

بررسی اثر هوش استراتژیک و سازمانی بر کسب و کارهای کوچک و متوسط با استفاده از مدل swot

امین رستمی^۱

۱- فوق لیسانس مهندسی شیمی گرایش طراحی فرآیند

Aminrostami39@gmail.com

چکیده

هوش استراتژیک آخرین لایه از پنج لایه هوش سازمان را تشکیل می‌دهد. تجمیع انواع مختلف هوشمندی، باعث ایجاد هم‌افزایی بین هوش رقابتی، هوش تجاری، مدیریت دانش و هوش مصنوعی می‌شود. تمام اطلاعات و دانش سازمانی در یکجا جمع‌آوری شده و در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک از آن استفاده می‌شود. در این پژوهش ما با استفاده از نرم افزار PLS و مدل SWOT به تحلیل داده‌ها پرداخته ایم. و به نتایجی دست یافته ایم.

واژگان کلیدی: هوش استراتژی، هوش سازمانی، کسب و کار، SWOT

۱- مقدمه

هوشمندی استراتژیک در تحلیل‌گری معنا می‌شود. اطلاعات صحیح و تحلیل درست آنها، باعث تصمیم‌گیری‌هایی می‌شوند که رهبری بازار را موجب شده و تداوم آن را تضمین می‌کند. شرکت‌هایی که فرآیند هوشمندی استراتژیک دارند، آنهایی هستند که می‌توانند روندها یا فرصت‌های آینده را با موفقیت پیش‌بینی کرده و به آنها پاسخ دهند. این اطلاعات از تجمع اطلاعات برخاسته از انواع هوش‌های سازمانی به دست می‌آید هوش سازمانی ترکیبی از تمام مهارت‌های لازم برای وجود سازمان است. این مهارت‌ها عبارتند از قابلیت تطابق با تغییر، سرعت درکنش و واکنش، انعطاف‌پذیری و حساسیت به داشتن ذهنی باز، توانایی تصورکردن و توانایی نوسازی (ارستین، ۲۰۰۱) ماندگاری پویا و رو به رشد سازمان‌های امروزی، در گرو تصمیمات مناسب، بموقع و اثربخش است که این امر از طریق رهبری هوشمندانه و خردمندانه حاصل خواهد شد. رهبری یکی از چالش‌های مهم دنیای کسب و کار فعلی و آینده است و این بدان دلیل است که جهت‌دهی مسیر سازمان از طریق تفکر و عمل رهبران، امکان‌پذیر است. یکی از شایستگی‌های محوری که موجب موفقیت رهبران می‌شود، هوش سازمانی است. رهبران سازمانی نیازمند هوشمندی چندگانه‌ای هستند تا آنها را قادر سازد تصمیمات استراتژیک در محیط پیچیده و مهم دنیای کسب و کار فعلی اتخاذ کنند. هوش سازمانی ترکیبی از تمام مهارت‌های مورد نیاز و استفاده شده توسط سازمان است. این مهارت‌ها هستند که به تغییرات منتهی می‌شوند، در عمل و عکس‌العمل سریع می‌شوند، انعطاف‌پذیر و راحت بودن را شامل می‌شوند، قادر به استفاده از تخیل هستند. استفاده از مهارت‌های ذکر شده نیاز به ساختار مناسب و عملکرد سازمان، مدیریت موثر و استفاده از منابع انسانی، عوامل عاطفی، تکنولوژی، دانش و یادگیری و توانایی سازمان را در پی دارد.

۲- بیان مساله

اساس هوشمندی استراتژیک، تحلیل‌گری بوده و روش‌هایی برای تحلیل و تفسیر اطلاعات است که از آنها برای تصمیم‌گیری‌های کلان کسب و کار استفاده می‌شود. این تحلیل‌ها بر نحوه موقعیت‌یابی سازمان برای مقابله با چالش‌ها و رویارویی با فرصت‌های آینده متمرکز هستند. هدف هوشمندی استراتژیک مشخص است: حداکثر کردن موفقیت سازمان با خلق یا توسعه مزیت رقابتی. کارکرد اصلی هوشمندی استراتژیک این است که اطلاعات استراتژیک را رصد و تحلیل کرده و پس از آماده‌سازی و معنابخشی، آنها را به مدیران ارشد ارائه دهد که باورها، تعهدات و اقدامات آنها را تحت تاثیر قرار داده و بر صحت و اعتبار آنها بیفزاید. سازمانها به دلیل فعالیت در محیط پویا، متحول و پرابهام، با تغییرات متنوعی روبه‌رو هستند و به دلیل فشاری که این تغییرات بر پیکره آنها وارد می‌کند چاره‌ای جز پذیرش ندارند و همانطور که آنجلی (۱۹۹۷) مطرح می‌نماید، سازمانها نمی‌توانند در جامعه، حیاتی پایدار داشته باشند مگر اینکه تغییرات را بپذیرند و خود را با تغییرات داخلی و خارجی، همگام سازند. (صدیقیان و یعقوبی، ۲۰۱۲) اما باید توجه داشت که سازمانهای امروزی با چالشهایی همچون کمبود فرآیندها، مهارتها، رقابت جهانی، طراحی و بازسازی مجدد و روبه‌رو هستند که به نوعی توان آنها را در پاسخگویی و انطباق با تغییر تحت تاثیر قرار داده است. با وجود چالشهای پیشروی سازمانهای امروزی، توجه به فرآیند هوش سازمانی برای تقویت عملکرد و رشد و پیشرفت، اقدامی ضروری است. هوش سازمانی توانایی فکری سازمان به منظور حل مشکلات سازمانی و

