

## بررسی همراستایی هوش رقابتی و عملکرد کارکنان در برنامه ریزی توسعه منابع انسانی

احمدعلی یزدان پناه<sup>۱\*</sup>، نسیم پیرعلائی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار، موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی، گروه پژوهش‌های آماری و فناوری اطلاعات، تهران، ایران (عهده دار مکاتبات)

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، گروه مدیریت، تهران، ایران

تاریخ دریافت: آذر ۱۳۹۴، اصلاحیه: خرداد ۱۳۹۵، پذیرش: مرداد ۱۳۹۵

### چکیده

هدف از تحقیق حاضر، بررسی رابطه همراستایی هوش رقابتی و عملکرد کارکنان در صنایع دارویی کشور می‌باشد. به دلیل گسترده بودن جامعه، تعیین دقیق تعداد نمونه مورد نیاز، مشکل خواهد بود، لذا با فرض نامحدود بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری جدول مورگان استفاده شده است که ۱۰۸ نفر به عنوان نمونه آماری در سطح شرکت دارویی تروپیکال کیش انتخاب گردیده است. در این پژوهش، سعی شده است از روش تحقیق توصیفی پیمایشی استفاده گردد برای گردآوری اطلاعات مربوط به هوش رقابتی، پرسشنامه‌ای محقق ساخته بر اساس مؤلفه‌های حاصل از مرور ادبیات تحقیق توسط پژوهشگران تدوین شد و پس از سنجش روایی و پایایی، در اختیار نمونه آماری تحقیق قرار گرفت. پایایی تحقیق از روش آلفای کرونباخ بیانگر وجود پایایی بالای ۷۰ درصد می‌باشد. طبقه‌بندی و تفسیر داده‌ها از روشهای آمار توصیفی و برای آزمون فرضیات از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. در این تحقیق با توجه به مدل پژوهش چهار بعد همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری، همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقبا، همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی و همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی و اجتماعی مد نظر قرار گرفته است که بر اساس سوالات تحقیق از طریق نرم افزار SPSS مورد سنجش قرار گرفته است. نتایج تحلیل‌های آماری، بیانگر شدت ارتباط همراستایی هوش رقابتی و ابعاد آن با ابعاد عملکرد کارکنان است که بر ابعاد تحقق استراتژی به عنوان متغیر میانجی این پژوهش تأثیر قابل ملاحظه‌ای را نشان می‌دهد.

**واژگان کلیدی:** عملکرد کارکنان، مولفه‌های هوش رقابتی، هوش رقابتی، برنامه ریزی توسعه منابع انسانی

### ۱- مقدمه

در داخل بازار از آن به عنوان عوامل ساختاری نامبرده می‌شود - تبیین می‌شود پیشگامان علم اقتصاد، رقابت کامل را مؤثرترین تضمین دستیابی مصرف‌کنندگان به ارزانترین و باکیفیت‌ترین کالاها و خدمات به شمار آورده‌اند؛ هرچند که روند غالب در بسیاری از صنایع، به خصوص صنایع بزرگ، تمرکز بیشتر است و رقابت کامل عملاً در بسیاری زمینه‌ها وجود ندارد. اغلب صنایع بزرگ زیر نفوذ چند بنگاه قدرتمند قرار دارند و رقابت معمولاً در قالب تولید کالاهای جایگزین است مایکل پورتر اعتقاد دارد که رقابت در یک صنعت تابعی است از چشم و هم‌چشمی بین شرکت‌های موجود، ورود تازه واردها، کالاهای جایگزین، قدرت چانه زنی تأمین‌کنندگان، قدرت چانه زنی مشتریان [۲۳].

گسترش تکنولوژی اطلاعاتی و انفجار اطلاعات منجر به افزایش روزافزون توجه به هوش رقابتی در سال‌های اخیر شده است. می‌توان هوش رقابتی در اعمال جمع‌آوری، گزینش، تفسیر اطلاعات عمومی با تأکید بر موقعیت رقبا، عملکرد آنها قابلیت‌ها و اهدافشان دانست. در این فرآیند، اطلاعات پراکنده رقبا و مشتریان به دانش استراتژیک کاربردی در زمینه تهدیدات و فرصت‌های تجاری، تبدیل می‌شوند، لذا تحلیل مداوم محیط درونی و بیرونی سازمان و تفسیر مستمر اطلاعات دریافتی از محیط، تأثیر بسزایی

هوشمندی رقابتی به عنوان عاملی برای حفظ سازمان از خطرهای آتی و تشخیص فرصت‌های نهفته عمل می‌نماید. لذا بنگاه‌های پیش‌تاز به دنبال افزایش مدیریت بر اطلاعات و خلق و مهندسی هوشمندانه آینده سازمان هستند. از آنجایی که شرکت‌ها همواره به دنبال اطلاع از موقعیت رقبای خود بوده‌اند، نمی‌توان هوش رقابتی را مفهوم جدیدی دانست. این مفهوم در سال ۱۹۸۰ به صورت آکادمیک توسط پورتر با معرفی نیروهای پنجگانه رقابتی و استراتژی‌های ژنریک، مطرح گردید [۲۱].

