو، ۱۳۵۷-

رده‌بندی کنگره: HD۳۸/۷

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۴۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۴۲۰۱۷۴

www.ketab.ir



هوش رقابتی

نویسندگان: حمید زینتی شعاع/ آرزو خدادادی

صفحه‌آرا: مؤگان اسلامی نظری

چاپ اول: ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

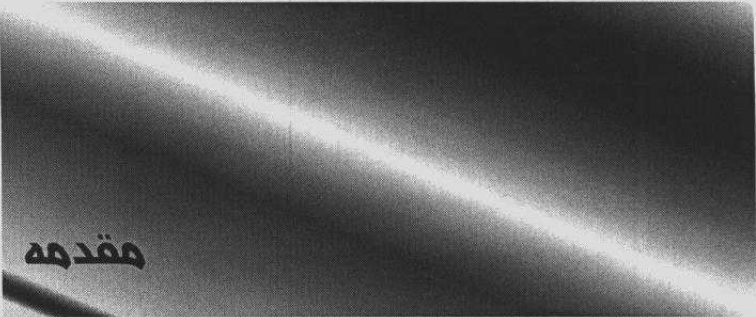
شابک: ۱-۳-۹۸۳۵۵-۶۲۲-۹۷۸

قیمت: ۵۰۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۷	مقدمه
۱۱	فصل اول
۱۱	همگام‌سازی رقابت، اندیشه‌های کاربردی
۱۲	هوشمندی رقابتی
۱۳	هوش رقابتی با گرایش به تغییر سازمانی
۱۴	تعاریف مفهومی هوش رقابتی
۱۵	گرایش پذیرش تغییر سازمانی
۱۷	فصل دوم
۱۷	مبانی نظری هوش رقابتی
۱۷	ماهیت و مفهوم هوش
۱۹	ماهیت و مفهوم هوش رقابتی
۲۴	تاریخچه هوش رقابتی
۲۶	اهمیت و ضرورت هوش رقابتی
۳۱	فرایند هوش رقابتی

۳۳	ابعاد هوش رقابتی
۳۵	رویکردهای مختلف هوش رقابتی
۳۶	مدیریت هوش رقابتی
۳۸	ارزیابی هوشمندی رقابتی
۴۱	مزایا و پیامدهای استفاده از هوشمندی رقابتی
۴۳	فصل سوم
۴۳	ماهیت و مفهوم تغییر سازمانی
۴۵	انواع تغییر
۴۸	ابعاد تغییر سازمانی
۵۲	اهمیت و ضرورت توجه به تغییر سازمانی
۵۵	انواع تغییر سازمانی
۵۷	مدل‌های مدیریت تغییر سازمانی
۶۵	تغییر توسعه‌ای
۶۶	تغییر انتقالی
۶۷	تغییر بنیادی
۶۸	چالش‌ها و موانع فراروی تغییر سازمانی
۶۹	عدم وجود فرهنگ سازمانی حمایت‌کننده
۶۹	موانع منابع انسانی
۷۰	عدم حمایت مدیریت ارشد سازمان
۷۱	بوروکراسی بسیار زیاد
۷۱	ساختار سازمانی مکانیکی
۷۲	تهدید کردن قدرت مدیران



مقدمه

گسترش فرایند جهانی شدن، فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچنین تغییرات ناشی از آنها، شرایط حاکم بر سازمان ها را به فضایی رقابتی بدل کرده است. فضایی که به شدت ناهمگون و غیرقابل پیش بینی است. در این فضای رقابتی، سازمان هایی موفق خواهند بود که بتوانند با به کارگیری این فناوری های نوین و پیشرفت سازگاری با آنها، حداکثر استفاده را از منابع موجود خود ببرند. در این زمینه سازمان های پیشرو با داشتن ویژگی های منحصربه فردی مانند سازگاری با محیط، تنوع طلبی، ریسک پذیری، آموزش و یادگیری مداوم در سازمان، ارائه ایده ها و دیدگاه های نوین به طور مستمر و نهادینه شدن فرهنگ پیشرفت و تغییر در سازمان، نه تنها به سرعت می توانند با تغییرات ناشی از گسترش فرایند جهانی شدن و فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی سازگار و هماهنگ شوند، بلکه به طور مؤثری می توانند باعث ایجاد تغییرات در محیط سازمان شده و حتی در مواقعی آن را در راستای اهداف خود هدایت کنند (مرشدی، ۱۳۹۲).

در حقیقت، در دنیای متلاطم کنونی که تغییرات محیطی رشد روزافزونی

دارند، سازمان‌ها نه تنها می‌خواهند در آینده پابرجا بمانند، بلکه خواهان حفظ قدرت خود نیز هستند. بدین منظور سازمان‌ها باید دائماً با تغییرات محیطی همگام بوده و همگامی با تغییرات در گرو هوش رقابتی می‌باشد. موضوع هوش رقابتی اخیراً در حوزه رفتار سازمانی و مدیریت راهبردی توجهات زیادی را به خود جلب کرده است (لوئیس، ۲۰۰۶، ۲۸۳).