تأکید بر تلفیق انسان و تواناییهای فنی وی جهت حل مسائل است. (سمیج، ۲۰۰۵) ۱ مساله اصلی برای بسیاری از شرکت ها یکپارچه سازی داده ها، فرآیندهای سیستم ها و نرم افزارهای متنوع سازمانی است. این عدم یکپارچگی به دلیل ازدحام داده، کیفیت ضعیف داده، تعاریف و فرمت های ناهمگون دادهها، تعریف ضعیف و غیرمرتبط فرآیندهای کسب و کار، دسترسی ضعیف به اطلاعات به دلیل تنوع طرحهای مختلف واسط کاربری، کمبود دانش و ناکافی بودن گزارشات حاصل شده است. فقدان یکپارچگی مانع اجرای فرآیندهای کسب و کار و تصمیم گیری مؤثر می گردد (هاو کینگ و سلیتو، ۲۰۱۰) ۲

۳- فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی:

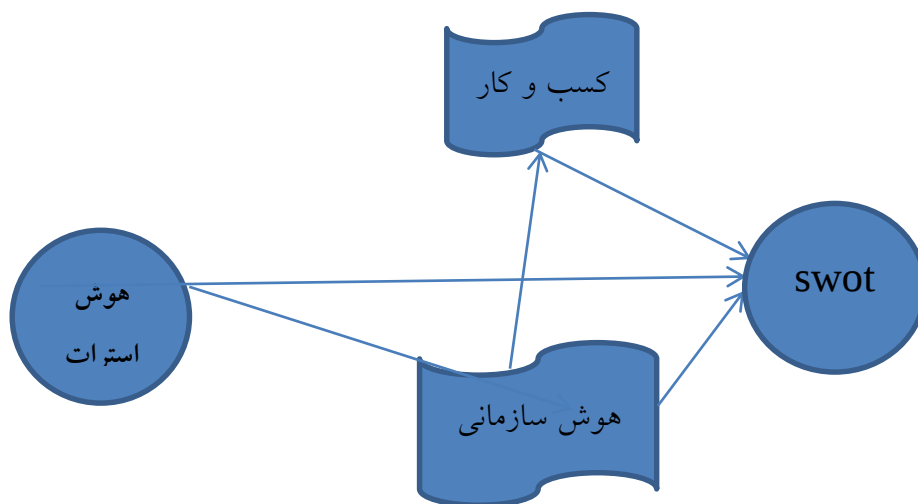
اثر هوش استراتژیک و سازمانی بر کسب و کارهای کوچک و متوسط با استفاده از مدل SWOT

فرضیات فرعی:

اثر هوش استراتژیک بر کسب و کارهای کوچک

اثر هوش سازمانی بر کسب کارهای کوچک

۴- مدل تحقیق



❖ عوامل درونی کسب و کار

❖ دو بخش اول تحلیل SWOT مربوط به نقاط ضعف و قوت کسب و کار است که با بررسی عوامل درونی کسب و کار به دست می‌آید.

