

بررسی رابطه بین هوش رقابتی با توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران

سیمین صفوی^۱، علیرضا پیران^۲، سید فخرالدین طاهرزاده موسویان^۳

۱- گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

Simin.safavi1366@yahoo.com

۲- گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

Simin.safavi1366@yahoo.com

۳- رئیس مرکز پژوهش های صنعتی و معدنی تجهیز صنعت نگین پاسارگاد

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی هوش رقابتی با توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران است. که ضمن شناسایی ابعاد، شاخص ها و مقیاس های اندازه گیری هوش رقابتی، توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی را مشخص نموده و پیشنهادهایی در این زمینه ارائه داده. روش تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی و جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان پارک های علم و فناوری تهران و با استفاده از فرمول حجم نمونه آماری ۹۶ نفر که به لحاظ شیوه نمونه گیری، نمونه گیری از نوع تصادفی ساده است. ابزار اندازه گیری پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد هوش رقابتی، توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی بود که روایی و پایایی انجام شده بود استفاده گردید که به ترتیب عبارت از ۰،۹۳۶، ۰،۸۳۹ و ۰،۸۲۳ می باشد. در این پژوهش قبل از به کارگیری متغیرها در تحلیل ۶۷ ها، جهت آزمون نرمال بودن متغیرها از آزمون کولموگوروف اسمیرنوف و نرم افزار Spss استفاده شد. همچنین برای آزمون فرضیه پژوهش از Smart pls که یک فن مدل سازی مسیر واریانس محور است و امکان بررسی نظریه و سنجه ۶۷ ها را به طور همزمان فراهم می سازد استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد هوش رقابتی و ابعاد آگاهی از وضعیت بازار و آگاهی از وضعیت رقبا آن تاثیر معنی داری بر توانمندسازی کارکنان دارد. همچنین نتایج تحقیق حاکی از بود که هوش رقابتی و تمامی ابعاد آن آگاهی از وضعیت بازار، آگاهی از وضعیت رقبا، آگاهی از وضعیت تکنولوژی، آگاهی از وضعیت اجتماعی) تاثیر معنی داری بر قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران دارد.

واژگان کلیدی: هوش رقابتی، توانمند سازی کارکنان، قدرت پاسخگویی سازمانی، کارکنان پارک های علم و فناوری

۱- مقدمه

در سال‌های اخیر، هوش رقابتی به یکی از مفاهیم مهم مدیریت تبدیل و با فرهنگ شرکت‌های پیشرو عجین شده است. افزایش هوش رقابتی موجب می‌شود سازمان‌ها، اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیشتر تجزیه و تحلیل کنند و نتایج حاصل را به روشی سودمند ذخیره و در دسترس مدیران تصمیم‌گیرنده قرار دهند. این مسأله سبب شتاب‌گیری روند تبادل اطلاعات و دانش در بستر سازمان می‌شود و اثربخشی فرآیند تفکر و تصمیم‌گیری جمعی را به طور چشم‌گیر بهبود می‌بخشد. هوش رقابتی فقط یک تحقیق بازاریابی یا کنکاش کسب و کاری نیست؛ بلکه یک فرایند آگاهی از جریان رقابت و قرار گرفتن در یک گام جلوتر از بقیه است که این، هوشمندی با جمع‌آوری اطلاعات رقبا و در حالت ایده‌آل، به کارگیری این اطلاعات در برنامه ریزی کوتاه مدت و بلندمدت استراتژیک محقق می‌شود. بدین ترتیب، مدیران اجرایی با درک بهتر رقبا و محیط پرچالش رقابت می‌توانند با تکیه بر ابزارها و تکنیک‌های خاص، اطلاعات مرتبط با قابلیت‌ها، نقاط قوت و ضعف و نیت رقبا را موردبررسی قرار داده و نسبت به انتخاب راهبرد مناسب اقدام و همواره یک گام از رقبا جلوتر باشند. یک سازمان هوشمند استراتژی رقبا را بهتر و سریعتر پیش‌بینی می‌کند و از شکست و موفقیت آنها نکات بسیاری می‌آموزد و این امکان را برای مدیران ارشد سازمان به وجود می‌آورد تا با ممیزی سیستماتیک از رقابت‌پذیری سازمان، با آگاهی بیشتری نسبت به اتخاذ تصمیمات راهبردی اقدام کنند. از سوی دیگر هوش رقابتی تأثیراتی نیز بر فرایندها و عوامل درون سازمانی دارد که در تحقیقات حوزه مدیریت کمتر بررسی و تحلیل شده است. بر این اساس در تحقیق حاضر ارتباط میان مفهوم هوش رقابتی و نیز نوآوری خدمات و پاسخگویی سازمانی موردبررسی قرار گرفته است. در بخش نخست مسأله تحقیق مورد کنکاش قرار گرفته در بخش‌های بعدی به ضرورت‌های موضوع، اهداف و فرضیات تحقیق پرداخته شده است. همچنین در ادامه مفاهیم مطرح در تحقیق به صورت مفهومی و کاربردی تعریف شده‌اند. در بخش بعدی نیز شاخص‌های مورد استفاده برای سنجش متغیرهای تحقیق ارائه شده و سپس ساختار تحقیق ترسیم شده است.

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 کسب و کار دنیا، به شمار می‌رود. همچنین هوشمندی رقابتی، یکی از تکنیک‌های مهم در ایجاد مزیت رقابتی است. (مناجاتی پور، ۱۳۹۵) از آنجایی که یک سازمان هر چقدر هم خوب کار کند باز هم باید از فعالیت‌های مقاصد رقیبان خود آگاه شود، بنابراین کسب هوش رقابتی از الزامات غیرقابل انکار برای اغلب سازمانها است تا بتواند از طریق کسب و تحلیل اطلاعات و همینطور افزایش دانش و ایجاد آگاهی بر قابلیت‌های خود بیفزاید. (اسکندرو همکاران، ۱۳۹۳) رقابت شدید حاصل تعدادی عوامل ساختاری می‌باشد، تأثیر متقابل بر همدیگرند (پورتر، ۱۳۸۵) هم چنین ازدیاد کسب و کارهای کوچک موجب تشدید انحراف از چندجانبگی هدایت شده به سوی روابط بین‌المللی آکنده از رقابت‌های بین‌المللی گشته و آن هم نه فقط بین دولتها بلکه بین واحدهای بخش عمومی کشورهای رقیب از این رو اقتصاددان‌ها بر این باور هستند که سیاست بازرگانی و رقابت دو روی سکه است. کسب و کارهای امروزی که در دنیا به رقابت مشغول می‌باشند از طرفی جهانی شدن اقتصاد و سرعت گرفتن تغییرات فن‌آوری و انفجار

اطلاعات باعث شده سازمان‌ها فشار بیشتری برای باقی ماندن در صحنه رقابت را تحمل کنند. (اسکندری، ۱۳۹۵)

سیستم پاسخگویی بخش اداری، دولت را به بخش سیاسی و در نهایت به جامعه وصل می‌کند. فرض بر آن است که کلیه اقدامات دولت در نهایت همان اقدامات شهروندان است که از طریق نمایندگان آنها انجام می‌شود. به گفته دانا هیوز "لازمه تأمین منابع عمومی، طراحی دقیق یک ساختار پاسخگویی است تا شهروندان اطمینان یابند که نهایت تلاش از طرف کسانی که به نام آنها اقدام می‌کنند، به عمل آمده است (هیوز، ۱۳۹۲: ۲۷۲) پاسخگویی، مبنای هر جامعه‌ای است که ادعا می‌کند دموکراتیک است. بهترین الگوهای حاکمیت مردم سالار تا وقتی نتوانند کسانی را که قدرت را در اختیار دارند، در برابر شهروندان پاسخگو کنند، کاملاً ناکارآمد و آسیب پذیر تلقی می‌شوند (بوونز، ۲۰۱۰). اگر دولت‌ها پاسخگو نباشند، یک سویه مستبد و فسادانگیز خواهند شد. سازمان‌های دولتی به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می‌شوند و می‌بایست در برابر آنها پاسخگو باشند (فیضی و زارع، ۱۳۹۴) همه سازمان‌ها آگاه هستند که کارکنان آنها از مهمترین منابع برای سازمان هستند. با این حال، به منظور ایجاد منابع کار خوب در حداکثر ظرفیت‌ها، توانایی‌ها و متعهد در محل کار لازم است رضایت آنها در مورد کار در سازمان و انگیزه آنها برای رسیدن به اهداف سازمانی به طور مداوم مورد بررسی قرار گیرد. (هانیشا تاهیر، ۲۰۱۶)

پاسخگویی یکی از ضرورت‌های کلیدی مدیریت دولتی در شرایط کنونی است. بهترین الگوهای حکمرانی مردم سالار مادامی که نتوانند کسانی را که قدرت را در اختیار دارند در برابر شهروندان پاسخگو نمایند کاملاً ناکارآمد و آسیب پذیر تلقی می‌گردد. در حقیقت، پاسخگویی یکی از ارکان اصلی مدیریت دولتی است که می‌تواند تصویری از عدالت، انصاف، برابری را به ذهن متبادر سازد و می‌تواند برای بهبود شرایط و اثربخشی مدیریت دولتی مورد استفاده قرار گیرد. (بوونز و همکاران، ۲۰۰۸). سازمان‌های توانمند سازمان‌هایی هستند که در آن گروه‌هایی از انسان‌ها با هم کار می‌کنند و در انجام کارها با یکدیگر مشارکت دارند. در این سازمان‌ها، کار گروهی از اهمیت خاصی برخوردار بوده و افراد ضمن کمک به یکدیگر، در حل مشکلات پیچیده تشریک مساعی دارند. آنها نسبت به همکاران محبت می‌ورزند و منافع جمعی را بر منافع شخصی ترجیح می‌دهند. در سازمان توانمند کارکنان با احساس هیجان، مالکیت و افتخار بهترین ابداعات و افکار خوب را پیاده می‌سازند. در حقیقت در یک سازمان توانمند محیطی حکمفرماست که در آن کارکنان نیروی محرکه اصلی هستند. (السادات هاشمی مهابادی، ۱۳۹۶) به نظر صاحب‌نظران مدیریت تحول و بهسازی سازمان، توانمندسازی راهبردی اثرگذار بر عملکرد و بهسازی نیروی انسانی است. اهمیت توانمندسازی به گونه‌ای است که آن را کلید اثربخشی سازمان‌ها می‌دانند. همچنین شناسایی وضعیت ابعاد توانمندسازی می‌تواند تصویری روشن به منظور برنامه‌ریزی و جلوگیری از هدررفت منابع انسانی را در سطح مدیران عالی و تصمیم‌گیران ارائه کند بنابراین می‌توان به سادگی بیان کرد که بدون افراد کارآمد، دست‌یابی به اهداف سازمانی غیرممکن است. متخصصان مدیریت به منظور کارآیی بیشتر کارکنان، مفهوم توانمندسازی را مطرح کردند (نیک پور، ۱۳۹۶).