محیطی که بنگاه‌ها در آن فعالیت می‌کنند بازار نام دارد و تجزیه و تحلیل بازار نیازمند شناخت ساختار آن است. ساختار بازار به مثابه نظامی متشکل از اجزای هماهنگ و به هم مرتبط است. قدرت بازار نشان دهنده میزان انحصار هر بنگاه و متأثر از کارکرد اجزای متشکله ساختار بازار و حدود کنترل بنگاه در زمینه قیمت، محصول و نوع کالاهای تولیدی است. به طور کلی ساختار بازار مبتنی بر تعداد و نحوه توزیع سهم بنگاه‌ها در یک اقتصاد می‌باشد. ساختار همچنین به اهمیت و مشخصات هر بازار در یک اقتصاد مرتبط است [۲۴]. ساختار یک صنعت بر مبنای ارتباط عناصر متشکله آن - که تأثیر راهبردی بر طبیعت رقابت و قیمت گذاری دارد و

\*yazdanpanah@irphe.ir

بتوانند ارزش افزوده تولید کنند. سازمان‌ها می‌بایستی دانش محور بوده و متخصصانی در اختیار داشته باشند که عملکرد شرکت‌ها را هدایت کرده، زیر نظر داشته باشند. این کار از راه بازخورد نظام یافته از همکاران، مشتریان و مدیران قابل دسترسی است [۱۰].

امروزه ما افراد با هوش را نه فقط از روی توانایی آنها در حل معماهای مختلف و یا از روی تست‌های ضریب هوشی بلکه از طریق صحبت کردن یا رفتارشان تشخیص می‌دهیم [۲۰].

سازمان‌ها نیز درست مانند انسان‌ها سه درجه از هوش را از خود بروز می‌دهند:

برخی از سازمان‌ها اساساً در دریافت و فهم اطلاعات بسیار ناتوانند چنین سازمان‌هایی حتی از درک روشن‌ترین نشانه‌های تغییر در محیط عاجزند و توانایی نشان دادن واکنش بر تقاضاهای مصرانه سهامداران خود را نیز ندارند. این سازمان‌ها به کندی یاد می‌گیرند و همواره اشتباهات گذشته خود را بدون کوچکترین آگاهی یا ادراکی تکرار می‌کنند.

از سوی دیگر برخی از سازمان‌ها عملکردهایی را که مانند افراد هوشمند سراغ داریم از خود نشان می‌دهند:

کنجکاو مشتاقانه

واکنش‌های محکم اما انعطاف پذیر

توانایی یادگیری سریع

بسیاری از سازمان‌ها در بین این طیف قرار دارند [۳].

بنا بر این در تعریف هوشمندی رقابتی، می‌توان گفت که: هوشمندی رقابتی جمع آوری اطلاعات مربوط به محیط و رقبا به منظور خلق و حفظ مزیت رقابتی است. هوشمندی رقابتی یک فرایند سیستماتیک است تا از به روز بودن اطلاعات دقیق و مرتبط به رقبا اطمینان حاصل شود.

هوش رقابتی به معنای نظارت هدفمند و هماهنگ بر رقبای خود و شناسایی آنها در چارچوبی که بازار مشخص است و در واقع فرایند بکارگیری 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.

امروزه داشتن توان رقابتی اساس بقای شرکت‌ها است. از طرف دیگر، برخورداری و حفظ توان رقابتی بیش از هر چیزی نیازمند اطلاعات است. هوش رقابتی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تصمیمات آگاهانه‌ای پیرامون همه امور خود از قبیل بازاریابی، تحقیق و توسعه، سرمایه‌گذاری و راهبردهای کسب و کار اتخاذ کنند [۱۲].

هوش رقابتی فرایند مداومی است که اطلاعات قابل استفاده‌ای در اختیار تصمیم‌گیرندگان می‌گذارد. هدف اصلی هوش رقابتی دستیابی به داده‌ها و اطلاعاتی در مورد محیط، رقبا و بازار است. از این رو هوش رقابتی مؤثر نه تنها نیازمند اطلاعاتی پیرامون رقبا است، بلکه همچنین نیازمند اطلاعاتی درباره سایر تمایلات محیطی از قبیل تمایلات صنعت، تمایلات قانونی و نظارتی، تمایلات بین‌المللی، تحولات فناوری، تحولات سیاسی و شرایط اقتصادی است.

هوش رقابتی فرایندی است که ضمن آن تیم مدیریتی وضعیت صنعت خود و قابلیت‌ها و رفتار رقبای فعلی و بالقوه را به منظور کمک به حفظ یا توسعه مزیت رقابتی خود مورد ارزیابی قرار می‌دهد. هوش رقابتی به

در تصمیمات آتی مدیران جهت موفقیت بیشتر سازمان خواهد داشت. امروزه سازمان‌ها دانش رابه عنوان ارزشمندترین و استراتژیک‌ترین منبع برای خود قلمداد می‌کنند و بر این اعتقادند که برای حفظ موقعیت رقابتی خود باید قابلیت‌ها و منابع فکری خود را مدیریت کنند. از این رو سازمان‌هایی موفق خواهند بود که سهم بیشتری از دانش سازمانی را به خود اختصاص دهند. در محیط تکنولوژیک امروز، جمع آوری اطلاعات رقبا کار مشکلی نیست، اطلاعات عمومی بازار را می‌توان از منابع بیشماری جمع آوری نمود اما کسب هوشمندی، دشوارتر بوده و هوشمندی حاصل، هنگامی که در فرآیند تصمیم‌گیری بکار گرفته شود، ارزش بیشتری خواهد داشت [۱۹].

