

ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها: چالش‌ها و فرصت‌ها

لیلا نجاری

کارشناسی روابط عمومی گرایش رفتار اجتماعی و افکار سنجی، دانشگاه علمی کاربردی سازمان همیاری شهرداری های اصفهان

چکیده

این پژوهش با هدف ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها: چالش‌ها و فرصت‌ها انجام شد. روش تحقیق کتابخانه ای با استفاده از کتب، مقالات و پایان نامه ها انجام گرفت. نتایج نشان داد این مقاله به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها می‌پردازد. چالش‌هایی نظیر مقاومت در برابر تغییر، کمبود منابع و عدم آگاهی کافی در مورد هوش سازمانی، می‌توانند مانع از پیاده‌سازی مؤثر این سیستم‌ها شوند. از سوی دیگر، فرصت‌هایی مانند بهبود تصمیم‌گیری، افزایش شفافیت و اعتماد عمومی، و تقویت ارتباطات با شهروندان، می‌توانند به بهبود کیفیت خدمات و افزایش مشارکت شهروندان منجر شوند. در نهایت با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود، شهرداری‌ها می‌توانند به عنوان نهادهای پیشرو در ارائه خدمات به شهروندان عمل کرده و به بهبود کیفیت زندگی در شهرها کمک کنند.

واژه‌های کلیدی: هوش سازمانی، روابط عمومی، شهرداری، چالش، فرصت

مقدمه

در دنیای امروز، سازمان‌ها به ویژه نهادهای عمومی مانند شهرداری‌ها با چالش‌های متعددی در زمینه ارتباطات و مدیریت اطلاعات مواجه هستند. در این راستا، هوش سازمانی به عنوان یک مفهوم کلیدی در بهبود عملکرد و کارایی روابط عمومی شهرداری‌ها مطرح می‌شود. هوش سازمانی به توانایی یک سازمان در جمع‌آوری، تحلیل و استفاده از داده‌ها و اطلاعات به منظور بهبود تصمیم‌گیری و عملکرد اشاره دارد. با توجه به رشد سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات، شهرداری‌ها باید به دنبال راهکارهایی باشند که به آن‌ها کمک کند تا در این محیط پیچیده و متغیر به خوبی عمل کنند. ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها می‌تواند به عنوان یک فرصت طلایی برای بهبود ارتباطات با شهروندان، افزایش شفافیت و اعتماد عمومی، و بهبود کیفیت خدمات شهری تلقی شود. با استفاده از ابزارها و تکنیک‌های هوش سازمانی، شهرداری‌ها می‌توانند نظرات و نیازهای شهروندان را بهتر درک کرده و به آن‌ها پاسخ دهند. این امر نه تنها به بهبود روابط عمومی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به افزایش مشارکت شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری نیز منجر شود. با این حال، ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها با چالش‌های خاصی نیز همراه است. از جمله این چالش‌ها می‌توان به مقاومت در برابر تغییر، کمبود منابع مالی و انسانی، و عدم آگاهی کافی در مورد هوش سازمانی اشاره کرد. این چالش‌ها می‌توانند مانع از پیاده‌سازی مؤثر سیستم‌های هوش سازمانی شوند و در نتیجه، تأثیرات مثبت آن‌ها را کاهش دهند. در این مقاله، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها پرداخته خواهد شد. هدف این مقاله تحلیل دقیق این دو جنبه و ارائه راهکارهایی برای غلبه بر چالش‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها است. با توجه به اهمیت روزافزون هوش سازمانی در بهبود عملکرد سازمان‌ها، این بررسی می‌تواند به عنوان یک منبع مفید برای مدیران و تصمیم‌گیرندگان در شهرداری‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

تاریخچه و مفهوم هوش سازمانی

هوش سازمانی مفهومی جدید در عرصه ادبیات سازمان مدیریت و قرن ۲۱ می‌باشد. پیشینه موضوعی هوش سازمانی به دهه ۱۹۹۰ برمی‌گردد و ریشه‌های آن را باید در نظریه‌های مدیریت دانش و یادگیری سازمانی جست‌وجو کرد، اما سخن از هوش سازمانی از سال ۱۹۹۲ به‌طور آشکار و صریح در مقاله‌ای که ماتسودا با عنوان هوش سازمانی، فرایند هوش سازمانی اهمیت آن به عنوان یک فرایند فراورده در کنفرانس بین‌المللی اقتصاد در توکیو منتشر کرد، مطرح شده است. در این مقاله ضمن تشریح معنا و مفهوم هوش سازمانی در قالب طراحی شبکه‌های اطلاعاتی معرفی کرده است. از آن به بعد به تدریج این موضوع را صاحب‌نظران دیگر نیز بررسی کردند و مقالات و کتاب‌ها و پژوهش‌هایی در این زمینه تدوین شده است. گلین (۱۹۹۵) با انتشار مقاله‌ای، سه مدل از هوش سازمانی ارائه کرده است. مدل تجمع با انباشتگی، مدل سطح تلاقی و مدل توزیعی یا پراکنشی. گلین هوش سازمانی را به سه رده طبقه‌بندی کرد که عبارت‌اند از: ۱. تجمع هوش فردی، ۲. رابطه متقابل و درهم تنیدگی هوش فردی، ۳. هوش سازمانی به عنوان یک نظام بزرگ‌تر (احمد نژاد و همکاران، ۲۰۱۱).