پارک علم و فناوری شمالغرب کشور، فلسفه وجودی خود را "بسترسازی برای تولید ثروت از طریق علم و فناوری" می‌داند. این نهاد بعنوان یکی از ارکان مهم شکل‌گیری و توسعه اقتصاد دانش بنیان تلاش می‌کند تا با استفاده از

موقعیت ممتاز همجواری با ۳ کشور آسیایی و اروپایی و دارا بودن ۷ مرز رسمی در سطح کشور، به حمایت همه جانبه از شرکت های مبتنی بر دانایی و خلاقیت و جذب سرمایه- گذار پرداخته و زمینه تجاری سازی و بازاریابی ایده- های نوآورانه و فناورانه را فراهم ساخته و نقش کلیدی برای کمک به حضور فعال این شرکتها در سطوح ملی و بین المللی داشته باشد. بنابراین بالا بودن هوش رقابتی کارکنان بر فعالیت های تجاری و بازاریابی می تواند بیشترین تأثیر را بر موفقیت پارک ها داشته باشد. بررسی موضوع نشان می دهد در بین محققان و نظریه پردازان در اینکه چه عواملی می توانند بر توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی کارکنان تأثیر بگذارند اختلاف قابل ملاحظه ای وجود دارد. باتوجه به اهمیت مسأله توانمند سازی کارکنان و هوش رقابتی تحقیقات در این حوزه همچنان ادامه داشته و در حال تکامل است. می دانیم هوش رقابتی یکی از ابزارهای بسیار مهم در برنامه ریزی استراتژیک سازمان و فرایند مدیریت است، و به شرکت ها و سازمان ها اجازه می دهد آنچه در محیط رقابتی آنها روی خواهد داد پیش بینی کنند. سؤال اصلی تحقیق را اینطور بیان می کنیم: چه رابطه ای بین هوش رقابتی و توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی کارکنان پارک علم و فناوری تهران وجود دارد؟

دنایای امروز کسب و کار، دنیایی سرشار از تغییر و تحولات شتابان است. تغییراتی که به واسطه پیچیدگی های موجود در محیط روی می دهند. از این رو، میتوان گفت پیچیدگی های محیطی جزء لاینفک کسب و کارهای امروزی است و سازمانها همواره با چالش تغییرات محیطی ناشی از تلاطم های بیرونی روبرو بودند. علت و میزان سطح پیچیدگی را میتوان به موضوعاتی مانند توسعه و پیشرفت فناوری، افزایش سرعت انتقال اطلاعات، توانمندی تمامی ذینفعان سازمانی، عوامل تاثیرگذار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، رقابتی شدن محیط های کسب و کار، و غیره نسبت داد میزان پیچیدگی بر نوع روابط سازمانی اثری قابل توجه دارد (هرندی، ۱۳۹۶)

توانمند سازی القای حس قدرت به افراد است. زیرا هرروش مدیریتی که بتواند حس استقلال افراد را تقویت کند، به احساس قدرت در آن ها می انجامد. توانا سازی نیروی انسانی به معنی ایجاد ظرفیت های لازم در کارکنان برای قادر ساختن آن ها به ایجاد ارزش افزوده در سازمان است. (شانگ و شنگ، ۲۰۱۲) توانمندسازی را می توان توسعه و گسترش قابلیت و شایستگی افراد برای نیل به بهبود مستمر در عملکرد سازمان دانست. (ویلیج، ۲۰۱۵)

هوشمندی رقابتی یا درک نیروهای رقابتی (بنی، ۲۰۱۳ و هالت و همکاران، ۲۰۱۴) عنوان یک شعار جهت موفقیت در محیطهای رقابتی امروزی مطرح شد (آگهاتریو رب، ۲۰۱۱). هوشمندی رقابتی به قابلیت رمزگشایی و از میان برداشتن شکافهای شایستگی و ارزشی بین یک شرکت و رقبایش اشاره دارد (لئو، ۲۰۱۳ و تائون، ۲۰۱۵) هوشمندی رقابتی مزایای فراوانی از قبیل ایجاد فرص تهای رشد جدید، حداقل کردن تأثیر شگفتی، آماده سازی جهت پاسخ سری عتر به تغییرات در بازار، بهبود کیفیت فرآیندهای برنامه ریزی راهبردی، شناسایی نقاط آسی پذیر بالقوه، ارائه هشدار زود هنگام را ارائه خواهد کرد (روس و همکاران، ۲۰۱۲)

توانمندسازی در لغت به معنی اعطای اختیار، به خصوص قدرت قانونی یا اختیار رسمی آمده است. همچنین به عمل ارائه قدرت تصمیمگیری به اشخاص گفته می شود که غالباً به همراه باز توزیع مسئولیت پذیری از مدیران به اعضای تیم آنها می باشد. توانمندسازی به کارکنان کمک می کند که اختیار و مسئولیت را قبول کنند و پیشقدم باشند. همچنین توانمندسازی در زبان مدیریت به یک استراتژی برای تغییر اطلاق میگردد که با هدف بهبود توانایی فردی

و سازمانی اجرایی^۶ شود. میتوان توانمندسازی را یک فرآیند حمایت از منابع انسانی سازمان برای افزایش کیفیت، کارایی و تصمیمات اثربخش دانست، که به بهبود مداوم کیفیت منتهی می شود. تواناسازی آزاد کردن نیروهای درونی افراد، برای کسب دستاوردهای شگفت انگیز و تکنیکی برای افزایش بهره وری از راه بالا بردن تعهد کارکنان نسبت به سازمان و به عکس می باشد. توانمندسازی در سازمانها، به عنوان ابزاری شناخته شده است که موجب تسهیل در ایجاد رفتار انگیزشی و رفتارهای موجد افزایش بهره^۷ وری کارکنان میشود (یانگ چو، ۲۰۱۰)

امروزه ما در عصر پاسخگویی زندگی میکنیم و تقاضا برای مقامات وسازمانهای دولتی برای حساب پس دادن، روز به روز در حال افزایش است. اصول دموکراتیک تأیید میکنند. که مردم باید قدر باشند تا در تصمیماتی که در زندگیشان اثرگذار است، نفوذ داشته باشند (پاتریک، ۲۰۱۱)

ولی چون مردم حاکمیت خود را به نمایندگان واگذار کرده اند بنابراین آنها، عملکرد دولت را از طریق مکانیسمهای پاسخگویی مدیریت می کنند ارائه یک تعریف مشخصی از پاسخگویی دشوار و دست نیافتنی نیست زیرا این مفهوم همیشه در حال گسترش بوده است. مفهوم پاسخگویی از یک سو، شباهت زیادی به مسؤولیت پذیری دارد. باونز معتقد است که پاسخگویی جنبه ای از مسؤولیت است. او برای مسؤولیت دو بعد قائل است. مسؤولیت فعال، که به عنوان فضیلت است و مسؤولیت منفعل به^۸ عنوان پاسخگویی است و از سوی دیگر، رابطه های پیچیده و نزدیک با شفافیت دارد. شفافیت باعث پاسخگویی و نوعی نقش ایجاد کننده دارد. (احمدی و همکاران، ۱۳۹۲) پاسخگویی سازمانی ضرورت پیدا میکند که هر تغییر در محیط سازمان باعث ایجاد فشارهای بر سازمان می شود و این فشارها می تواند در یک بازه زمانی یعنی از زمان تشخیص تا مشاهده تاثیر واکنش های، بر توانایی سازمان در استفاده از فرصت های محیطی تاثیر بگذارد. بنابراین لازم است که پس از مشاهده هر تغییر، ماهیت آن ارزیابی و نتایج آن شناخته شود. از این بخش یعنی درک تغییر به عنوان یکی از وظایف بخش تدوین راهبرد در مدیریت راهبردی سازمان یاد می شود (عطافر و همکاران، ۱۳۹۳)

از دهه شصت میلادی در دنیا گسترش یافت. در دو (science & Technology Park) پارک های علم و فناوری دهه اخیر نیز بیش از ۳۰ پارک و صدها مرکز رشد و نوآوری در کشورمان راه اندازی شده است. برخی کشورها توانسته اند در زمینه توسعه پارک های علم و فناوری به دستاوردهای شگرفی دست یابند که این امر به توسعه اقتصاد دانش بنیان آن ها انجامیده است.

اما با توجه به اینکه هوش رقابتی می تواند نقش مهمی در توانمند سازی کارکنان ایفا کند و نیز با وجود اینکه بسیاری از کارکنان، با هوش رقابتی بالا، قدرت پاسخگویی دارای مهارتی هستند که باید اجرا و تجربه شود؛ اما اجرای واقعی آن در مدیریت امروزه به ندرت صورت می گیرد؛ بنابراین برنامه ریزی در راستای توسعه منابع انسانی و طراحی برنامه های توانمندسازی منابع انسانی، یکی از راهکارهای اساسی افزایش بهره وری سازمان و رسیدن به توسعه پایدار وجهانی سازی است که مدیران منابع انسانی در آن نقش بسزایی دارند؛ لذا تحقیق حاضر بر آن است تا بررسی رابطه بین هوش رقابتی با توانمندسازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری شمال غرب بپردازد.

۲- مبانی نظری

۱- هوش رقابتی

در سال‌های اخیر، هوش رقابتی در رشته مدیریت توجه قابل توجهی به خود جلب کرده است. هوش رقابتی به معنای نظارت هدفمند و هماهنگی بر رقبای خود و شناسایی آنها در چارچوب یک بازار مشخص است و در واقع فرآیند یکارگیری شیوه‌های قانونی و اخلاقی برای کشف، تهیه و تحویل به موقع اطلاعات مورد نیاز به تصمیم‌گیرندگانی است که می‌خواهند توان رقابتی کسب و کار خود را افزایش دهند (فلیشر و همکاران، ۲۰۰۷). هوش رقابتی خوب به تحلیل گر روش‌های قدیمی و پیش‌گر نیاز دارد، چیزی شبیه به کارگاهی که می‌خواهد جنایتی را کشف کند (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۰)؛ بنابراین، هوش رقابتی یک دریافت همه‌جانبه و یک دید کلی از یک صنعت و شرکت‌های رقیب به دست می‌دهد و زمینه‌های آسیب‌پذیری سازمان را آشکار می‌سازد و سرانجام رفتار رقبا و پیامدهای آن را شناسایی می‌نماید. از این رو فرآیندی پیچیده در سازمان است (آنتیاو هسford، ۲۰۰۷). این فرآیند ابزارهای موجود (فنی و انسانی) را در کنار همدیگر به کار می‌گیرد تا از کار کردهای سازمانی و شناخت سازمانی پشتیبانی کند. فرآیند هوش رقابتی فرآیندی دوره‌ای با مداوم است که از تصمیم‌گیری و از یادگیری سازمانی پشتیبانی می‌کند (مشبکی و همکاران، ۱۳۹۰). هنگامی که سازمان فرآیندهای هوش رقابتی را نهادینه نماید و مانند یک شبکه پیوندی آسان ساز، در پس زمینه معماری سازمانی خود پیکربندی کند می‌تواند در راه پیروزی گام بردارد. در این صورت می‌توان گفت هوش رقابتی و کاربرد آن به فرهنگ روی نشان داده و سازمان توانایی پذیرش و سازگاری با ارزش‌های فرهنگی را به دست آورده است، بدنه مدیریت گفتمان هوش رقابتی را فهمیده و خود هوشمندانه کار می‌کنند و دیگران را هم به این کار بر می‌انگیزانند، از فرآیندهای آن پشتیبانی کرده و آن را بهبود می‌دهند (تریم، ۲۰۰۴). هوش رقابتی زیربنایی است که پایه‌های مزیت رقابتی بر روی آن قرار می‌گیرند و هر چقدر این زیربنا استحکام بیشتری داشته باشد، ظرفیت پایداری و مقاومت ستونها بیشتر و در نتیجه، مزیت رقابتی از استحکام و پایداری بهتری برخوردار خواهد بود (دیشمن و کالف، ۲۰۰۸). هوش رقابتی فرآیند جمع‌آوری اطلاعات علمی در مورد رقبا و کاربرد آن در یک طرح استراتژیک بلند مدت و کوتاه مدت می‌باشد. به وسیله هوش رقابتی، سازمان‌ها می‌دانند که چه رقابت‌هایی باید در اولویت قرار گیرد. واحدهای هوش رقابتی در واقع به تحلیل رقبای یک سازمان می‌پردازند. این واحدها از برنامه ریزی و تصمیم‌گیری استراتژیک حمایت می‌کنند و فرصتها و تهدیدات تجاری را سریعاً هشدار می‌دهند (پلتونیمی و ویور، ۲۰۰۵).