هوش رقابتی فرآیندی تجاری است که اگر به صورت درست مدیریت شود، نه تنها موجب خلق مزیت رقابتی برای سازمان می‌گردد، بلکه می‌توان از آن به عنوان ابزاری جهت کاهش ریسک عملیاتی در سازمان بهره برد. منظور از ریسک سازمانی تنها بعد فیزیکی آن نیست، بلکه هرگونه عدم اطمینان محیطی نیز می‌تواند موجب آن گردد و هوش رقابتی یک روش مقرون به صرفه جهت کاهش عدم اطمینان سازمانی خواهد بود.

رشد بلند مدت اقتصادی نیازمند تخصیص بهینه منابع در سطح ملی است و بهره‌گیری از بازار سرمایه کارآمد موجب تسهیل در رسیدن به این هدف خواهد شد [۱۸]. بازار سرمایه، شرایط را جهت ایجاد امکانات مالی و سرمایه‌ای جهت توسعه اقتصادی کشورها فراهم نموده و نقش بسزایی در تأمین مالی واحدهای تولیدی کشور دارد.

از اینرو با توجه به اهمیت نقش هوشمندی رقابتی در بین شرکت‌های پذیرفته شده در بازار سرمایه و تا مشخص بودن همراستایی هوش رقابتی و عملکرد کارکنان در برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی شرکت صنایع دارویی تروپیکال کیش که یکی از سازمان‌های ایرانی است که بی شک در حوزه منابع انسانی خود با اینگونه مسائل درگیر است. مدیران این شرکت به منظور برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی به فراخور سطوح مختلف سازمانی، در پی پاسخ به سوال زیر هستند:

آیا همراستایی هوش رقابتی با عملکرد منابع انسانی در برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی شرکت صنایع دارویی تروپیکال کیش رابطه دارد؟

## ۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

نویسندگان مختلف، تعریف‌های خود را این‌گونه از مفهوم هوشمندی رقابتی دارند. آنها بر این باورند که هوش رقابتی این مشخصات را دارد: هوشمندی رقابتی هنر جمع آوری، پردازش و ذخیره سازی اطلاعات است که افراد تمام سطوح سازمان فراخور نیاز خود به آن دسترسی دارند و به آنها کمک می‌کند که آینده خود را شکل داده در مقابل تهدیدهای رقابتی از آنها حفاظت کنند. هوشمندی رقابتی می‌بایستی قانونی بوده، به اخلاقیات احترام بگذارد. هوشمندی رقابتی، دانش را با استفاده از قواعد ویژه‌ای از محیط به سازمان منتقل می‌کند [۸].

پیتر دراکر هوش را با دانش مرتبط می‌سازد. دراکر اطلاعات را داده‌های طبقه بندی شده، مرتبط و هدفمند می‌داند و اذعان می‌کند سازمان‌ها می‌بایستی به منظور حفظ بقاء، سیستم‌های توانمندی ایجاد کرده، تا

جدول (۱): پوشش متغیرهای پژوهش با فرضیه‌های تحقیق

متغیر	مؤلفه
همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری (بازاریابی)	بهره‌گیری از سیستم‌های پیشرفته و به‌روز
	دسترسی هرچه بیشتر مشتریان به خدمات ارائه شده توسط سازمان
	کاهش هزینه‌هایی که مشتریان باید برای دستیابی به خدمات مورد نیازشان صرف کنند
	کاهش تاخیرهای زمانی که باعث می‌شود خدمات به‌موقع و سریع در اختیار مشتری قرار نگیرد
	که جدیدترین و بهترین امکانات را در دسترس مشتریان قرار دهد
	اعتبار نام تجاری،
	برنامه‌های روابط عمومی سازمان،
	تغییر در استراتژی‌های تبلیغ
	اثر بخشی تبلیغات برای مشتریان هدف
	تأثیر تبلیغات رقبا بر فروش سازمان
همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقبا	سیاست‌ها و استراتژی‌هایی را که سازمان‌های رقیب در مقابل مشتریان در پیش گرفته‌اند
	سیاست‌های قیمت‌گذاری
	خدماتی که به‌عنوان جایگزین در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد
	مشاهده تغییرات ساختار رقبا
	جایگزینی محصولات جدید و تازه واردان به صنعت
	جذب نیروی انسانی توسط رقبا
	کاهش نیروی انسانی رقبا
	چارت سازمانی رقبا
	سوابق مدیران اجرایی رقبا
	نیازمبرم به نوآوری و بکارگیری تکنولوژی روزآمد در دنیای روبه پیشرفت کنونی
همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی	تبلیغات به موقع و موثر در زمینه ارائه خدمات جدید و کارآمد
	انجام تحقیقات پایه و کاربردی در زمینه‌های روبه رشد مشتریان
	خدماتی که هر سازمان به‌صورت انحصاری ارائه می‌نماید
	بهره‌گیری از دانش علمی و عملی
همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی و اجتماعی	اطلاعات روزآمد
	اطلاع دقیق و کارآمد در زمینه قوانین
	اطلاع دقیق و کارآمد در زمینه مسائل مالی
	اطلاع دقیق و کارآمد در زمینه مالیاتی
همراستایی هوش رقابتی با عملکرد	اطلاع دقیق و کارآمد در زمینه مسائل سیاسی و اقتصادی
	توانایی در تقسیم کار و گروه بندی فعالیت‌ها
	ارایه پیشنهاد برای بهبود
	ارایه طرح‌های اجرایی
رضایتمندی از همکاران دارای ارباب رجوع	

معنای نظارت هدفمند و هماهنگ بر رقبای خود و شناسایی آنها در چارچوب یک بازار مشخص است. هوش رقابتی در برگزیده فرایند جمع‌آوری و استفاده از داده‌ها توسط یک شرکت با هدف یادگیری از رقبا، در یک بازار مشخص است [۱۳].