در واقع می‌توان گفت که گسترش و پیشرفت فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات تمام جوانب زندگی را تحت تأثیر قرار داده و بشر را با عدم اطمینان‌های فراوانی روبرو ساخته است. سازمان‌ها نیز به عنوان اجتماعات انسانی از تأثیرات این تغییرات مبرا نبوده و به طور مداوم در حال واکنش نشان دادن به این تغییرات می‌باشند. بنابراین در این شرایط سازمان‌هایی موفق خواهند بود که بتوانند با فراهم آوردن شرایط فرصت‌های مناسب برای بروز افکار نو، ابتکاری و پیشرو و کاربرد تغییرات، محیط بیرونی را در راستای اهداف خود هدایت کنند (فرزانه، ۱۳۹۲، ۵).

تغییر و تحول در دهه اخیر و افزایش روزافزون رقابت، پیچیدگی، پویایی و عدم اطمینان از شرایط محیطی باعث شده تا سازمان‌های بزرگ نتوانند با شرکت‌های کوچک که از انعطاف‌پذیری، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند رقابت کنند. به همین خاطر در چنین شرایطی حیات و بقای سازمان‌های بزرگ در گرو تحولی اساسی است که افراد خلاق و نوآور را هرچه بیشتر در کشور پرورش داده و فرهنگ سنتی را به فرهنگ یادگیرنده تغییر دهد. بنابراین در عصر حاضر سازمان‌ها و نهادهای متولی توسعه باید مدیرانی واجد شرایط برای برنامه‌ریزی، نوآوری، خلاقیت را

گرد هم آوردند و با این تدبیر مهم توسعه سازمان را سامان بخشید. بنابراین آنچه کشورهای جهان به ویژه کشورهای در حال توسعه را در جهت افزایش بهره‌وری، پیشرفت و ترقی مدد می‌رساند، همانا استفاده از فرصت‌ها در رقابت با سایر کشورها است، اما آیا سازمان‌ها توانسته‌اند خودشان را با جهان واقعی و محیط خارج از خود تطبیق دهند؟ مسلماً جواب مثبت نخواهد بود، چراکه تنبلی موجود در ادارات به صورت عدم بهره‌وری و کارایی، بوروکراسی متورم و نارضایتی مردم نمود آشکار این قضیه است. یکی از دلایل آشکار آن عدم وجود تغییر و تحول به معنای عام در سازمان‌های دولتی می‌باشد (موغلی و مالکی طیس، ۱۳۸۸، ۹۹). تغییر و تحول در درون یک سازمان در خلأ به وجود نمی‌آید، بلکه هوش رقابتی به عنوان بستری مناسب زمینه را برای پذیرش تغییر آماده می‌کند.

یکی از ویژگی‌های سازمان‌های جدید، انباشتگی بیش از حد دانش در سطح رقابت است، به طوری که افزایش حجم اطلاعات در سازمان‌ها و لزوم استفاده از آن در تصمیم‌های سازمانی طی دو دهه اخیر باعث ظهور پدیده‌ای به نام «هوش رقابتی» شده است. هوشمندی رقابتی به عنوان یک ابزار مدیریت راهبردی و یکی از سریع‌ترین زمینه‌های رشد کسب‌وکار دنیا، به شمار می‌رود. همچنین هوشمندی رقابتی، یکی از تکنیک‌های مهم ایجاد مزیت رقابتی است (صلواتی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۴۲).

نظریه هوش رقابتی به دنبال آن است که با سنجش وضعیت هوشمندی سازمان‌ها، توانایی‌ها و ضعف‌های آنها را شناسایی و راهکارهای لازم را برای بهبود عملکرد سازمان ارائه نماید. با بررسی مؤلفه‌های هوش رقابتی می‌توان وضعیت سازمان را از لحاظ میزان

هوشمندی، یعنی توانایی سازگاری و قابلیت انطباق با محیط، چشم‌اندازها، یادگیری و به کارگیری دانش، ساختار و عملکرد سازمانی، روحیه، فناوری اطلاعات و ارتباطات و حافظه سازمانی، شناسایی و با تمرکز بر توانایی‌ها و برنامه‌ریزی برای برطرف کردن ضعف‌ها، بهره‌گیری از کارایی و اثربخشی سازمان را ارتقا بخشید (جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸، ۴۸).

چنانچه سازمانی بخواهد در چنین شرایطی کارا باشد و خود را با تغییرات فزاینده عصر حاضر سازگار سازد، باید توسعه و گسترش این هوش رقابتی در سازمان را جزء اولویت‌های خود قرار دهد و ضمن شناسایی هوش رقابتی، در جهت بهبود و توسعه آنها برای ارتقای گرایش به پذیرش تغییر سازمانی کار کنند.