

استراتژی هوش سازمانی

و

مزیت رقابتی

مؤلفین:

اسماعیل خلیلی

فارسشناس ارشد تحقیقات آموزشی

دکتر سید ابراهیم ساداتی

مدیرای مدیریت استراتژیک

مدرس دانشکاه فرهنگیان





سرشناسه: خلیلی، اسمعیل، ۱۳۴۲.

عنوان و نام پدید آور: استراتژی هوش سازمانی و مزیت رقابتی / مولفین: اسمعیل خلیلی، سید ابراهیم ساداتی.

مشخصات نشر: ساری: علیم نور، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۱۰۲ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۳۴۱-۳۷-۷

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه

موضوع: یادگیری سازمانی

موضوع: تحول سازمانی

موضوع: هوش تجاری

موضوع: رقابت

موضوع: انگیزش در کار

شناسه افزوده: ساداتی، سید ابراهیم، ۱۳۴۶.

رده بندی کنگره: ۵۹۲۸۲ الف خ / ۵۸ HD

رده بندی دیویی: ۶۵۸ / ۳۱۲۴

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۳۸۸۸

کتابنامه

۱- نام کتاب: استراتژی هوش سازمانی و مزیت رقابتی

۲- مولفین: اسمعیل خلیلی، دکتر سید ابراهیم ساداتی

۳- تهیه: امیر یارک و منیژه پلیدی، سیده فاطمه فاضلی

۴- طرح ریز جلده: سپهریانو، فرخ

۵- ویراستار: دکتر سید ابراهیم ساداتی

۶- تدوین: علی گل آهستانی

۷- آیراز: ۵۰۰ نسخه

۸- ناشر: علیم نور

۹- چاپ: و صحافی: پشنگام

۱۰- قیمت چاپ: ۱۳۰۰

۱۱- قیمت: ۱۳۰۰

مرکز پخش: مازندران - ساری - بلوار دانشگاه - پایین تر از حوزه هنری - کوچه گل نرگس - جنب چاپ مازند گستر -

انشارات علیم نور، ۰۹۱۱۳۵۵۹۸۴

(نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است)

ISBN: 978-600-7341-37-7

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۳۴۱-۳۷-۷

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۸.....	پیش گفتار مولفین
۱۱.....	پیش گفتار ناشر

فصل اول:

تعاریف؛ دیدگاه ها؛ نقش ها

۱۷.....	مقدمه
۱۸.....	بیان مسئله
۱۹.....	متخصصان مدیریت استراتژیک
۲۰.....	اهمیت و ضرورت هوش سازمانی و مزیت رقابتی
۲۱.....	مدل مفهومی پژوهش
۲۲.....	سوالات
۲۳.....	تعاریف واژه ها و اصطلاحات
۲۵.....	عصر دانایی محوری
۲۶.....	سازمان دانش بنیان

فصل دوم:

هوش سازمانی

۳۲.....	مقدمه
۳۳.....	مفهوم هوش سازمانی
۳۶.....	هوش جمعی یا حماقت جمعی
۳۷.....	هفت ویژگی سازمان های هوشمند
۳۷.....	مولفه های هوش سازمانی
۴۱.....	مدل هوشمندی سازمانی راج و ساتی
۴۴.....	عوامل موثر بر هوشمندی سازمانی
۴۶.....	خلاصه فصل