هوش رقابتی هم یک محصول است و هم یک فرایند. محصول به معنای اطلاعات قابل استفاده‌ای است که بتوان از آن برای انجام فعالیت‌های خاصی بهره گرفت. فرایند هم در برگزیده شیوه‌های منظم جمع‌آوری، تحلیل و ارزیابی آن اطلاعات است.

هوش رقابتی فرایند بکارگیری 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. هوش رقابتی همان فرایند نظارت بر محیط رقابتی است [۱۴].

عملکرد معیار پیش بینی شده یا معیار وابسته‌ی کلیدی در چارچوبی که ارائه می‌دهیم، می‌باشد که این چارچوب بعنوان وسیله‌ای برای قضاوت در مورد اثر بخشی افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها عمل می‌کند.

ارزشیابی حرکتی است که بوسیله آن سازمان عملکرد کارکنان را در مسئولیت‌هایی که به‌عهده دارند، بررسی کرده و می‌سنجد.

ارزشیابی از یک طرف به سنجش چگونه کار کردن و مسئولیت کارکنان می‌پردازد و از طرف دیگر، برخی از خصوصیات شخصی آنان را مورد سنجش قرار می‌دهد. در اینجا باید این نکته را یادآور شد که در ارزشیابی‌های معمول، غالباً از استعدادها و بالفعل کارکنان و رفتارهای ظاهری ارزیابی می‌شود، در صورتی که انسانها دارای استعدادها و بالقوه و رفتارهای غیرمشهود نیز می‌باشند که باید مورد توجه قرار گیرند.

بنابراین، ارزشیابی کارکنان مراحل رسمی است برای سنجش و آگاه ساختن کارکنان در مورد نحوه کار، مسئولیت‌های محول و خصوصیات مورد نظر و همچنین، شناخت استعدادها و بالقوه آنان به منظور شکوفایی آنان در ابعاد مختلف [۱].

در تلاش برای تعریف مفهوم همراستایی و تناسب بین مفهوم همراستایی و تحلیل‌های آماری مناسب در رابطه با آن، و نکاترمن در سال ۱۹۸۹ یک چارچوب، حاوی شش دیدگاه را ارائه داد شش دیدگاهی که او برای همراستایی ارائه داده است عبارتند از:

۱- همراستایی به عنوان اعتدال ۲- همراستایی به عنوان میانجی ۳- همراستایی به عنوان تطبیق ۴- همراستایی به عنوان کوواریانس ۵- همراستایی به عنوان انحراف از پروفایل ۶- همراستایی به عنوان الگو دیدگاه‌های تطبیق و اعتدال نسبت به همراستایی، دیدگاه‌هایی دو متغیره هستند و دیدگاه‌های کوواریانس، و الگو و انحراف از پروفایل دیدگاه‌هایی سیستمی و چندمتغیره می‌باشند. دیدگاه میانجی نیز دو یا چند متغیر را در برقراری ارتباط بین همراستایی و عملکرد می‌تواند در برگیرد.

در جدول (۱) متغیرهای پژوهش با توجه به فرضیه‌های تحقیق و همچنین مؤلفه‌هایی از زیرمجموعه‌های هر یک از متغیرها که دامنه مفاهیمی از متغیرها را پوشش می‌دهند، به صورت زیر آورده شده است:

### ۳- فرضیات تحقیق

#### ۳-۱ فرضیه اصلی

هوش رقابتی با عملکرد منابع انسانی در برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی رابطه دارد.

#### ۳-۲ فرضیات فرعی

هوش رقابتی با آگاهی تجاری شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه دارد. هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقبا شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه دارد.

هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه دارد.

هوش رقابتی با آگاهی راهبردی و اجتماعی شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه دارد.

#### ۳-۳ مدل مفهومی پژوهش

با توجه به ادبیات این پژوهش، مدل مفهومی تحقیق متشکل از مولفه‌های برگرفته از تعاریف متغیرهای کلیدی به شرح زیرین است:

#### • هوشمندی رقابتی

هوشمندی رقابتی عبارتست از هنر جمع‌آوری، پردازش و ذخیره اطلاعات به صورت اخلاقی و غیرجاسوسی که برای شکل‌گیری بهتر آینده سازمان و حفاظت از شرایط موجود آن در اختیار تمامی سطوح سازمانی قرار می‌گیرد (اودن‌هال، ۲، ۲۰۰۳).

#### • ابعاد هوش رقابتی

براساس تعریف دانشکده مدیریت فرانسه (GTILAB) تعاریف ابعاد هوش رقابتی عبارتند از:

- آگاهی تجاری / بازاریابی - که عمدتاً اطلاعات مشتریان، تامین کنندگان، خریداران و توزیع کنندگان گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد؛  
- آگاهی از وضعیت رقبا - که متمرکز بر مسائلی از قبیل سیاست‌های قیمت‌گذاری، محصولات جانشین و سیاست‌های توسعه رقبا است؛

- آگاهی فناوری و تکنیکی - که با تحقیقات پایه و کاربردی، کارخانجات، فرایندها و هنجارها و حق اختراع سروکار دارد .