- ❖ منابع مالی (منابع درآمدی، منابع و فرصت‌های سرمایه‌گذاری)
- ❖ منابع فیزیکی (ساختمان شرکت و ابزارهای الکترونیکی و وسایل مورد استفاده)
- ❖ منابع انسانی (کارمندان، مخاطبین هدف) (هوش استراتژیک و هوش سازمانی)
- ❖ فرآیندهای جاری (برنامه‌های در حال اجرا، طراحی ساختارها و فرآیندهای پربازده)

❖ عوامل بیرونی

- ❖ عوامل بیرونی، عواملی هستند که هر فرد و یا سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. شرایط مختلفی که در جامعه و بازار پیش می‌آید، به صورت مستقیم و غیرمستقیم فرصت‌ها و تهدیدهایی برای شرکت‌ها ایجاد می‌کند. این عوامل از جمله عواملی هستند که توسط شما کنترل نمی‌شوند. مانند:
- ❖ ترندهای بازار (محصولات و تکنولوژی‌های جدید، تغییر نیازهای مخاطبین)
- ❖ ترندهای اقتصادی (اتفاقات اقتصادی محلی، ملی و بین‌المللی)
- ❖ سرمایه‌گذاری (ترند حمایت مالی، کمک‌های مالی)
- ❖ تغییرات دموگرافیک و نوع مصرف و نیاز جامعه
- ❖ ارتباط بین تامین‌کنندگان و کسب و کارهای همکار دیگر
- ❖ مسائل سیاسی، محیط زیست و ارتباطات اقتصادی کشورها و سازمان‌های بین‌المللی (جمشیدی، ۱۳۹۷)

ماتریس SWOT شرکت‌های کوچک و متوسط

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (w)	عوامل داخلی
S1. وجود افراد توانمند با هوش استراتژی و سازمانی	W1. عدم رضایت مدیران ارشد از شرکت.	
S2. تجهیز بیش از ۹۰ درصد پست‌های نگهبانی	W2. با توجه به اهمیت خبر در	
S3. آموزش صحیح و به هنگام		

W2. سن بالای اکثر پرسنل مسلح که این امر آنها را فاقد توان عملیاتی لازم و اضطراری نموده است. W3. عدم توجه به افراد صاحب نظر و ائده W4. عدم استقبال به طرح های کسب و کار با بهروری بالا	S4. وجود تیم تحقیقاتی S5 آموزش تحلیل مدل های استراتژ همراه با برنامه ریزی	فرصت ها (O)
استراتژی های Wo ST5- بازنگری به نوع و نحوه بهره گیری از مشارکت های کارکنان در توسعه و تهیه و اجرای طرح ها . ST6- جلب و جذب سرمایه خارجی در جهت سازماندهی کسب و کارهای کوچک و متوسط ST7- آموزش و اطلاع رسانی کارکنان در جهت حراست سازمان ST8- جذب انگیزه کارکنان در جهت بهسازی سازمان و بهروری آن	استرتژی های SO ST1- رشد انگیزه های کسب و کار ST2 وسیع کردن کسب و کار در حیطه کاری ST3- سازماندهی یادگیری و گشترس برنامه ریزی های بلند مدت	O1. وجود اطلاعات خوب در زمینه رقابتی با سایر شرکت ها O2. وجود نرم افزارهای ویژه کسب و کار O3. استفاده از نیروی جوان و با تحصیلات عالیه و مرتبط O4. شناسایی افراد صاحب نظر در رابطه با کسب و کارها در شرکت های کوچک و متوسط.

تهدیدها (T)	استراتژی های ST	استراتژی های WT
T1. عدم روشن بودن منابع سازمان از نظر مالی	ST4- تدوین برنامه های نرم افزاری جهت اطلاع رسانی و آگاهی افراد	ST9- ایجاد امنیت حفاظتی و منابع با استفاده از برنامه ریزی های منسجم .
T2. عدم آموزش و آگاهی افراد سازمان و شرکت	ST5- روش صحیح استفاده از منابع و بودجه	ST10- ترغیب و تشویق کارکنان جوان و پر انرژی در جهت حراست از شرکت
T3. بطالت اجتماعی افراد در شرکت	ST6- حفظ امنیت کاری و سیستم ها	ST11- انجام اقداماتی جدی از طرف نیروهای متخصص و نهادهای مختلف در جهت احیا و توسعه شرکت نفت
	ST7- حفظ و نگهداری اطلاعات شرکت ها کوچک و متوسط	T12 - قرار دادن نیروهای امنیتی در حساس ترین نقاط سازمان

روایی همگرا به این اصل بر می‌گردد که شاخص‌های هر سازه با یکدیگر همبستگی میانه‌ای داشته باشند. میزان روایی همگرا از طریق بیشتر از ۰٫۵ بودن میانگین واریانس خروجی یا AVE بدست می‌آید (خیاطان، مبارکی، ۱۳۹۳، ص ۲۰۳). در حقیقت این شاخص نشان می‌دهد که یک متغیر پنهان تا چه حد قادر است واریانس شاخص های خود را به طور متوسط توضیح دهد. این ضریب برای هر کدام از ابعاد تحقیق در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۴- ۱. مقادیر میانگین واریانس شرح داده شده در ابعاد مدل

ابعاد تحقیق	AVE
هوش استراتژیک	۰٫۵۰۴
هوش سازمانی	۰٫۵۲۸
کسب و کار کوچک و متوسط	۰٫۵۶۷

با توجه به جدول فوق، در تمام ابعاد مورد بررسی میزان این شاخص بیشتر از ۰٫۵ بوده و بنابراین اعتبار همگرایی مدل قابل تایید است.