فصل سوم: مزیت رقابتی

مقدمه.....	۵۰
مزیت رقابتی از دیدگاه پورتر.....	۵۴
رقابت پذیری ملی.....	۵۸
منابع سازمان.....	۶۳
مزیت رقابتی منابع فیزیکی.....	۶۴
مزیت رقابتی در منابع مالی و سرمایه ای.....	۶۴
مزیت رقابتی سرمایه های سازمانی.....	۶۵
مزیت رقابتی قلمرو نیروی انسانی.....	۶۶
قلمرو علی مزیت رقابتی.....	۶۸
مزیت های رقابتی قلمرو مجازی:.....	۶۹
تبیین نقش سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی در ایجاد مزیت رقابتی.....	۷۰
مزیت رقابتی بر مبنای سرمایه فکری.....	۷۲
الزام هایی برای مزیت رقابتی.....	۷۴
چارچوب نظری.....	۷۶
اجزاء و عناصر چارچوب نظری پژوهش.....	۷۷
تشریح چارچوب نظری پژوهش.....	۷۸
مدل مفهومی پژوهش.....	۸۱
پیشینه پژوهش.....	۸۳
مطالعه تجربی انجام گرفته در داخل کشور.....	۸۳
مطالعه تجربی انجام گرفته در خارج کشور.....	۸۵
مطالعات میدانی.....	۸۸
چکیده.....	۸۸
نتیجه گیری فصول.....	۹۰
پیشنهادهای کاربردی مبتنی بر تجارب.....	۹۰
فهرست منابع و مآخذ.....	۹۴

پیش گفتار مولفین

با توجه به ویژگی های جهان امروز، افزایش توان رقابت پذیری به عنوان چالش اصلی کشورها در تجارت خارجی و برنامه های توسعه اقتصادی مطرح شده است. مشخصا بنگاه ها برای بقا و پیشرفت، باید متفاوت از قبل عمل کنند و اشکال جدیدی از رقابت را به کار گیرند؛ زیرا با تاکید صرف بر منابع طبیعی و مزیت های نسبی نمی توانند در فضای به شدت رقابتی کنونی دوام آورند.

در این ارتباط، بنگاه ها باید مزیت های رقابتی را نیز مورد توجه قرار دهند. اگرچه درباره مزیت نسبی به طور گسترده ای مطالعه صورت گرفته است، توجه کمی به مزیت رقابتی شده است. مطالعه حاضر مفاهیم و تئوری های مزیت رقابتی و هوشمندی سازمانی را مورد بررسی قرار داده است. اگرچه تحقیقات پیشین توجه زیادی به توسعه عوامل و ارکان هوشمندی رقابتی جهت دستیابی به مزیت رقابتی نشان داده اند، اما در مطالعات بر توسعه هوشمندی رقابتی از منظر هوشمندی ساختاری- سازمانی کمتر توجه شده است. تحلیل و ارزیابی مطالعات و بررسی های انجام شده در زمینه هوش سازمانی و موضوعات مرتبط با آن نشان می دهد که هر کدام از رویکردهای متفاوتی به موضوع هوش سازمانی پرداخته و در همه این مطالعات، هوش سازمانی به عنوان متغیری در نظر گرفته شده است که از متغیرهای دیگری مانند یادگیری سازمانی و مدیریت دانش در سازمان تاثیر می پذیرد و یا اینکه بر متغیرهایی مانند هوشمندی رقابتی و مزیت رقابتی پایدار تاثیر می گذارد. همچنین ارزیابی این مطالعات نشان می دهد که جهت دستیابی به هوشمندی سازمانی و ایجاد سازمانی هوشمند در عصر دانایی و اقتصاد دانش محور، وجود رویکردی سیستمی و کل گرا به هوشمندی سازمانی (خلاء نظری و پژوهشی) ضروری است. مزیت رقابتی پایدار فرایندی است که نیازهای رقابتی امروز سازمان را به موازات توانمندی آن جهت تامین نیازهای رقابتی آینده تامین می کند.

به طور کلی در رابطه با مقوله مزیت رقابتی دو نکته بسیار حائز اهمیت است که اولی کسب و ایجاد مزیت رقابتی و ایجاد لایه های جدید و متعدد مزیت و دومی پایداری آن است. برای تحقق هدف اول هر سه دسته منابع مزیت رقابتی شامل منابع قابلیت های درون سازمانی منابع و قابلیت های بین سازمانی و منابع و قابلیت های محیطی می بایست در کلان توجیه سازمان قرار گرفته و با استفاده از روش های کارآمد مورد بهره برداری قرار گیرند. از دیدگاه استراتژیک، امروزه از سرمایه فکری به منظور خلق و افزایش ارزش سازمانی استفاده می شود و موفقیت یک سازمان به توانایی آن در مدیریت این منبع کسب و کار بستگی دارد. به علاوه یکی از قابلیت های مهم سازمانی که می تواند به سازمان ها در خلق و تسهیم دانش کمک شایانی کند و برای آن ها در مقایسه با سازمان های دیگر «مزیت سازمانی پایدار» ایجاد کند، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی است.