- آگاهی راهبردی و اجتماعی - که به مسائلی از قبیل قوانین، مسائل مالی و مالیاتی، مسائل سیاسی و اقتصادی و جنبه‌های اجتماعی و منابع انسانی می‌پردازد [۳].

### ۴- روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است و از نظر مکانی از نوع تحقیقات میدانی است، زیرا داده‌های تحقیق در چارچوب جامعه

2- Odenhaal Bernard(July 2003)

متشکل از ۲۰۰ نفر از مدیران و کارمندان شرکت صنایع دارویی تروپیکال کیش با حضور نمونه آماری طبق روش نمونه‌گیری جدول مورگان، ۱۰۸ نفر به عنوان نمونه آماری در سطح شرکت استفاده شده است که با استفاده از ابزار پرسشنامه گردآوری شده است. همچنین، این پژوهش از نظر روش در زمره تحقیقات توصیفی- پیمایشی است، زیرا به طور ویژه بر روی شرکت صنایع دارویی تروپیکال کیش تمرکز کرده و عناصر و متغیرهای پژوهش و نحوه ارتباط میان آنان را در چارچوب مشخص توصیف می‌نماید.

در تحقیق حاضر نیز برای گردآوری و تدوین ادبیات مربوط به موضوع تحقیق و بررسی سوابق تحقیق، از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. بدین منظور، از کتب و مقالات موجود در کتابخانه‌ها و مقالات موجود در اینترنت و همچنین پایان‌نامه‌های فارسی انجام شده در زمینه موضوع تحقیق، استفاده شده است. بنابراین به منظور بررسی روایی صوری رابطه همراستایی هوش رقابتی با عملکرد کارکنان، با ۸ نفر از خبرگان و اساتید و ۱۵ نفر از کارشناسان مصاحبه هدفمند صورت گرفته است، تا پرسشنامه این تحقیق که توسط پژوهشگران ساخته شده است به تأیید اساتید و کارشناسان خبره مرتبط با این موضوع برسد. این پرسشنامه شامل ۳۲ سؤال بسته چند گزینه‌ای می‌باشد. در این پرسشنامه همچنین از پاسخ-دهندگان یک سری اطلاعات جمعیت شناختی نیز خواسته شده است.

جدول (۲): تفکیک فرضیه به سؤالات تحقیق

شماره سؤالات پرسشنامه	متغیر
۱۰-۱	همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری
۱۸-۱۱	همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقبا
۲۲-۱۹	همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی
۲۸-۲۰	همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی و اجتماعی
۳۲-۲۹	همراستایی هوش رقابتی با عملکرد

#### ۴-۱ آمار توصیفی سؤالات

این پرسشنامه ۳۲ سوال دارد که گزینه‌ها بر طبق طیف ۵ گزینه ای لیکرت می‌باشد که مانند جدول (۳) کد گذاری شده اند:

جدول (۳): طیف لیکرت برای کدگذاری پاسخ‌های پرسشنامه

خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
۱	۲	۳	۴	۵

پس از پر کردن اطلاعات پرسشنامه که ۱۳۰ نفر بوده، داده‌ها وارد نرم افزار SPSS شده و پس از آن اطلاعات توصیف آماری سؤالات پژوهش در آن وارد شده است.

### ۵- تحلیل استنباطی داده‌ها

بعد از تجزیه تحلیل توصیفی داده‌ها، به تحلیل استنباطی داده‌ها می‌پردازیم. در تجزیه تحلیل استنباطی، فرضیه‌های تحقیق مورد ارزیابی و آزمون قرار می‌گیرند.

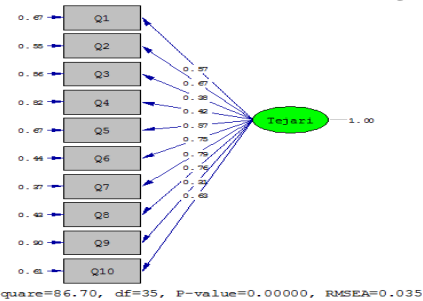
#### ۱-۵ تحلیل عاملی تاییدی متغیرهای تحقیق

در تجزیه تحلیل استنباطی، پیش از آزمون فرضیه‌ها می‌بایست با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی روایی سازه را مورد آزمون قرار دهیم. آزمون برازندگی در تحلیل تاییدی و مسیر، شاخص  $\chi^2/df$  یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از هشت درصد شاخص  $\chi^2/df$  کمتر از سه و (GFH, CFL, IFI, NNFI) بالاتر از ۹۰ درصد می‌باشد. مقدار (T-Value) ضرایب معنی داری هر متغیر نیز بزرگتر از ۲ و کوچکتر از ۲- باشد، مدل از برازش خوبی برخوردار است یا به عبارتی تقریبی معقولی از جامعه برخوردار می‌باشد.