برطبق نظر لئونارد فولد هوش رقابتی یعنی:

اطلاعاتی که به منظور تصمیم‌گیری تجزیه و تحلیل شده‌اند

ابزاری برای آگاه ساختن مدیریت به منظور اینکه از تهدیدات و فرصتها سریع آگاه شوند

وسیله‌ای برای انجام ارزیابی مناسب

رویه ای مستمر از یک سیک سازمانی

توانایی زیر نظر گرفتن محیط بیرون از شرکت

فرایند هدایت شده از بخش اجرایی

فرایندی هم کوتاه مدت و هم بلند مدت (اوسانکا و دیاسیکوا ، ۲۰۰۸)

هوش رقابتی به شرکتها در تعریف و توصیف صنعت و کار خودشان و همچنین تعیین کردن نقاط ضعف و قوت - رقبا کمک می کند و شامل جمع آوری داده هایی در مورد رقبا و تفسیر این داده ها برای تصمیم گیری مدیریتی است. اگر هوش رقابتی مناسب بکار گرفته شود، به شرکتها کمک می کند تا در مقابل حرکات رقبا غافلگیر نشده و همچنین زمان پاسخگویی آنها به رقبا کوتاهتر شود (گتورگی و تیلور ، ۲۰۰۵).

یکی از ویژگی های عمده در دوره حاضر، تغییرات روزافزون دانش بشری در عرصه های مختلف، از جمله، اجتماعی، اقتصادی، صنعتی، سیاسی و فناوری است. در این وضعیت، در بازار و موجودیت تغییرات، رقابت، فناوری، نوآوری، الگوهای رفتاری مشتریان و پیش بینی ردهای آتی برای رقابت ضروری است (گیبر ، ۲۰۰۷). هوش رقابتی بر این موضوعات تمرکز می کند. در واقع، هوش رقابتی که به هوش کسب و کاری با سازمانی اشاره دارد، هنر جمع آوری، پردازش و مرتب سازی اطلاعات برای افراد در تمام سطوح شرکت است تا به آنها در شکل دهی آینده خود و محافظت از آن در برابر تهدیدات رقابتی فعلی کمک کند: آن باید قانونی باشد و برای کدهای اخلاق احترام قائل باشد: آن انتقال دانش از محیط به سازمان در دل قوانین اتخاذ شده را در بر می گیرد و موقعیت رقابتی یک شرکت را تحت تأثیر قرار می دهد (خلیفه و همکاران، ۲۰۰۸) هوش رقابتی، جاسوسی صنعتی نیست و یکی از قواعد اصلی آن این است که ۹۰ درصد از تمامی اطلاعاتی که یک شرکت برای اتخاذ تصمیمات مهم و در بازار و رقبای خود نیاز دارد، در حال حاضر عمومی است و یا می تواند به طور سیستماتیک از داده های عمومی توسعه بیاید (تئو و چو ، ۲۰۰۱). هوش رقابتی شامل سه وظیفه اصلی است: جمع آوری و سازماندهی داده ها، تجزیه و تحلیل و تفسیر داده ها و انتشار اطلاعات (مورگان و مایکل ، ۲۰۰۷). یک توضیح احتمالی برای این رشته در حال ظهور، انفجار اطلاعات است که به خودی خود حاصل افزایش دسترسی به اطلاعات و بازتابی از گسترش پایگاه داده های تجاری در سراسر جهان است. سایر علل این رشد، احتمالا ماهیت زمانی آن است که در آن ما در حال حاضر در زمانی زندگی می کنیم که مملو از تغییرات سیاسی و اجتماعی بزرگ در سراسر جهان، افزایش سرعت کسب و کار، افزایش رقابت جهانی با ورود رقبای جدید، رقابت تهاجمی تر و تغییرات سریع فناورانه می باشد (ویوبرز و همکاران، ۲۰۰۵).

۲-توانمندسازی کارکنان

واژه ی انگلیسی Empower در فرهنگی آکسفورد قدرتمندشدن، مجوزدادن، قدرت بخشیدن و تواناشدن» معنا شده است. این واژه در اصطلاح، دربرگیرنده ی قدرت و آزادی عمل بخشیدن برای اداری خود است و در مفهوم سازمانی به معنای تغییر در فرهنگ و شهامت در ایجاد و هدایت یک محیط سازمانی است. به بیان دیگر، توانمندسازی به معنای طراحی ساختار سازمان است؛ به نحوی که افراد در آن ضمن کنترل خود، آمادگی پذیرش مسؤولیت های بیشتری را نیز داشته باشند. توانمندسازی در کارکنان شرایطی را به وجود می آورد که زندگی کاری خود را در پرتو آن کنترل می کنند و به رشد کافی برای پذیرش مسؤولیت های بیشتر در آینده دست می یابند (ابطحی و عابسی، ۱۳۸۶). به کارگیری توانمندسازی مزایایی را برای سازمان و کارکنان به دنبال دارد که برخی از آنها عبارتند از:

مزایای سازمانی: تأمین رضایت مشتری و افزایش آن، همسویی با نیازهای بازار، بهبود کیفیت در کارها، افزایش کارایی فرایند تصمیم گیری، بهبود مستمر در سازمان و افزایش بهره وری، خلق ابتکارات جدید و استفاده ی بیش تر از منابع فکری، کاهش هزینه های عملیاتی و افزایش سودآوری سازمان .

مزایای فردی: افزایش رضایت شغلی در کارکنان، افزایش احساس تعلق، مشارکت و مسؤولیت در کارکنان، تغییر طرز تلقی از اجبار به اختیار، تعهد بیش تر کارکنان، ارتباط بهتر کارکنان با مدیران و سرپرستان (صالحی امیری، ۱۳۹۰).

۳- پاسخ گویی سازمان

پاسخگویی برخی مواقع با مسئولیت پذیری به طور مترادف مورد استفاده قرار می گیرد و بعضا نیز به گزارش دهی به آن دسته افرادی که نظارت بر عملکرد آنها را دارد و در یک سطح جهانی به گزارش دهی به عامه مردم اشاره دارد. پاسخگویی را می توان مطابقت با قوانین، مقررات و یا استانداردها به کار برد و یا درباره پاداش دهی و تنبیه در رابطه با نتایج کار مرتبط کرد (هیم، بدون تاریخ). همچنین پاسخگویی را می توان با فرایند ارزشیابی، سنجش، آزمون کردن و با کیفیت در هم آمیخت. معنای لغوی پاسخگویی نشان می دهد که فرد پاسخگو کاملاً در قبال اقدامات خود مسئول است و برای آنها باید دلائل قانع کننده به مردم بدهد (فرهنگ لغت انگلیسی کمبریج، ۲۰۰۳). پاسخگویی یعنی مسئول بودن درباره تصمیمات و اقدامات انجام شده و این که برای آنها توجیه و دلیل منطقی داشتن است (فرهنگ لغت انگلیسی فشرده، ۲۰۰۴). در فرهنگ لغت تیشورس یونسکو (۲۰۱۰)، پاسخگویی آموزشی به معنای مسئول بودن و جوابگو بودن در قبال نتایج و پیامدهای معین فعالیتی که فرد در قبال آن مسئول است. آنچه در این تعاریف مشترک است، جوابگویی و مسئولیت پذیری برای نتایج، پیامدها تصمیمات و اقدامات به همراه ارائه دلیل و توجیه منطقی برای آنها است (الشامی، ۲۰۱۱).

پاسخگویی به ارائه شرح حالی درباره این که چه اقدامی یک موسسه در خصوص اهداف تعیین شده می دهند و یا انتظارات قانونی سایرین از خدمات و روشها دارند، اشاره دارد. به همین جهت پاسخگویی با اطلاعات دولتی و قضاوت

درباره تناسب، سلامت و یا سطح رضایت کسب شده، مرتبط است. پاسخگویی سؤال مهمی را مطرح می‌کند که چه کسی مسئول است برای چه چیز مسئول است؟ به چه کسی و از طریق چه ابزاری مسئول است؟ رومزک چهارچوب کاملی برای تحلیل روابط پاسخگویی پیشنهاد کرد و به نظر او این روابط سلسله مراتبی، قانونی، حرفه‌ای و سیاسی هستند. تمام اینها در آموزش عالی مهم هستند. اگرچه مسئولیت پذیری حرفه‌ای و سیاسی احتمالا مهم ترین نوع مسئولیت پذیری است که بازتاب کننده شرايطی است که در آنجا افراد و یا نمایندگی‌ها به طور قابل توجه دارای شناخت بیشتری می‌شوند تا بتوانند وظایف مرتبط را نسبت به روابط سلسله مراتبی و قانونی تعقیب کنند. ترو نکات مهم دیگری را در رابطه با آموزش عالی اضافه کرد ابتدا اینکه مسئولیت پذیری را باید به عنوان قیدی در برابر قدرت قراردادی در نظر گرفت که فریبکاری و دست کاری را سست می‌کند و مشروعیت دستوراتی را که باید برای گروههای مناسب گزارش شود را می‌نماید. دوم، مسئولیت پذیری عملکرد را حفظ و تقویت می‌کند. سوم، از مسئولیت پذیری می‌توان به عنوان ابزار نظارتی از طریق گزارش دهی و معیارهای مورد نیاز توسط مؤسسه‌های گزارش دهنده استفاده کرد (استرمن و نوکالا، ۲۰۰۹). سازمان‌های سرآمد به عنوان سازمان‌های پاسخگو برای شفافیت و پاسخگویی به ذی نفعان خود در قبال عملکردشان باید تعهدات خود به مسئولیت اجتماعی را از طریق ارزشهای خویش ابراز دارند و اطمینان حاصل کنند که این تعهدات در سرتاسر سازمان جاری می‌شوند (مدهوشی و نوروزی، ۱۳۹۴). پاسخگویی می‌تواند طرف تخطی کننده را تنبیه کنند و یا آن رفتار خطا را جبران نمایند (استرمن و نوکالا، ۲۰۰۹).

