

## عنوان مقاله:

سازمان هشیار و فرصت جو

## محل انتشار:

اولین کنفرانس سالانه مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

سید علی اکبر احمدی - دانشیار دانشگاه پیام نور

محمد مهدی پرهیزگار - استادیار دانشگاه پیام نور

اسفندیار فرج وند - دانشجوی دوره دکتری مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور

## خلاصه مقاله:

پیتر دراکر بر این عقیده است که در عصر حاضر مدیران بیش از آنکه به محیط درونی سازمان توجه کنند باید به بیرون سازمان متمرکز شوند و گوش به زنگ تحولات محیطی باشند. سازمانها باید آمادگی داشته باشند نه یک تغییر جزئی بلکه تغییر بنیادی در استراتژی هایشان بدهند. امروزه مدیریت یعنی هشیاری و فرصت جویی و هدایت هوشمندی دیگران برای رسیدن به نتایج. امروزه مشتریان با توجه به تنوع و رفتارهای مختلف رقبا در تعیین تامین کنندگان خود به صورت گزینشی عمل می کنند و کسی برنده است که به خواسته های حال و آینده و پیدا و پنهان بازار و مشتریان زودتر از دیگران پی ببرد و بتواند عکس العمل نشان دهد. منظور از هشیاری یا فرصت جویی سیستمی است که ظرفیت های مشاهده، کشف و تفسیر سیگنالهای ضعیف را توسعه داده و به اقدام اصلاحی رهنمون می شود و منظور از سیگنالهای ضعیف نیز، علائم یا ایماء و اشاره هایی از تغییرات پیش رو هستند. سازمانهای هشیار یا فرصت جو ویژگیهایی دارند که آنها را از سایر سازمانها جدا می کند. چنین سازمانهایی، نگاه خارج به داخل دارند، برونگرا و فعال هستند، گوش به زنگ تحولات محیطی هستند، در جهت پی بردن به نیازهای پنهان مشتریان هستند، استراتژی آینده نگر و آینده ساز دارند. برای نیل به چنین دیدگاهی، در داخل سازمان پذیرای تفکرات و رویاهای جدید هستند، یادگیری از محیط را تشویق می کنند، به دنبال ظرفیت سازی در نیروی انسانی هستند و کار تیمی را تشویق می کنند.

## کلمات کلیدی:

رصد محیطی، هشیاری و بصیرت، علایم ضعیف، فرهنگ فرصت جویانه، تفسیر علایم محیطی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/108798>