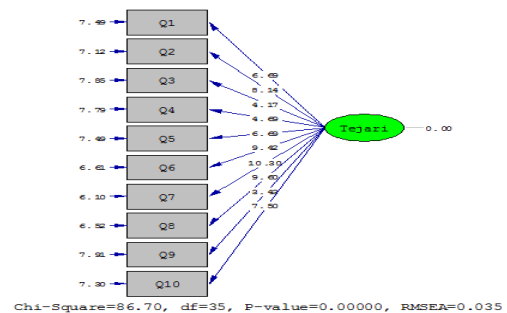
از آنجا که در این بخش، خروجی نرم افزار بدون تغییر آورده شده است، قبل از مشاهده خروجی نرم‌افزار، جهت شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مکنون و مشاهده ای، جدول زیر ارائه شده است.

#### ۲-۵ تحلیل عاملی متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری شرکت

شکل‌هایی که در بخش زیر آورده شده است مدل ابعاد متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری شرکت در حالت استاندارد و معناداری را نشان می‌دهد. همانطور که این شکل‌ها نشان می‌دهد، عضویت کلیه عوامل بررسی شده در این متغیر تایید شده است.



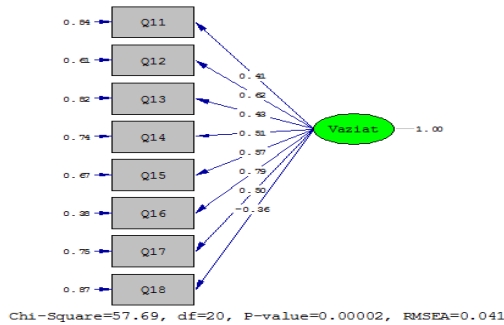
شکل (۱): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری شرکت با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد



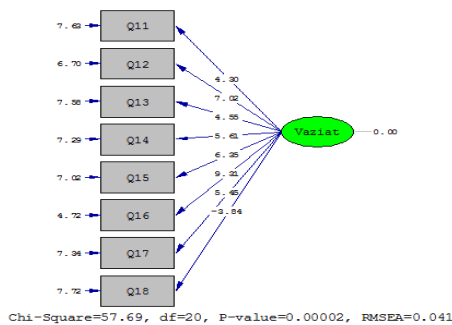
شکل (۲): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری شرکت با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی داری

### ۳-۵ تحلیل عاملی متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقابتی شرکت

شکل‌هایی که در بخش زیر آورده شده است، مدل ابعاد متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقابتی شرکت در حالت استاندارد و معناداری را نشان می‌دهد. همان‌طور که این شکل‌ها نشان می‌دهد، عضویت کلیه عوامل بررسی شده در این متغیر تایید شده است.



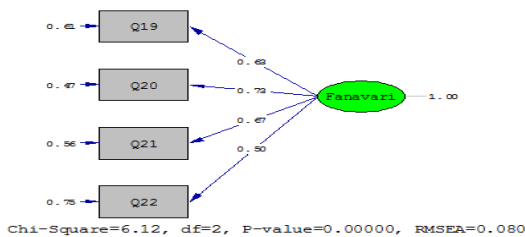
شکل (۳): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقابتی شرکت با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد



شکل (۴): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقابتی شرکت با استفاده از تحلیل عاملی

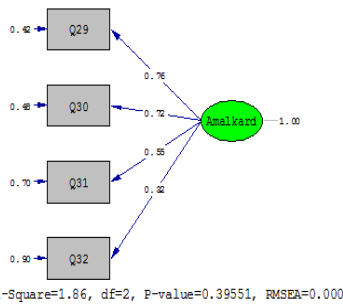
### ۴-۵ تحلیل عاملی متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی شرکت

شکل‌هایی که در بخش زیر آورده‌ایم مدل ابعاد متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی شرکت در حالت استاندارد و معناداری را نشان می‌دهد. همان‌طور که این شکل‌ها نشان می‌دهد، عضویت کلیه عوامل بررسی شده در این متغیر تایید شده است.

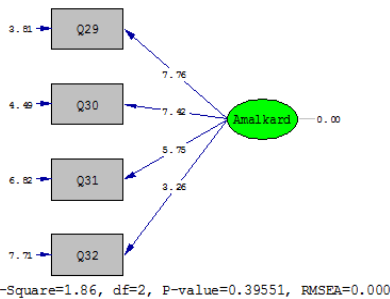


شکل (۵): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی

رقابتی با عملکرد کارکنان در حالت استاندارد و معناداری را نشان می‌دهد. همان طور که این شکل‌ها نشان می‌دهد، عضویت کلیه عوامل بررسی شده در این متغیر مورد تایید قرار گرفته است.



شکل (۹): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با عملکرد کارکنان با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد



شکل (۱۰): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با عملکرد کارکنان با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

### ۶-آزمون فرضیه اصلی

همراستایی هوش رقابتی با عملکرد کارکنان در برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی رابطه دارد.