اعتبار واگرا

روایی واگرا (افتراقی) نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای مکنون سنجیده شده و برای هر یک از سازه‌های انعکاسی، جذر AVE باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها در مدل باشد.

ماتریس همبستگی و بررسی روایی واگرا (افتراقی)

متغیرهای تحقیق	هوش استراتژیک	هوش سازمانی	کسب و کار	جذر AVE (روایی واگرا)
هوش استراتژیک	۱,۰۰۰			۰,۷۱۰
هوش سازمانی	۰,۷۰۱	۱,۰۰۰		۰,۷۲۷
کسب و کار کوچک و متوسط	۰,۷۰۴	۰,۷۰۷	۱,۰۰۰	۰,۷۵۳

همانگونه که در جداول اعتبار واگرای فوق مشاهده می شود وضعیت جذر AVE در تمامی موارد بیشتر از مقادیر همبستگی آن سازه با سایر سازه ها می باشد و از این رو روایی واگرا در مدل مورد تایید است.

یافته های آزمون فرضیات تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد

فرضیات	T	B	نتیجه
فرضیه ۱ اثر هوش استراتژیک بر کسب و کارهای کوچک	۴,۴۸۷	۰,۲۵۸	تایید فرضیه
فرضیه ۲ اثر هوش سازمانی بر کسب کارهای کوچک	۱۰,۴۳۷	۰,۵۸۱	تایید فرضیه

با توجه به ضرایب معناداری و t استخراج شده، نتیجه آزمون فرضیات در جدول فوق آورده شده است. در سطح اطمینان ۹۵٪ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تمامی فرضیات تحقیق، تایید می‌باشند.

۵- نتیجه گیری

نتایج بررسی انواع روایی و پایایی پرسشنامه و فرضیات به صورت شکل‌ها و جداولی به طور مختصر ارائه گردید. نتایج فرضیات نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵٪ که تمامی فرضیات تحقیق مورد تایید می‌باشند. به عبارت دیگر، هوش استراتژی و هوش سازمانی بر کسب کار کوچک اثر دارد

یافته فرضیه ۱: این فرضیه بیان می‌کند که هوش استراتژی بر کسب و کار اثر دارد. با توجه به اینکه مقدار t از حداقل مقدار معناداری یعنی ۱٫۹۶ بیشتر است این مثبت بودن ضریب مسیر نشان دهنده مستقیم بودن تاثیر می‌باشد.

یافته فرضیه ۲: این فرضیه بیان می‌کند هوش سازمانی بر کسب و کارهای کوچک و متوسط اثر دارد. با توجه به اینکه مقدار t از حداقل مقدار معناداری یعنی ۱٫۹۶ بیشتر است این رابطه معنادار می‌باشد. مثبت بودن ضریب مسیر نشان دهنده مستقیم بودن تاثیر می‌باشد. یک سازمان و شرکت برای موفقیت نیازمند استراتژیک همه جانبه است. هوش استراتژی و هوش سازمانی قدرتمندترین اهرم برای پیشبرد رسالت سازمانی است. در محیط ناپایدار کنونی و کسب مزیت رقابتی مستلزم دیدگاه استراتژی می‌باشد.

مراجع

✓ خیاطان، مهدی و مبارکی، محمد حسن (۱۳۹۳). عوامل موثر بر رفتار کارآفرینانه ی مدیران مراکز تحقیقاتی دانشگاه های علوم پزشکی تهران، نشریه پی‌آورد سلامت، دوره ۸، شماره ۳، صص ۱۹۸-۲۰۹.

✓ جمشیدی، ویدا. (۱۳۹۷). تدوین چارچوب مدل سوات، مجله تخصصی، دوره دوم، صص ۵۶-۵۲.

- ✓ Hawking, P., & Sellitto, C. (2010). Business Intelligence (BI) Critical Success Factors.
- ✓ -Sadeghiyan, R., & Yaghoobi, N. (2012). Investigation of organizational forget and organizational agility, Journal of Public Management Researches, 5(17), 103-120. (in Persian).
- ✓ -Simich, I. (2005). Undergraduate psychology major: organizational learning asa component of organizational intelligence. Information and marketing aspect

of the economically development of the balkman countries,Journal: ISBN945-90277-8-3(University of National and worldeconomy, Sofia, Bulgaria)