برخی از صاحب نظران است معتقدند که پاسخگویی سه هدف مهم را دنبال می‌کند: (۱) پاسخگویی ابزاری جهت نظارت بر قدرت و پیشگیری از سوء استفاده از اختیارات عمومی است؛ (۲) پاسخگویی تضمینی بر کاربرد صحیح منابع مالی، تبعیت از قانون و صیانت از ارزش‌های خدمات عمومی، جلوگیری از سوء کاربرد منافع به صورت عمدی و یا سهوی، به دست آوردن امکانات و منافع با بهترین صرفه‌های اقتصادی و کاربرد مؤثر منابع فیزیکی، مالی و نیروی انسانی و به دست آوردن بیشترین کارایی است. هدف از این جنبه از پاسخگویی آن است تا مردم مطمئن شوند که مسئولان و کارگزاران در استفاده بهینه از منابع عمومی از حدود قوانین موضوعه و ارزشهای خدمات عمومی عدول نمی‌کنند؛ (۳) پاسخگویی ابزاری برای ارتقاء و بهبود عملکرد مدیریتی، زمامداری و مدیریت خدمات عمومی است. پاسخگویی به عنوان ابزار پیشرفت و بهبود مستمر خدمات به جنبه مثبت خدمات اشاره دارد. این جنبه از پاسخگویی نوعی فرایند یادگیری به حساب می‌آید (احمدی رضایی و همکاران، ۱۳۹۶).

پاسخگویی یکی از الزامات اصلی حاکمیت خوب است. به طور کلی، تمام مؤسسه‌های آموزش عالی، هم دولتی و هم بخش خصوصی و سازمانهای جامعه مدنی باید در قبال دولت، جامعه و ذی نفعان سازمانی پاسخگو باشند. این موضوع نه تنها برای اعتبار و وجهه دانشگاه خوب است؛ بلکه باعث اعتماد بیشتر ذی نفعان اصلی دانشگاه می‌شود. پاسخگویی همچنین باعث تضمین شفافیت و کنترل مناسب بر امور مؤسسه‌ها می‌شود. به طور کلی، سازمان‌ها و مؤسسه‌ها در قبال آن دسته از افرادی که به واسطه تصمیمات و یا اقدامات آنها تحت تأثیر قرار می‌گیرند پاسخگو هستند.

پاسخگویی را نمیتوان بدون شفافیت و حاکمیت قانون به اجرا درآورد (یعقوبی، ۱۳۹۲). در حقیقت، مسئولیت اجتماعی سازمان، فراتر رفتن از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان در آن فعالیت دارد. در ادامه و با توجه به اینکه کارکردهای متداول هر سیستم اجتماعی نیازمند جوابگویی برای رفتارهای فردی مطلوب و نامطلوب است (فرنیک و همکاران، ۲۰۰۸) پاسخگویی یک جزء اصلی در محیط کار به شمار می آید. از این روست که پیتز دراکر عنوان می کند، سازمانهای خصوصی به منظور حفظ مشروعیت خود و بقا در محیط، باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. این نقش اجتماعی از این اصل پذیرفته شده نشأت می گیرد که "هر فردی مسئول رفتار خود است و چنانچه از طرف وی، خواه بطور عمد یا غیرعمد، صدمه ای به دیگران وارد شود، باید پاسخگو باشد (مشبکی و خلیلی شجاعی، ۱۳۸۹). پاسخگویی در اصل پاسخگو بودن افراد در قبال تصمیمات و کارهایشان می باشد. سیستم های پاسخگویی می توانند به عنوان سیستم های کنترل و شکل دهی به رفتار در جهات از قبل تعیین شده برای رسیدن به اهداف و اثربخشی سازمان تعریف شوند (قاسم زاده علیشاهی و همکاران، ۱۳۹۲). بطور کلی پاسخگویی به "فرآیندهایی گفته می شود که بر اساس آن شهروندان، مدیران دولتی را در برابر اقداماتشان مسئول می سازند" (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹).

۴- پارک علم و فناوری

ادبیات مرتبط با پارک های علمی حاوی اصطلاحات و واژه های متعددی از قبیل شهرک تحقیقاتی، شهرک علمی، پارک صنعتی، قطب تکنولوژی و غیره است که اغلب برای اشاره به مفاهیم یکسانی مورد استفاده قرار گرفته اند و مرز روشنی بین آنها وجود ندارد. بنابراین در بررسی تاریخچه بحث باید به تمامی این واژه ها توجه داشت. البته به نظر می رسد که اصطلاح پارک علمی «از فراوانی بیشتری برخوردار است (کونگ، ۱۹۹۸). . . یک پارک علمی سازمانی است که به وسیله متخصصین حرفه ای مدیریت می شود و هدف اصلی آن افزایش ثروت در جامعه از طریق ارتقاء فرهنگ نوآوری و رقابت در میان شرکتهای حاضر در پارک و مؤسسات متکی بر علم و دانش است. برای دستیابی به این هدف یک پارک علمی جریان دانش و فناوری را در میان دانشگاه ها، مؤسسات تحقیق و توسعه، شرکتهای خصوصی و بازار، به حرکت انداخته و مدیریت می کند و رشد شرکت های متکی بر نوآوری را از طریق مراکز رشد و فرآیندهای زایشی تسهیل می کند. علاوه بر آن، پارک علمی با بهره گیری از مراکز رشد و فرآیندهای زایشی ایجاد و رشد شرکت های مبتنی بر نوآوری را تسهیل می کند .

پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری از جمله زیر ساخت های ایجاد شده برای حمایت از شرکت های دانش بنیان محسوب می شوند. در حال حاضر این مراکز با حمایت مالی، معنوی و قانونی، ارایه تجهیزات و امکانات لازم، مشاوره و تامین فضای کاری وظیفه کمک به ایجاد و رشد شرکت های دانش بنیان را بر عهده دارند (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷). پارک ها و مراکز رشد علم و فناوری از زیر ساخت های تکنولوژیکی توسعه کشورها محسوب می شود، فعالیت اثربخش این مراکز و حمایت از شرکت های دانش بنیان به کاربردی پارکهای علم و فناوری، از دیدگاه اتحادیه بین المللی پارکهای علمی سازمانی است که به وسیله متخصصان حرفه ای مدیریت شده و به منظور افزایش ثروت جامعه،

به ترویج فرهنگ نوآوری و رقابت میان کسب و کارهای مرتبط با نهادهای دانش بنیان می پردازد. پارکهای علم و فناوری ساختاری است که با در اختیار قرار دادن امکانات و خدمات باعث کاهش هزینه های اولیه برای ایجاد یک حرفه از یک سو و یا ارائه مشاوره های لازم مدیریتی و حقوقی ضعف شرکتها را از سوی دیگر جبران می کند. به عبارت دیگر هدف اصلی این مراکز، کمک به ایجاد شرکتها و مؤسسات توسط افراد نوآور کارآفرین است به نحوی که بتوانند با ریسک کمتر به موفقیت دست یافته و در بازار آزاد ملی و بین المللی رقابت نمایند. پارکهای علم و فناوری در عمل بستر توسعه واحدهای کوچک و متوسط اقتصادی را از طریق کارآفرینان فراهم می کنند که مهمترین ابزار توسعه فناوری اقتصاد در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به حساب می آیند(ششادان و همکاران، ۱۳۹۲). کستلس و هال (۱۹۹۴) سه انگیزه اصلی از ایجاد پارکهای علمی را چنین بیان می کنند: تجدید صنعتی سازی، توسعه منطقه ای و ایجاد سینرژی و هم افزایی بر اساس نظر استوری و تثر (۱۹۹۸) نقش پارکهای علمی توانمندسازی آکادمی ها در دانشگاههای محلی برای تجاری سازی ایده های تحقیقاتی آنها و ایجاد زمینه برای فعالیت کسب و کارهای کوچک و مناسبی است که از فناوریهای پیچیده استفاده می کنند.

اتحادیه پارکهای علمی انگلستان تیز پارک علمی را تشکیلاتی میداند که دارای ویژگیهای زیر باشند :

دارای روابط رسمی و عملیاتی با یک دانشگاه یا دیگر مؤسسات علمی با مراکز اصلی و مهم پژوهشی باشد؛

جهت تشویق ایجاد و رشد کسب و کارهای دانش محور با دیگر سازمان های موجود در پارک طراحی شده باشد.

دارای کارکردها و وظایف مدیریتی است که فعالانه در انتقال فناوری و مهارتهای تجاری به سازمان های موجود در پارک مشارکت می کند.

۳- پیشینه پژوهش

از میان پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام شده مرتبط با موضوع (هوش رقابتی، توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی) می‌توان به موارد زیر اشاره کرد :

۱- تحقیقات داخلی

- سربلند و ابراهیمیان (۱۳۹۶)، بررسی رابطه بین هوش اجتماعی با چابکی سازمانی و پاسخگویی سازمانی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان پارس آباد مغان، نتایج حاکی از این بود که رابطه معنی داری بین هوش اجتماعی با چابکی سازمان و پاسخگویی سازمان وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که بین سه مولفه های هوش اجتماعی، مولفه های مهارت اجتماعی بیشترین تاثیر را بر چابکی و پاسخگویی سازمان دارد.
- سیاه سرانی کجوری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان مفهوم پردازی و اولویت بندی مولفه های هوشمندی رقابتی در شرکت های دانش بنیان: پژوهش ترکیبی، نتایج پژوهش منجر به شناسایی هشت مولفه

اصلی هوشمندی رقبا، هوشمندی مالی، هوشمندی بازار، هوشمندی فنی، هوشمندی مدیریتی، هوشمندی قانونی، هوشمندی انسانی و هوشمندی سیاسی جهت کسب هوشمندی رقابتی در شرکتهای دانش بنیان شده است.

- اصغری و اسدی (۱۳۹۴) در پژوهش تحت عنوان تاثیر پاسخگویی بر اعتماد عمومی و اعتماد سیاسی مورد مطالعه: سازمانهای دولتی ایران، یافته‌های نهایی پژوهش وجود رابطه معنادار میان یک مدل سه وجهی ادراک عمومی از سطح پاسخگویی سازمان‌ها ی دولتی، سطح اعتماد عمومی به سازمان‌های دولتی و سطح اعتماد سیاسی به دولت را تشدید می‌کنند. تداوم این دست بررسی‌ها و نیز انجام مطالعات تکمیلی در این زمینه می‌تواند بستری برای توجه بیشتر دولت به مقوله پاسخگویی، اعتماد عمومی و اعتماد سیاسی می‌باشد.
- نیک پور (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان تاثیر توانمندسازی سازمانی بر عملکرد نوآورانه با نقش میانجی رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان، یافته‌های پژوهش نشان داد که الگوی پیشنهادی دارای برازش مطلوبی است و توانمندسازی سازمانی علاوه بر تاثیر مستقیم به صورت غیرمستقیم و از طریق رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان نیز بر عملکرد نوآورانه سازمان تاثیر میگذارد، همچنین نقش میانجی رضایت شغلی و تعهد سازمانی در رابطه بین توانمندسازی سازمانی و عملکرد نوآورانه سازمان تأیید شد.
- اسکندر (۱۳۹۶) در پژوهشی تحت عنوان تبیین مدل کیفیت خدمات الکترونیکی بانک ملت براساس هوش رقابتی، نتایج حاصل از دادههای جمعآوری شده از رؤسای شعب بانک ملت استان آذربایجانشرقی و مشتریان بانک ملت استان آذربایجان شرقی نشان میدهد که هوش رقابتی و چهار بعد آن با کیفیت خدمات الکترونیکی بانک ملت استان آذربایجانشرقی، تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد.
- جمشیدیان (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان تاثیر توانمندسازی کارکنان، کار تیمی و آموزش کارکنان بر رضایت شغلی کادر پرستار بیمارستان امام خمینی (ره) شهر اراک، توجه به تاثیر مثبت توانمند سازی، کار تیمی و آموزش کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان، مدیران بیمارستان، از طریق واگذاری اختیار و مشارکت پرستاران در امور بیمارستان، تشویق به کار تیمی و برگزاری دوره های آموزشی مستمر جهت تقویت توانایی کادر پرستار، رضایت شغلی آنها را افزایش دهند.