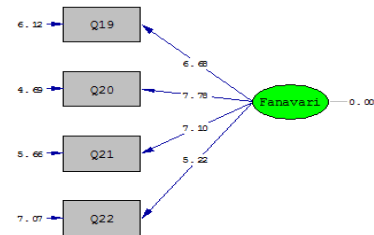
بین همراستایی هوش رقابتی با عملکرد کارکنان در برنامه‌ریزی توسعه منابع انسانی رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه، با توجه به نرمال بودن جامعه پژوهش و همچنین از آنجایی که متغیرهای این پرسشنامه از توزیع نرمال پیروی می‌کنند از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جدول (۴): نتایج آزمون فرضیه اصلی

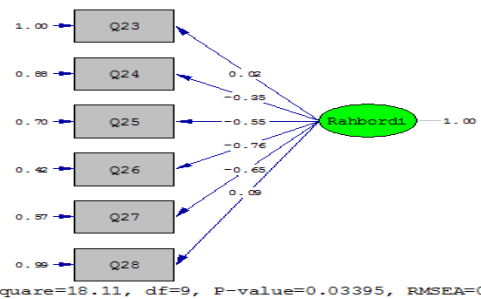
متغیرهای فرضیه اصلی	آماره آزمون	همراستایی هوش رقابتی	عملکرد
همراستایی هوش رقابتی	ضریب همبستگی پیرسون	۱	۰/۶۰۷
	معنی‌داری		۰/۰۰۰
همراستایی عملکرد	تعداد	۱۳۰	۱۳۰
	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۶۰۷	۱
	معنی‌داری	۰/۰۰۰	

فناوری و تکنیکی شرکت با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد

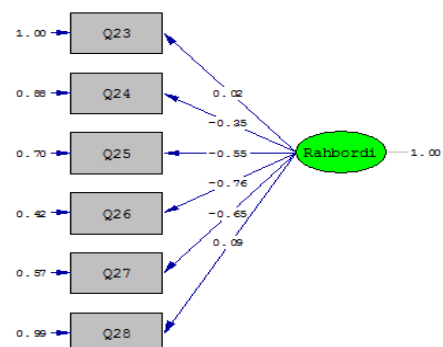


شکل (۶): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی شرکت با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

۵-۵-تحلیل عاملی متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی واجتماعی شکل‌هایی که در بخش زیر آورده‌ایم مدل ابعاد متغیر همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی واجتماعی در حالت استاندارد و معناداری را نشان می‌دهد. همانطور که این شکل‌ها نشان می‌دهد، عضویت کلیه عوامل بررسی شده در این متغیر مورد تایید قرار گرفته است.



شکل (۷): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی واجتماعی با استفاده از تحلیل عاملی در حالت استاندارد



شکل (۸): مدل اندازه‌گیری ابعاد متغیرهای همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی واجتماعی با استفاده از تحلیل عاملی در حالت معنی‌داری

۵-۶-تحلیل عاملی متغیر همراستایی هوش رقابتی عملکرد کارکنان شکل‌هایی که در بخش زیر آورده‌ایم مدل ابعاد متغیر همراستایی هوش

تروپیکال کیش بدین طریق که در آن به صورت بکارگیری عوامل موثر در عملکرد بهتر کارکنان و مزایای آن تاکید شود.

برای انتقال و درک بهتر چشم‌انداز می‌توان با برگزاری‌های همایش‌های داخلی مفاهیم مورد نظر به افراد و کارکنان انتقال داد.

همچنین بهتر است شرح شغل و شرح وظایف کارکنان براساس ارتباطات متناظر با چشم‌انداز و اهداف سازمان مورد تدوین قرار گیرد.

جهت درک هر چه بیشتر از نیازهای کارکنان پیشنهاد می‌گردد ضرورت و اهمیت تمرکز بر خواسته‌های کارکنان از طریق آموزش طریقه برخورد با مشتری برای کارکنان تشریح گردد.

برگزاری سخنرانی، شرکت در سمینارهای تخصصی بازاریابی می‌تواند دیدگاه کارکنان را نسبت به بکارگیری بازاریابی اینترنتی و در فرآیندهای کاری تغییر دهد و کارکنان را از نکات مثبت آن مطلع کند.

جهت ارتباط هر چه بهتر کارکنان با یکدیگر می‌توان با برگزاری مسابقات، جشن‌ها و ... فرآیند اجتماعی شدن در سازمان و آشنایی کارکنان با یکدیگر بیش از پیش سرعت یابد.

پیشنهاد می‌گردد پاداش‌های کارکنان مبتنی بر عملکرد آنان و با توجه به کارایی و اثربخش آنان در فرآیند انجام امور کاری تخصیص یابد.

ترغیب کارکنان به عملکرد بهتر به واسطه دادن پاداش به ازای فعالیت مثبت در جهت اهداف شرکت.

تاکید بر جذب مشتری از طریق بررسی منظم و مرتب رضایت مشتری. حتی‌المقدور افزایش منافع و کاهش هزینه‌های مشتری تا بتوانند نیازهای مشتری را بر آورده کرده و تاثیر مثبتی بر مشتری گزایی دارد.

شناسایی نیازهای حال و آتی مشتری و تعهد بانک نسبت به مشتری که منجر به افزایش وفاداری مشتری می‌شود.

هر مشتری راضی می‌تواند بهترین تبلیغ برای سازمان در کسب مشتریان جدید باشد. این امر منجر به بیشتر شدن سهم بازار و بهبود جایگاه سازمان خواهد شد در نتیجه تلاش سازمان‌ها برای حفظ مشتریان فعلی خود.

آموزش کارکنان در بحث تکریم ارباب رجوع، برخورد مناسب با مشتریان، شناسایی خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و حل مشکلات آن‌ها.