برای پایداری مزیت رقابتی ایجاد ترکیب منحصر به فردی از منابع و قابلیت ها، اتکاء به منابع نامشهود و روش های نامشهود نقش تعیین کننده ای را ایفا می کنند زیرا مزیت رقابتی پایدار مستلزم ایهام علی و پیچیدگی های مدیریتی و اجتماعی است و در این صورت است که تقلیدپذیری از مزیت رقابتی سازمان توسط رقبای مشکل بوده و در نتیجه مزیت سازمان پایدار و طولانی مدت باقی مانده و از موقعیت رقابتی سازمان صیانت می گردد. بنابراین، هدف این کتاب پر کردن این خلأ پژوهشی و ارائه یک مدل جامع برای هوشمندی رقابتی بر مبنای هوشمندی ساختاری- سازمانی بود.

یافته های حاصل از پژوهش میدانی مولفین حاکی از آنند که هوش سازمانی بر مزیت رقابتی تاثیر دارد؛ همچنین تاثیر متقابل مولفه های هوش سازمانی و مزیت رقابتی بر یکدیگر نیز تأیید شده است. در اینجا مراتب تقدیر و تشکر خویش را از دوستان عزیزی که مولفین را مورد حمایت و تشویق قرار داده اند. همچنین دوست عزیز و پژوهشگر، مدیر محترم انتشارات علیم نور برادر گرانقدر آقای علی گل افشانی که پیوسته در اعتلای آموزش و فرهنگ پژوهش این مرز و بوم از هیچ کوششی دریغ ننموده اند اعلام می نمایم.

این کتاب قابل استفاده اساتید دانشگاه، مدیران، کارکنان، دانشجویان رشته‌های (مدیریت و علوم تربیتی کلیه گرایش‌ها، سازمان‌ها و بویژه مراکز آموزش عالی) و همه کسانی که با رویکرد یاددهی و یادگیری سر و کار دارند مفید می‌باشد و از این روش به عنوان یک روش مطلوب در آموزش و یادگیری در این رشته‌ها، بهره گیرند. در پایان از همه خوانندگان محترم تقاضا می‌نمایم نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را به آدرس پست الکترونیکی ارسال نموده و مؤلفین را از نظرات ارزشمند خود بهره مند سازند.

Alimonnour@yahoo.com



به بسم الله الرحمن الرحيم است

گرت فتحي زفناح علیم است

در جهان امروز پژوهش و تحقیق، اساس و بنیاد همه پیشرفت ها و توسعه امور محسوب می شود به طوری که «توانایی» در گرو «دانایی» است و می توان گفت بدون دانایی، توانایی جایگاهی ندارد. همان طوری که حضرت علامه ابوالفضائل حسن زاده آملی حفظه الله فرموده است:

مهم آن تسمه دانش که گر دانش بود آتش

مرا اندر دل آتش همی باشد نشیمن ها

انتشارات «علیم نور» از زمان تاسیس و شروع فعالیت خود، همواره تلاش وافری در جهت بسط و توسعه علوم و امور فرهنگی داشته است. به طوری که دستاوردهای متعددی در خصوص نشر امور علمی از خود به جای گذاشت. کتاب حاضر منبع مناسب، مفید و ارزشمندی برای سطح رشد و توسعه در زمینه مدیریت خواهد بود. مولفین هدف اصلی از انجام این پروژه تأثیر هوش سازمانی بر مزیت رقابتی می داند. انتشارات «علیم نور» این افتخار را دارد که در زمینه نشر و توسعه علمی از نظرات ارزشمند مولفین محترم بهره مند گردیده و این افتخار را دارد که کتاب های بعدی این مولفین را به چاپ برساند. امید است استادان، دانش پژوهان و صاحب نظران، جهت اصلاح بیشتر کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار، از ارائه پیشنهادات و نظرات خود به این مرکز دریغ ننمایند.