۲- تحقیقات خارجی

- اپاسیتا و همکاران در سال ۲۰۱۸ در پژوهشی تحت عنوان تاثیر توانمندی کارکنان بر عملکرد کارکنان، نتایج پژوهش حاکی از این بود که کارمندی که در سطح وظایف شغلی خود خودمختار هستند دارای توانمندی بیشتر نسبت به بقیه کارکنان دارند.
- خادرا داو در سال ۲۰۱۸ در پژوهشی تحت عنوان توانمندسازی موفق کارکنان: عوامل عمده در زمینه جردن، نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه نشان داد که به اشتراک گذاری اطلاعات، طراحی شغلی، رهبری تحول گرا و تصمیم گیری تاثیر مثبت بر توانمند سازی کارکنان دارد. به اشتراک گذاری اطلاعات و تصویب

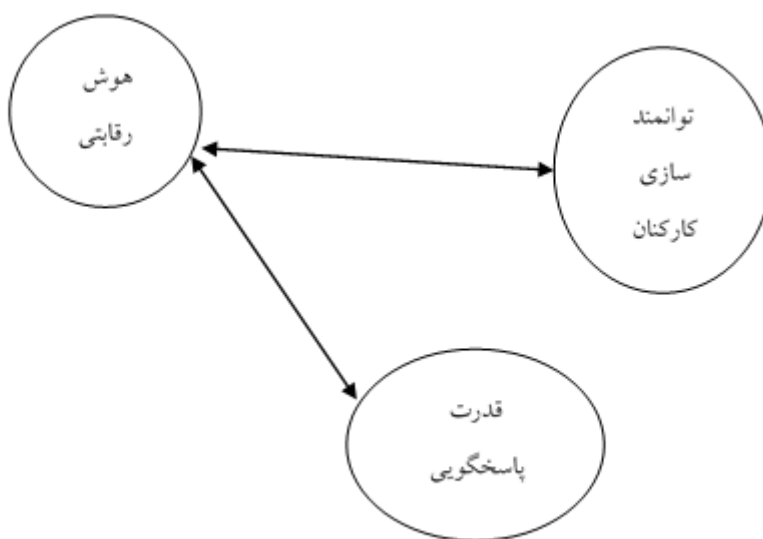
¹ Ipsita

²Khadr DAHOU

طرح‌های مناسب شغلی در داخل سازمان، تاثیرات مهمی را در پی خواهد داشت که در این راستا، ایجاد انگیزه‌های لازم برای این کارها باعث می‌شود که توانمندسازی کارکنان بانک موفق است.

- هی ۳ و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهشی اکتساب هوشمندی رقابتی از طریق داده شبکه‌های اجتماعی را در دو خرده‌فروشی زنجیرهای بزرگ والمارت و کوستکو، مورد بررسی قرار دادند آنها موفق به ارائه یک چارچوب مفهومی جدید در حوزه هوشمندی رقابتی شبکه‌های اجتماعی شدند، که در آن چگونگی استفاده سازمانها از اهرم شبکه اجتماعی به منظور ارتقاء ارزش کسب و کار تشریح شده است.
- سلیمان ۴ و همکاران در سال ۲۰۱۵ در پژوهشی تحت عنوان هوش رقابتی: اراهه یک مدیریت جدید دستگاه برای پشتیبانی تصمیم‌گیری، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تصمیم‌گیرندگان باید برای توسعه فرآیند هوش رقابتی در سازمان خود تمرکز کنند.

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش



-فرضیه‌های اصلی

³He

⁴Salima El Fadili

۱. بین هوش رقابتی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد
۲. بین هوش رقابتی با قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.

۲- فرضیه های فرعی

۱. بین آگاهی از وضعیت بازار با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین آگاهی از وضعیت رقبا با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین آگاهی از وضعیت تکنولوژی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۴. بین آگاهی از وضعیت اجتماعی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۵. بین آگاهی از وضعیت بازار با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۶. بین آگاهی از وضعیت رقبا با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۷. بین آگاهی از وضعیت تکنولوژی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.
۸. بین آگاهی از وضعیت اجتماعی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد.

۴- روش پژوهش

با توجه به اینکه هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین هوش رقابتی با توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران است، می توان گفت این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. و از نظر گردآوری داده ها توصیفی و پیمایشی است. در پژوهش های توصیفی عموماً از روش مطالعه کتابخانه ای و بررسی متون و محتوای مطالب و نیز روشهای میدانی نظیر پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده استفاده می شود. بطور کلی پژوهش های توصیفی را می توان به سه گروه پیمایشی یا زمینه یاب، یا ژرفاگر و تحلیل محتوا تقسیم نمود. پژوهش توصیفی - پیمایشی به مطالعه ویژگی ها و صفات افراد جامعه می پردازد و وضعیت فعلی جامعه را در قالب چند صفت یا متغیر مورد بررسی قرار می دهد (حافظ نیا، ۱۳۸۴). با توجه به اینکه در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات علاوه بر پرسشنامه از اسناد، مدارک، کتب، مقالات، پایان نامه ها و همچنین پایگاه های اطلاعاتی اینترنتی نیز جهت جمع آوری اطلاعات در خصوص تاریخچه و ادبیات موضوع پژوهش استفاده شده است. لذا پژوهش حاضر

از نظر ماهیت و روش، پژوهشی توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه ی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران هستند که بر اساس اطلاعات موجود حدوداً ۱۲۰ نفر را شامل می شود. برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده شده است و بر این اساس حجم نمونه این تحقیق ۹۶ نفر محاسبه گردید. همچنین روش مورد استفاده برای نمونه گیری نیز روش تصادفی می باشد. لازم به ذکر است که از پرسشنامه های توضیح شده در حدود ۸۶ عدد قابلیت استفاده را داشتند. و روش های گردآوری اطلاعات را می توان به دو طبقه روش های کتابخانه ای و روش های میدانی تقسیم نمود. در این پژوهش در خصوص جمع آوری اطلاعات مربوط به آزمون فرضیه های پژوهش به طور عمده از روش میدانی استفاده شده است.

ابزار اصلی گرد آوری اطلاعات در این پژوهش، پرسشنامه می باشد. یکی از روش های بسیار متداول گردآوری اطلاعات، روش پرسشنامه ای است که از طریق آن می توان امر گردآوری اطلاعات در سطح وسیع را انجام داد. از نکات بارز این روش، جمع آوری اطلاعات در سطح وسیع و با هزینه بسیار پایین می باشد (حافظ نیا، ۱۳۸۴). استفاده از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی جمع آوری اطلاعات برای دستیابی به داده های مورد نظر خواهد بود. جهت جمع آوری اطلاعات از سه پرسشنامه هوش رقابتی، توانمند سازی کارکنان و قدرت پاسخگویی سازمانی استفاده شده است.

- از پرسشنامه که دارای ۱۴ سوال می باشد به منظور ارزیابی چهار بعد هوش رقابتی استفاده شده است. ساختار این پرسشنامه بر مبنای این چهار بعد (آگاهی از وضعیت بازار، آگاهی از وضعیت رقا، آگاهی تکنولوژیکی، آگاهی اجتماعی قابل سنجش) و سوالات متناظر با آنان است.

- همچنین از پرسشنامه که دارای ۱۳ سوال می باشد به منظور ارزیابی پنج بعد پاسخگویی سازمانی استفاده شده است. ساختار این پرسشنامه بر مبنای این چهار بعد (عملکرد، اطلاع رسانی، فرهنگی، سیاسی) و سوالات متناظر با آنان است.

روایی و پایایی

منظور از روایی پرسشنامه ینی آن قبلاً توسط محققین دیگری تایید شده است.

الف- پرسشنامه توانمندسازی کارکنان: آهن راینکین و اسپرتیزر (۱۹۹۵) در تحقیقات خود به بررسی ابعاد توانمندسازی کارکنان پرداخته اند.

ب. پرسشنامه پاسخگویی سازمانی: محبوبی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیق خود به بررسی ابعاد پاسخگویی سازمانی پرداخته است.

ج. پرسشنامه هوش رقابتی: سایمن و همکاران (۲۰۰۸) در تحقیق خود به بررسی ابعاد هوش رقابتی پرداخته است.

قابلیت پایایی^۵ (اعتماد) یکی از ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری است که نشان دهنده این است که ابزارهای اندازه‌گیری مه برای سنجش متغیر و صفتی خاص ساخته شده است، تا چه اندازه نتایج یکسانی را در شرایط مشابه به دست می‌دهد. به عبارت دیگر، ابزار پایا ابزاری است که از خاصیت تکرار پذیری و سنجش نتایج یکسان برخوردار باشد (حافظ نیا، ۱۳۸۴). یکی از روش‌های محاسبه قابلیت پایایی، ضریب آلفای کرونباخ^۶ می‌باشد. در این تحقیق با استفاده از ۳۰ پرسشنامه ابتدایی ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق محاسبه گردید

آلفای کرونباخ متغیر توانمندسازی کارکنان و ابعاد آن

آلفای کرونباخ	تعداد سؤال	شاخص اندازه‌گیری
۰,۷۶۴	۳	معنی داری
۰,۸۱۶	۳	شایستگی
۰,۸۳۹	۳	تاثیر
۰,۷۹۲	۳	خود اتکایی
۰,۹۳۶	۱۲	کل

آلفای کرونباخ متغیر پاسخگویی سازمانی

آلفا	تعداد سؤال	شاخص اندازه‌گیری
۰,۷۲۳	۳	عملکرد
۰,۷۶۱	۳	اطلاع رسانی
۰,۸۱۶	۳	فرهنگی
۰,۷۹۰	۴	سیاسی
۰,۸۳۹	۱۳	کل

^۵ - Reliability

^۶ - Cronbach's coefficient alpha

آلفای کرونباخ متغیر هوش رقابتی

شاخص اندازه‌گیری	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
آگاهی از وضعیت بازار	۳	۰,۸۲۳
آگاهی از وضعیت رقبا	۳	۰,۷۴۱
آگاهی تکنولوژیکی	۴	۰,۷۹۲
آگاهی اجتماعی قابل سنجش	۴	۰,۸۳۱
کل	۱۴	۰,۸۲۳

تجزیه و تحلیل داده ها

بعد از مشخص کردن روش پژوهش سپس با استفاده از ابزارهای مناسب، داده های مورد نیاز را برای آزمون فرضیه های خود جمع آوری کرده اکنون نوبت آن می رسد که با بهره گیری از تکنیک های آماری مناسبی که با روش پژوهش، نوع متغیرها و.. سازگاری دارد داده های جمع آوری شده را دسته بندی و تجزیه و تحلیل کرد و در نهایت فرضیه هایی را که تاکنون تا این مرحله ما را در پژوهش هدایت کرده اند را در بوته آزمون قرار دهد و تکلیف آنها را مشخص کند و سرانجام بتوان پاسخی برای پرسش پژوهش یافت و به تجزیه و تحلیل داده ها واز طریق یافته های توصیفی و سپس یافته های استنباطی پرداخت .