## ۹- منابع و مأخذ

- [۱] ابطی، سید حسین. (۱۳۸۸)، هوش رقابتی، انتشارات پیام نور. تهران
- [۲] پرهیزگار، محمد مهدی. جاوید، سارا. (۱۳۸۹)، بررسی تاثیر هوشمندی رقابتی بر رضایت مشتری در سازمانهای خدماتی.
- [۳] نجفی، حقی. (۱۳۸۳)، هوشمندی رقابتی. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۴.
- [4] Agnihotri, R. S., (2009), *Salesperson Competitive Intelligence Use: A Social Identity Perspective (Doctoral dissertation)*, Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. AAT 3368216)
- [5] Begg, M., (2007), *The Level of Importance Attached to Competitive Intelligence at a Mass Import-Retail Organization (Master dissertation)*, Retrieved from University of Johannesburg library.
- [6] Canongia, C., (2007), *Synergy between Competitive Intelligence (CI), Knowledge Management (KM) and Technological Foresight (TF) as a Strategic Model of Prospecting-The Use of Biotechnology in the Development of Drugs against Breast*

تعداد	۱۳۰	۱۳۰
-------	-----	-----

طبق آزمون پیرسون، همانطور که در جدول (۴) مشاهده می‌گردد، مقدار معنی‌داری آزمون کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد.

## ۷- نتیجه گیری

این تحقیق در راستای هدف و در پاسخ به سوال؛ آیا هوش رقابتی با عملکرد کارکنان شرکت صنایع دارویی تروپیکال کیش رابطه دارد؟ فرضیات را بر اساس ۴ متغیر آگاهی تجاری، آگاهی از وضعیت رقبا، آگاهی فناوری و تکنیکی و آگاهی راهبردی اجتماعی مبتنی بر مدل کالف جاناتان در سال ۲۰۰۸ تبیین و مورد آزمون قرار داده است. طبق جدول ۵ نتایج پژوهش حاکی از آن است؛ بین همراستایی هوش رقابتی با عملکرد منابع انسانی از مناظر آگاهی تجاری شرکت، آگاهی از وضعیت رقبا، شرکت، آگاهی فناوری و تکنیکی شرکت، با آگاهی راهبردی و اجتماعی شرکت، رابطه وجود دارد. بطوری‌که این نتایج با یافته‌های کالف جاناتان در سال ۲۰۰۸، اودنهالدر در سال ۲۰۰۳، فایالدر سال ۲۰۰۱، دشامپز و نایاکدر سال ۲۰۱۲، مطابقت و همسویی دارند.

جدول (۵): نتایج مرتبط با تحلیل یافته‌های اختصاصی

فرضیه‌ها	نتایج
بین همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه وجود دارد	تأیید فرضیه پژوهشی
بین همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقبا شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه وجود دارد.	تأیید فرضیه پژوهشی
بین همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه وجود دارد.	تأیید فرضیه پژوهشی
بین همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی و اجتماعی شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه وجود دارد.	تأیید فرضیه پژوهشی
بین همراستایی هوش رقابتی با عملکرد کارکنان شرکت بر عملکرد منابع انسانی رابطه وجود دارد.	تأیید فرضیه پژوهشی

این تحقیق با توجه به مدل پژوهش چهار بعد همراستایی هوش رقابتی با آگاهی تجاری، همراستایی هوش رقابتی با آگاهی از وضعیت رقبا، همراستایی هوش رقابتی با آگاهی فناوری و تکنیکی و همراستایی هوش رقابتی با آگاهی راهبردی و اجتماعی مد نظر قرار گرفته است که بر اساس سوالات تحقیق از طریق نرم افزار SPSS مورد سنجش قرار گرفته است. همچنین میانگین آماری هر یک از متغیرهای تحقیق مورد سنجش و اندازه گیری قرار گرفته است.

اکنون با توجه به ضرورت موضوع عملکرد هوشمندی رقابتی براساس یافته‌های تحقیق پیشنهادی زیر ارائه می‌گردد:

برگزاری دوره‌های آموزشی در شروع به خدمت در شرکت دارویی

- Cancer, *Biotechnology Advances*. 25, 57-74, available at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
- [7] DuToit, A. S. A., (2003), **Competitive Intelligence in The Knowledge Economy: What is in it for South African Manufacturing Interprises?**, *International Journal of Information Management*. 23, 111-120, available at [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
- [8] Evans, M. H., (2000), **Evaluating Financial Performance. Retrieved from Financial Management Training Center**, Available at [www.exinfm.com/training](http://www.exinfm.com/training)
- [9] Murphy, C., (2005). **Competitive Intelligence; Gathering, Analyzing and Putting it to work**. England: Gower Publishing Limited.
- [10] Ovsanka, P., Diacikova, A., (2008), **Competitive Intelligence in Chemosvita**, *Proceedings of INSOURCE 2008, Conference on Professional Information Resources for Business, Marketing, Competitive Intelligence and Knowledge Management*. Prague.
- [11] Prescott, J.E., (2014), **Proven strategies in Competitive intelligence**,
- [12] Roitner, A., (2008), **Competitive Intelligence in Austria: An empirical Study (Master dissertation) Retrieved from Wien University Dissertations and Theses database**, (AC No. AC06805206).
- [13] Tarraf, P., (2005), **Competitive Intelligence and Small Companies: A Study of Two Industries, (Master dissertation)**, Retrieved from Concordia University library. (ISBN: 0-494-10337-X).
- [14] Weiss, A., (2002), **A Brief Guide to Competitive Intelligence: How to Gather and Use Information on Competitors**, *Business Information Review*, 19, 88-94.