فراوانی و درصد فراوانی گروه سنی پاسخگویان

گروه سنی	تعداد	درصد فراوانی
زیر ۳۰ سال	۱۳	۱۵/۱۲
۳۱ تا ۴۰ سال	۳۸	۴۴/۱۸
۴۱ تا ۵۰ سال	۲۶	۳۰/۲۳
۵۰ سال بیشتر	۹	۱۰/۴۶
جمع	۸۶	۱۰۰

با عنایت به نتایج مندرج در جدول بالا ۴ نفر زیر ۳۰ سال و ۳۸ نفر در گروه سنی ۳۱ الی ۴۰ سال، ۲۶ نفر ۴۱ تا ۵۰ سال و ۹ نفر در گروه بیشتر از ۵۰ سال قرار گرفته اند.

فراوانی و درصد فراوانی نمونه آماری پژوهش براساس جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۶۶	۷۶/۷۴
زن	۲۰	۱۳/۲۶
جمع کل	۸۶	۱۰۰

از تعداد ۸۶ نفر نمونه آماری پژوهش، ۶۶ نفر مرد و ۲۰ نفر زن میباشند.

فراوانی و درصد فراوانی سطح تحصیلات پاسخ گویان

سطح تحصیلات پاسخ دهندگان	فراوانی	درصد فراوانی
دیپلم	۳	۳/۴۵
فوق دیپلم	۹	۱۰/۴۶
لیسانس	۳۲	۳۷/۲۱
فوق لیسانس	۳۰	۳۴/۸۹
دکتری	۱۲	۱۴
جمع کل	۸۶	۱۰۰

در جدول بالا فراوانی و درصد فراوانی سطح تحصیلات پاسخ دهندگان نشان داده شده است. با توجه به جدول ۳ نفر دارای سطح تحصیلات دیپلم، ۹ نفر فوق دیپلم، ۳۲ نفر لیسانس، ۳۰ نفر فوق لیسانس و ۱۲ نفر هم دارای تحصیلات دکتری هستند.

فراوانی و درصد فراوانی مدت فعالیت در پارک علم و فناوری

مدت فعالیت	فراوانی	درصد فراوانی
زیر ۲ سال	۱۰	۱۱/۶۳
۲ تا ۵ سال	۲۶	۳۰/۲۳
۶ الی ۱۰ سال	۳۴	۳۹/۵۴
۱۱ الی ۱۵ سال	۱۶	۱۸/۶۰
جمع کل	۸۶	۱۰۰

توزیع نمونه آماری پژوهش براساس مدت فعالیت درپارک و علم و فناوری در جدول بالا ارائه شده است. با توجه به جدول زیربیشترین تعداد نمونه آماری پژوهش مدت فعالیت خود را ۶ الی ۱۰ سال بیان نموده اند.

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	انحراف معیار	مقدار میانگین	حداکثر	حداقل	واریانس
هوش رقابتی	۰/۶۹۸	۳/۵۵	۵	۱	۰/۴۸۷
توانمند سازی کارکنان	۰/۵۸۷	۳/۴۳	۴/۵	۱/۵	۰/۳۴۴
پاسخگویی	۰/۷۳۲	۳/۳۹	۵	۱	۰/۵۳۵

همان گونه که در جدول بالا قابل ملاحظه است، برای متغیر هوش رقابتی مینیمم نظرات مقدار ۱ و ماکزیمم نظرات مقدار ۵ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۳/۵۵ و ۰/۶۹۸ است. برای متغیر توانمند سازی کارکنان مینیمم نظرات مقدار ۱/۵ و ماکزیمم نظرات مقدار ۴/۵ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۳/۴۳ و ۰/۵۸۷ می‌باشد. برای متغیر پاسخگویی مینیمم نظرات مقدار ۱ و ماکزیمم نظرات مقدار ۵ و میانگین و انحراف معیار نظرات به ترتیب به میزان ۳/۳۹ و ۰/۷۳۲ می‌باشد.

نتایج نرمال بودن توزیع داده ها با استفاده از آزمونکولموگروف اسمیرنوف

متغیرها	تعداد نمونه	سطح معناداری
هوش رقابتی	۲۶	۰/۰۰۲
توانمند سازی کارکنان	۲۶	۰/۰۰۱
پاسخگویی	۲۶	۰/۰۰۰

با توجه به جدول فوق مقدار سطح معنی داری برای تمامی متغیرها کمتر از مقدار خطا ۰/۰۵ است بنابراین توزیع فراوانی گویه‌های متغیرها مورد نظر دارای توزیع نرمال نیستند.

۵- نتیجه گیری

آزمون فرضیات و نتایج پژوهش

فرضیه اصلی اول پژوهش: بین هوش رقابتی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار آماره T بدست آمده ۳/۳۱۶ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار میگیرد و می توان چنین استنباط نمود بین هوش رقابتی با توانمند

سازی کارکنان پارک های علم و فناوری شمال غرب رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به اینکه، ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/414$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می باشد. پس میتوان عنوان نمود بین هوش رقابتی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از بررسی این فرضیه نشان داد که در میان کارکنان پارک های علم و فناوری تهران، هوش رقابتی توانسته است به افزایش توانمندسازی این کارکنان منجر گردد. بر این اساس با افزایش هوش رقابتی در میان کارکنان پارک های تهران، این کارکنان توانمندتر می شوند.

فرضیه اصلی دوم پژوهش: بین هوش رقابتی با قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار آماره T بدست آمده $19/355$ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از $1,96$ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار میگیرد و می توان چنین استنباط نمود بین هوش رقابتی با قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به اینکه، ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/727$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می باشد. پس میتوان عنوان نمود بین هوش رقابتی با قدرت پاسخگویی سازمانی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. بررسی نتایج حاصل از این فرضیه نشان می دهد که در بین کارکنان پارک های علم و فناوری تهران کشور افزایش هوش رقابتی، قدرت پاسخگویی آنان افزایش یافته است. بر این اساس در میان این کارکنان با بهبود هوش رقابتی می توان قدرت پاسخگویی را نیز افزایش داد.

فرضیه فرعی اول: بین آگاهی از وضعیت بازار با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با $4/458$ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از $1,96$ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار میگیرد و می توان چنین استنباط نمود بین آگاهی از وضعیت بازار با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/325$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می اشد. پس میتوان عنوان نمود بین آگاهی از وضعیت بازار با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی دوم: بین آگاهی از وضعیت رقبا با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با $3/784$ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از $1,96$ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار می گیرد و می توان چنین استنباط نمود بین آگاهی از وضعیت رقبا با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/329$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت

مستقیم می‌باشد. پس میتوان عنوان نمود بین آگاهی از وضعیت رقبا با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی سوم: بین آگاهی از وضعیت تکنولوژی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۰/۴۵۸ است به گونه ای که این مقدار کوچکتر از ۱,۹۶ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار نمی گیرد.

فرضیه فرعی چهارم: بین آگاهی از وضعیت اجتماعی با توانمند سازی کارکنان پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۱/۷۲۹ است به گونه ای که این مقدار کوچکتر از ۱,۹۶ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار نمیگیرد.

فرضیه فرعی پنجم: بین آگاهی از وضعیت بازار با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۲/۸۱۳ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار میگیرد و می توان چنین استنباط نمود بین آگاهی از وضعیت بازار با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/۱۶۷$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می باشد. پس می توان عنوان نمود بین آگاهی از وضعیت بازار با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ششم: بین آگاهی از وضعیت رقبا با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۶/۰۳۶ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار میگیرد و می توان چنین استنباط نمود بین آگاهی از وضعیت رقبا با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/۱۸۰$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می‌باشد. پس میتوان عنوان نمود بین آگاهی از وضعیت رقبا با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی هفتم: بین آگاهی از وضعیت تکنولوژی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با ۴/۳۳۴ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار میگیرد و می توان چنین استنباط نمود بین آگاهی از وضعیت تکنولوژی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(\beta) = 0/۳۲۱$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه

به صورت مستقیم می‌باشد. پس میتوان عنوان نمود بین آگاهی از وضعیت تکنولوژی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی هشتم: بین آگاهی از وضعیت اجتماعی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به مقدار آماره T بدست آمده برابر با $۱۶/۶۳۶$ است به گونه ای که این مقدار بزرگتر از $۱,۹۶$ می باشد و فرضیه پژوهش مورد تایید قرار می گیرد و می توان چنین استنباط نمود بین آگاهی از وضعیت اجتماعی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب مسیر بدست آمده برابر با $(۰/۶۹۸) = \beta$ است، از آنجا که ضریب مسیر بدست آمده مثبت است این رابطه به صورت مستقیم می باشد. پس می توان عنوان نمود بین آگاهی از وضعیت اجتماعی با قدرت پاسخگویی سازمانی پارک های علم و فناوری تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

پیشنهادهات

با توجه به فرضیات تحقیق پیشنهادهای اساسی برای محققین آینده عنوان می‌گردد:

۱. تاثیر هوش رقابتی بر دیگر مفاهیم سازمانی بررسی شود.
۲. از دیگر روش‌های کیفی گردآوری اطلاعات مانند مصاحبه با صاحب نظران، برای کسب اطلاعات بیشتر و ارزشمندتر در تحقیقات آتی استفاده شود.
۳. در این تحقیق پارک های تهران ایران موردبررسی قرارگرفته‌اند؛ اما با توجه به گستردگی موضوع می‌توان در تحقیقات آتی به بررسی این موضوع را در بخش های دیگر همچون شرکت‌های فعال دانش بنیان پرداخت.
۴. در این تحقیق ارتباط هوش رقابتی، توانمندسازی و پاسخگویی سازمانی موردبررسی قرار گرفت، در تحقیقات آتی می‌توان متغیرهای دیگری همچون تسهیم دانش و رقابت پذیری را جایگزین این متغیرها نمود.

محدودیت های پژوهش

اصولاً بر سر راه هر پژوهش و تحقیق یکسری موانع و مشکلات وجود دارد که محقق باید باتدبیر مشکلات موجود را از سر راه بردارد؛ اما در تمام تحقیقات میدانی به دلیل وجود متغیرهای خارجی و داخلی تأثیرگذار بر متغیر وابسته، محدودیت‌هایی به وجود می‌آید که غیرقابل کنترل می‌باشد. این محدودیت‌ها مربوط به ابزار، شرایط اندازه‌گیری، خطاهای نمونه‌گیری، روش تحقیق و ... می‌باشند و می‌توانند بر نتیجه‌گیری تأثیر داشت باشند. در این تحقیق نیز محدودیت‌ها به شرح زیر می‌تواند خلاصه شوند.

۱. سختی و دشواری تردد جهت جمع آوری پرسشنامه ها.
۲. محدودیت ذاتی استفاده از ابزار پرسشنامه که در اکثر تحقیقات وجود دارد.
۳. عدم دقت پاسخگویان به هنگام تکمیل پرسشنامه.
۴. عدم آشنایی کافی پاسخگویان با مفاهیم موجود.
۵. گلايه از تعداد سؤالات پرسشنامه.

مراجع

- ✓ احمدی، محمد، پور احمد، احمد، حاتمی نژاد، حسین، ۱۳۹۲ بررسی تأثیر آگاهی شهروندی بر پاسخگویی و عملکرد سازمان زیباسازی برای بهبود منظر شهری. مطالعه موردی منطقه ۶ کلانشهر تهران، مجله آمایش جغرافیایی فضا؛ فصلنامه علمی- پژوهشی دانشگاه گلستان، سال سوم/ شماره مسلسل دهم/ زمستان
- ✓ احمدی رضایی، حسین، اجتهادی، مصطفی، قورچیان، نادرقلی، محمدداودی، امیرحسین. (۱۳۹۶). ارزیابی وضعیت حاکمیت خوب دانشگاهی با استقلال سازمانی و قابلیت پاسخگویی. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۸(۲۹)، ۱۷۹-۲۰۲.
- ✓ اسکندری، کریم، ۱۳۹۶، تبیین مدل کیفیت خدمات الکترونیکی بانک ملت براساس هوش رقابتی، بررسی‌های بازرگانی، شماره ۸۱،
- ✓ اسکندری، کریم. (۱۳۹۵). تبیین مدل کیفیت خدمات الکترونیکی بانک ملت بر اساس هوش رقابتی. بررسی‌های بازرگانی، ۱۴(۸۱)، ۶۳-۸۴.
- ✓ اسکندری، کریم، آتشی، حسین و تیزفهم قلعه، هادی، ۱۳۹۳. بررسی عملکرد مدیران در کسب و کارهای عصر حاضر براساس هوش رقابتی، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد، مؤسسه بین‌المللی علوم و فناوری ح یم عرفی شیراز.
- ✓ اسکندری، کریم، ۱۳۹۵، بررسی تأثیر هوش رقابتی رؤسای شعب بر بهبود کیفیت خدمات الکترونیکی بانک ملت، طرح پژوهشی، دانشگاه پیام نور استان آذربایجان شرقی.
- ✓ أون هیوز، ۱۳۹۲، مدیریت دولتی نوین، ترجمه: الوانی، خلیلی شورینی و معمارزاده، چاپ دهم، تهران، انتشارات مروارید.
- ✓ بختیاری، حسن (۱۳۹۰). توانمندسازی کارکنان پلیس. تهران: مرکز چاپ و نشر ساعس.
- ✓ بیک زاد، جعفر؛ اسکندری، کریم (۱۳۸۹). هوش رقابتی به عنوان ابزار حمایتی در فرایندهای تصمیم‌گیری مدیران. میثاق مدیران ۵۲. ۴۷.
- ✓ پورتر، مایکل، ۱۳۸۵. استراتژی رقابتی، عباس مهرپویا، جهانگیر مجیدی، کتهران، انتشارات رسا، چاپ دوم.
- ✓ جمشیدیان، امین، ۱۳۹۷، تأثیر توانمندسازی کارکنان، کار تیمی و آموزش کارکنان بر رضایت شغلی کادر پرستار بیمارستان امام خمینی (ره) شهر اراک، مجله نخبگان علوم و مهندسی، جلد ۳، شماره ۴.
- ✓ چاوشی، ک، جواد پورفر، م. (۱۳۹۰). بررسی تأثیر هوشمندی رقابتی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و بررسی تأثیر نوع صنعت بر آن. دومین کنفرانس مدیریت اجرایی. ۱۰ تیر.
- ✓ دانایی فرد، حسن: رجب زاده، علی- درویشی، آذر، ۱۳۸۹، «تبیین نقش شایستگی اخلاقی- اسلامی و فرهنگ خدمتگزاری در ارتقا پاسخگویی عمومی بیمارستان‌های دولتی»، مجله اخلاق و تاریخ پزشکی، دوره سوم، شماره ۴، صص ۵۷-۷۰.
- ✓ دهقان، نبی اله، بذرافشان، مرتضی بذرافشان، رشیدی، محمدرضا. (۱۳۹۴). نگرش هوش رقابتی مدیران و مزیت رقابتی. کاوشهای مدیریت بازرگانی، ۷(۱۳)، ۲۵-۵۰.
- ✓ السادات هاشمی مهابادی، ریحانه، شکرچی زاده، احمد رضا، شکرچیان خوزستانی، محمد، ۱۳۹۶، مروری بر مدل‌های توانمندسازی شرکتهای پیمانکاری شهرداری، دومین کنفرانس ملی، اقتصاد، مدیریت و حسابداری، اهواز، ۱۵ تیرماه.

- ✓ سربلند، خیراله، ابراهیمیان، بهنام، ۱۳۹۶، بررسی رابطه بین هوش اجتماعی با چابکی سازمانی و پاسخگویی سازمانی کارکنان آموزش و پرورش شهرستان پارس آباد مغان، فصلنامه مدیریت سازمانهای دولتی، شماره ۱۰
- ✓ سیاه سرانی کجوری، محمد علی، زارعی، عظیم، ملکی مین باشی رزگاه، مرتضی، آذر، عادل، فیض، داود، ۱۳۹۶، مفهوم پردازی و اولویت بندی مولفه های هوشمندی رقابتی در شرکت های دانش بنیان: پژوهش ترکیبی، نشریه علمی پژوهشی مدیریت نوآوری، سال ششم، شماره اول ف ص ۴۴-۲۱.
- ✓ صادقی، عبدالعلی، جمشیدی مهر، الهه. (۱۳۹۲). بررسی توانمندسازی کارکنان بهداری کل ناجا. فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، ۱۳۹۲، (۳۰)، ۱۹-۴۴.
- ✓ عطا فر، علی، رضایی دولت آبادی، حسین، نجف آبادی، نرگس، ۱۳۹۳، سنجش اثر بخش فرایند مدیریت راهبردی شرکت فولاد مبارکه اصفهان و تاثیر آن بر پاسخگویی سازمان به تغییراتی محیطی، پژوهش های مدیریت راهبردی، سال بیست، شماره ۵۵
- ✓ عطا فر، علی؛ رضایی دولت آبادی، حسین؛ نجف آبادی، نرگس مهدیه (۱۳۹۳). سنجش اثربخش فرایند مدیریت راهبردی شرکت فولاد مبارکه اصفهان و تاثیر آن بر پاسخگویی سازمان به تغییرات محیطی. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش های مدیریت راهبردی، ۲۰(۵۵)، ۱۳۳-۱۵۶.
- ✓ فتح اله، م. (۱۳۹۰). هوشمندی رقابتی، اهداف و مزایا. روزنامه کیهان، ۱۲ بهمن ۱۳۹۰.
- ✓ فرهنگی، علی اکبر، فتاحی، مهدی، واثق، بهاره. (۱۳۸۵). معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی. مجله علمی "مدیریت فرهنگ سازمانی"، ۴(۳)، -.
- ✓ فقیهی، ابوالحسن. (۱۳۸۱). نظام های پاسخگویی در بخش دولتی: دیدگاهی تطبیقی. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۸(۳۹،۳۰)، ۵۳-۷۰.
- ✓ فیضی، طاهره، زارع، رضا، ۱۳۹۴، بررسی رابط. میان تمرکززدایی اداری و حاکمیت عمومی با تأثیر دو متغیر پاسخگویی و اعتماد عمومی)مورد مطالعه سازمان های دولتی استان فارس، فصلنامه مدیریت سازمانهای دولتی، سال سوم، شماره ۱۱
- ✓ قاسم زاده علیشاهی، ابوالفضل (۱۳۹۲). «تاثیر فرهنگ خدمتگزاری بر پاسخگویی فردی و مسئولیت اجتماعی کارکنان با تأکید بر اخلاق کار اسلامی»، دو فصل نامه علمیپژوهشی مدیریت اسلامی، سال ۲۱، شماره ۲، صص ۱۷۵-۱۵۱.
- ✓ متاتی، م، حسن پور، م، ۱۳۹۳، بررسی نقش رسانه های جمعی در ارتقای سطح پاسخگویی سازمان های دولتی، فصلنامه مدیریت، سال یازدهم، شماره ۳۴، صص ۷۲-۵۹.
- ✓ محبوبی، محمد، طیبی، سید جمال الدین، قهرمانی، فریبا، نصیری پور، امیر اشکان، رضا گوهری، محمود، ۱۳۹۲، ارائه مدل ارزیابی، اعتبار سنجی ابعاد مختلف پاسخگویی در بیمارستان های آموزشی کشور، فصلنامه مدیریت سلامت، شماره ۱۶.
- ✓ مدهوشی، مهرداد، نوروزی، عباسعلی. (۱۳۹۴). تبیین الگوی ارتقاء مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان. فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، ۶(۲۳)، ۴۳-۶۰.
- ✓ مشبکی، ا، رضوانیان زاده، م. ر.، خرمگاه، س. (۱۳۹۰). سنجش و بهبود سطح هوش رقابتی در شرکت های خودروسازی با استفاده از الگوی QFD. بهبود مدیریت، ۵(۳)، ۱۰۰-۸۱.

- ✓ مشبکی، اصغر و خلیلی شجاعی، وهاب، ۱۳۸۹، «بررسی رابطه فرهنگ سازمانی در مسئولیت اجتماعی سازمانها»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و یکم، شماره ۴ شماره ۴۰ پیاپی) زمستان ۱۳۸۹، صص ۳۷-۵۶.
- ✓ مشبکی، اصغر، رضویان زاده، محمدرضا و سادات خرمگاه، سمانه (۱۳۹۰). سنجش و بهبود سطح هوش رقابتی در شرکت‌های خودروسازی با استفاده از الگوی QFD مجله بهبود مدیریت، سال پنجم، شماره ۳، صص ۱۰۰-۸۱.
- ✓ مناجاتی پور، امیر، ۱۳۹۵، بررسی رابطه بین هوش رقابتی با عملکرد بازاریابی در بانک اقتصاد نوین، فصلنامه مدیریت کسب و کار، شماره ۲، بهار ۱۳۹۵
- ✓ نجفی حقی، ج. (۱۳۸۳). هوشمندی رقابتی. مجله تدبیر، (۱۵۴)، ۲۰-۱۴.
- ✓ نیک پور، امین، ۱۳۹۶، تأثیر توانمندسازی سازمانی بر عملکرد نوآوران با نقش میانجی رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان، فصلنامه صنعت و دانشگاه، سال نهم، شماره‌های ۵۵ و ۵۴، پاییز و زمستان.
- ✓ هرندی، عطاءاله، ۱۳۹۶، بررسی تأثیر هوشمندی استراتژیک بر استراتژی سازی مبتنی بر بداهه و عملکرد چابک در شرکت‌های دانش بنیان حوزه فناوری اطلاعات، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره پنجم، شماره یک.
- ✓ واعظی، رضا، آزمندیان، محمدصادق. (۱۳۹۰). مدل پاسخگویی سه بعدی: نگاهی متفاوت به پاسخگویی. پژوهش‌های مدیریت انتظامی، ۶(۱)، ۱۳۱-۱۵۵.
- ✓ یعقوبی، نورمحمد (۱۳۹۲). مدیریت دولتی (سیر اندیشه‌های نوین)، تهران: انتشارات سمت.
- ✓ Agnihotri, R. and Rapp, A. 2011. Perspectives on competitive intelligence within business: a tactical tool for sales-people to gain a competitive advantage", The Marketing Review, 11(4), pp. 363-380.
- ✓ Albert, david S, 2011, "The Agility Advantage: A Survival Guide For Complex enterprises and Endeavors", USA, CCRP publication, [online], www.dodccrp.org
- ✓ Alshamy, A.S. (2011). Funding mechanism and Quality Assurance System in Higher Education in Egypt in Comparative Perspective. Department of Professional Education School of Education College of Social Sciences. The University of Birmingham for the degree of Doctor of Philosophy.
- ✓ Andersen, H & Lawrie G. 2002, "Examining Opportunities for Improving Public Sector Governance Through Better Strategic Management" Conference Paper Presented in PMA Boston, 2GC active management publication, www.2gc.co.uk
- ✓ Antia, K. D & Hesford, J. W. (2007). A Process-Oriented View Of Competitive Intelligence and Its Impact On Organizational Performance, Journal of Competitive Intelligence and Management, 4(1): 3-31.
- ✓ Bartes, F. 2015. Defining a basis for the new concept of competitive intelligence, Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, 62(6), pp. 1233-1242
- ✓ Benny, D.J. 2013, Industrial Espionage: Developing a Counterespionage Program, Crc Press, Boca Raton, FL.

- ✓ Bovens, M. (2007). New forms of accountability & EU governance, comparative. European Politics, 5(1), 104-120.
- ✓ Bovens, M. (2010). "Public Accountability". In E. Ferlie, L. Lynne, & C. Pollit (eds.). The Oxford Handbook of Public Management. Oxford: Oxford University Press. pp. 182-208
- ✓ Bovens, M. , Chillemans, T. , & Hart, P. T. (2008). Does public accountability work? An assessment tool. Public Administration, 86 (1), 225-242
- ✓ Calof, J.2017. Reflections on the Canadian Government in competitive intelligence , Programs and Impacts,Foresight, 19 (1), pp.31-47.
- ✓ Chun-fang Chiang, Tsung-Shenge Hsieh; "The impacts of perceived organizational support and psychological empowerment on job performance: The mediating effects of organizational citizenship behavior" International Journal of Hospitality Management, Vol .31, Issue 1,2012.
- ✓ Cyert,R.M.,March,J.G.(2007);ABehavioralTheoryoftheFirm,PrenticeHall,UpperSaddleriver,NU,pp.128-287.
- ✓ Davis, M. (2004), Using business intelligence for competitive advantage, available at: www.knowledgepoint.com.au/business_intelligence/Articles/BI_MD001b.htm
- ✓ Dishman P. L and CalofJ. L, (2008). Competitive Intelligence: A Multiphasic Precedent to Marketing Strategy, European Journal of Marketing, 42(7/8): 766-85.
- ✓ Dubnick, M. (2005). Accountability & the promise of performance in search of mechanisms. Public Performance & Management Review, 28(3), 326-417.
- ✓ Estermann, T. Nokkala, T. (2009). University Autonomy in Europe I. EUA Publications.
- ✓ Fleisher C. S., Wright, S. & Tindale R, (2007). A Chronological and Categorized Bibliography of Key Competitive Intelligence Scholarship: Part 4 (2003-2006). Journal of Competitive Intelligence and Management, 4(1): 34-107.
- ✓ Fock,H.,Chiang,F.,Y.Au,K.,K.Hui,M.(2011);TheModeratingEffectofCollectivisticOrientationinPsychologicalEmpowermentandJobSatisfactionRelationship,InternationalJournalofHospitalityManagement,Vol.30,Issue2,pp.319-328,Availablefrom:#_><http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.002>.
- ✓ Frink, D.D., Hall, A.T., Perryman, A.A., Ranft, A.L., Hachwarter, W.A., & Ferris, G.R., 2008, «A meso-level theory of accountability in organizations». Research in Personnel and Human Resources Management, 27, 177-245.
- ✓ Gabbar, H. (2007). Intelligent Topology Analyzer for Improved Plant Operation, Industrial Management & Data Systems, 107(2): 229-50.
- ✓ Gilad B (2006), Early warning, anticipate market shifts and control risk, paper presented at Society of Competitive Intelligence Professionals European Summit, London
- ✓ Gregory G., Dess, G.T. Lumpkin and Taylor, Marilyn L.,(2005), competitive intelligence Strategic Management. 2 ed, New York: McGraw-Hill Irwin.

- ✓ Halt, G.B. Jr, Fesnak, R., Donch, J.C. and Stiles, A.R. 2014, Intellectual Property in Consumer Electronics, Software and Technology Startups, Springer, New Yor.
- ✓ Hanayasha, J., and Tahir., P. R. (2016). "Examining The Effect of Employee empowerment", Teamwork and employee training on Job Satisfaction, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 219, 272 – 282
- ✓ Harlow, C. (2002). Accountability in the European Union. Oxford: University Press.
- ✓ He, W., Shen, J., Tian, X., Li, Y., Akula, V., Gongjun Yan, G., and Tao, R. 2015. Gaining competitive intelligence from social media data: Evidence from two largest retail chains in the world, Industrial Management & Data Systems, 115 (9), pp.1622-1636.
- ✓ Ipsita Mohapatra¹, Dr. Bijaya Kumar Sundaray², 2018, IMPACT OF EMPLOYEE EMPOWERMENT ON EMPLOYEE PERFORMANCE, International Journal of Advanced Technology & Engineering Research(IJATER)(National Conference on Recent Trends in Science, Technology & Management (NCRTSTM-2018)
- ✓ Kahaner, L. (1996). Competitive Intelligence: From Black Ops to Boardrooms – How Businesses Gather, Analyze, and Use Information to Succeed in the Global Marketplace. Ny, Simon & Schuster, NewYork.
- ✓ Khadra DAHOUE^{fx}, Ishaq HACINI, 2018, Successful Employee Empowerment: Major Determinants in the Jordanian Context, Leadership & Organization Development Journal, EJBE 2018, 11(21)
- ✓ Khalifa, M., Yu, A. Y. & Shen, K. N. (2008). Knowledge Management Systems Success: A Contingency Perspective, Journal of Knowledge Management, 12(1): 119-32.
- ✓ Littrell, R.F. (2007); Influences on Employee Preferences for Empowerment Practices by the Ideal Manager in China, International Journal of Intercultural Relations, Vol. 31, Issue 1, pp. 87-110. Available from: #_> <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijintrel.2006.10.01>
- ✓ Luu T. T. 2013b. Knowledge sharing and competitive intelligence, *Marketing Intelligence & Planning*, 32 (3), pp. 269-292
- ✓ Morgan, S. & Michael, S. (2007). Effect of Marketing-Manufacturing Integration On New Product Development Time and Competitive, Journal of Operations Management, 25(1): 203-17.
- ✓ Moye, M.J., Henkin, A.B. (2006); Exploring Associations Between Employee Empowerment and Interpersonal Trust in Managers, Journal of Management Development, Vol .25, No.2, pp.101-117, Available from: www.emeraldinsight.com/0262-1711.htm
- ✓ Mulgan, R. (2003). Holding power to account: Accountability in modern democracies. Basingstoke: Plegrove
- ✓ Nazari. M., Shahngian. B., Salmantahery. F and Ziaei. 2015. The Impact of Individual Characteristics on the Creation of Marketing Intelligence, Case Study: Manufacturing Organization in Isfahan, Journal UMP Social Sciences and Technology Management, 3(3), pp. 213-218

- ✓ O'Connell, L. (2005). Program accountability as an emergent property: The role of stakeholders in a program's field. *Public Administration Review*, 65(1), 85-93.
- ✓ Patrick. C.K. 2011. Living in the age of accountability: how go decision empowers the European parliament in the design of EU agencies. *Political science theses*. Paper 38
- ✓ Peltoniemi, Mirva. Vuori, Elisa, 2005. *Competitive Intelligence and Co-evolution within an Organisation Population*" Tampere University of Technology, Institute of Business Information Management, Tampere, Finland.
- ✓ Piotrowski, S. J. & Rosenbloom, D. H. (2002). NonmissionBased values in resultsoriented public management: the case of freedom of information. *Public Administration Review*, 62(6), 643-657.
- ✓ Ross, P., McGowan, C. and Styger, L. 2012. A comparison of theory and practice in market intelligence gathering for Australian micro businesses and SMEs, 19th International Business Research Conference: Research for Re-thinking, Social Science Research Network, pp. 1-17.
- ✓ Saayman, A. Pienaar, J. Pelsmacker, P. Viviers, W. Cuyvers, L. Muller, M & Jegers, M, 008. Competitive intelligence: construct exploration, validation and equivalence, *Adlib Proceedings: New Information Perspectives*, ۶۰ (۴), pp. 383-411.
- ✓ Salima El Fadili*, Firdaous Gmira, *Competitive Intelligence: Leaven of a New Managerial Device for Decision Support*, TELKOMNIKA Indonesian Journal of Electrical Engineering, Vol. 16, No. 1, October 2015, pp. 167 ~ 175.
- ✓ Schillemans, T. (2008). Accountability in the shadow of hierarchy: The horizontal accountability of agencies. *Public Organization Review*, 8, 175-194.
- ✓ Teo, T. S. H. & Choo, W. Y. (2001). Assessing The Impact Of Using The Internet for Competitive Intelligence", *Information & Management*, 39(1): 67-83.
- ✓ Trim. P. R. J, (2004). The Strategic Corporate Intelligence and Transformational Marketing Model, *Marketing Intelligence & Planning*, 22(2): 240-56.
- ✓ Tuan, L. T. 2015. Entrepreneurial orientation and competitive intelligence: cultural intelligence as a modera tor, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 17 (2), pp. 212 – 228.
- ✓ Vecchiato, Riccardo, 2012, " Environmental uncertainty, foresight and strategic decision making: Anintegrated study", *Journal of Technological Forecasting & Social Change*, Elsevier, Vol. 79, January
- ✓ Villegas, B.S.(2015). Factors influencing administrators' empowerment akd financial management effectiveness. *Procedia – social and behavioral sciences*, 176. 460-475.
- ✓ Viviers, W., Saayman, A. & Muller, M. L. (2005). Enhancing A Competitive Intelligence Culture In South Africa, *International Journal of Social Economics*, 32(7): 576-89.
- ✓ Yang, S. B. & Choi, S. O. "Employee empowerment and team performance: Autonomy, responsibility, information, and creativity", *Team Performance Management: An International Journal*, 15(5/6), 289-301, 2009.