در زمینه هوش سازمانی، گاردنر محقق و روان‌شناس دانشگاه هاروارد اذعان می‌کند همان‌طور که انسان‌ها از هوش چندگانه‌ای برخوردارند، سازمان‌ها نیز هوش‌های متعددی دارند. هوش سازمانی توجه سازمان را به موضوعات مرتبط با اثربخشی سوق می‌دهد و سازان‌ها را در به‌کارگیری نیروهای بالقوه خودیاری می‌رساند. تی ماتسودا یکی از نظریه‌پردازان نظریه هوش سازمانی، هوش سازمانی را ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش ماشینی می‌داند. هوش سازمانی به معنای داشتن دانشی فراگیر از همه عواملی است که بر سازمان مؤثر است. داشتن دانشی عمیق نسبت به همه عوامل مثل مشتریان، رقبا، محیط

اقتصادی، عملیات و فرایند سازمانی که تأثیر زیادی بر کیفیت تصمیم‌های مدیریت در سازمان می‌گذارد، تعریف شده است (زارع و همکاران، ۱۳۹۵).

تعاریف ارائه شده از هوش سازمانی بسیار زیادند از جمله این تعاریف:

ویلنسکی^۱ (۱۹۶۷): جمع‌آوری، پردازش، تفسیر و ارائه اطلاعات تخصصی و سیاسی که برای تصمیم‌گیری مورد نیاز است.

هاکن و نولان^۲ (۱۹۹۳): توانایی سازمان برای مقابله با دشواری و مشکلات، یعنی توانایی سازمان در درک کردن، به اشتراک گذاشتن و استخراج کردن یعنی از نشانه‌های بازار

مک مستر^۳ (۱۹۹۶): توانایی در محاسبه که می‌تواند در اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرد که برای چالش‌های بقاء، به شکل خارجی به دست آمده و یا به صورت داخلی تولید گردد

گلاین^۴ (۱۹۹۶): عملکردهای پردازش اطلاعات که می‌تواند شرایط انطباق با نیازهای محیطی را فراهم آورده و در ارتباط با آغاز نوآوری و اجرای نوآوری استقرار یابد

آیر و قوش^۵ (۲۰۰۹): هوش سازمانی شامل عملکرد پنج زیرمجموعه شناختی است که عبارتند از: ساختار سازمانی، فرهنگ، روابط ذینفع، مدیریت دانش، و فرایندهای استراتژیک.

آلبرشت (۲۰۰۲) هوش سازمانی را ظرفیت یک سازمان برای بسیج تمامی توانایی هوشی که در دسترس آن قرارداد و تمرکز کردن آن برای دستیابی به مأموریت‌هایش تعریف کرده است

ماتسودا^۶: هوش سازمانی را عبارت از مجموعه‌های پیچیده، تعاملی، انباشته و هماهنگ‌کننده از هوش انسانی و ماشینی یک سازمان به عنوان یک کل می‌داند (یارووسی و همکاران، ۱۳۹۷)

جانگ^۷ (۲۰۱۲) هوش سازمانی ترکیبی از دانش، مهارت‌ها، هم در مورد دارایی‌های ملموس و هم غیرملموس می‌باشد که سازمان‌ها می‌توانند آن را برای رسیدن به اهداف خود گسترش دهند. هوش سازمانی یکی از پیامدهای اجتماعی و گروهی و به عنوان کارکردی از یک گروه از افراد است (احدی نژاد و همکاران، ۲۰۱۲).

شوانینگر^۸ (۲۰۰۹) هوش سازمانی توانایی یک سازمان در درک و پاسخ گفتن به محیطش به طوری که بتواند به اهدافش دست یابد و رضایت ذی نفعانش را جلب کند.

لیون و گابریلا^۹ (۲۰۰۹) توانایی یک سازمان در ایجاد دانش و به کارگیری آن به صورت راهبردی برای سازگار شدن با محیط. هوش سازمانی برخورداری از دانش فراگیر از همه عوامل مؤثر بر سازمان مانند: مشتریان، جامعه و مخاطبان، ارباب رجوع، رقبا، محیط اقتصادی، عملیات و فرایندهای سازمانی که تأثیر بسیاری بر کیفیت و تصمیمات مدیریتی در سازمان می‌گذارند است.

1. Wilensky

2. Hacken and Nolan

3. McMaster

4. Glynn

5. Ayr and a Ghush

6. Matsuda

7. chang

8. Schwaninger

9. Leon & Gabriela

ابعاد هوش سازمانی آلبرخت

هوش سازمانی دارای هفت بعد می‌باشد که عبارت‌اند از:

چشم‌انداز استراتژیک: به قابلیت خلق، استنتاج و بیان هدف یک سازمان اطلاق می‌شود. علائم کلیدی چشم‌انداز شامل داشتن گفتمان استراتژیک سالانه، داشتن پیشنهاد ارزشمند در قبال بازار، بیانیه هدایت، کاربرد بیانیه مأموریت و ارتقای مدیران آینده می‌باشد.

شاخص‌های بعد چشم‌انداز استراتژیک عبارت‌اند از:

* تدوین استراتژی

* بررسی محیطی

* بررسی استراتژی‌ها توسط مدیران ارشد

* تعهد سازمان در قبال بازار

* بیانیه، مأموریت و خط‌مشی‌های کلیدی برای سازمان

* وجود برنامه منظم جهت ارتقاء مدیران

سرنوشت مشترک: هنگامی که تمام یا اکثر افراد در سازمان درگیر کار شدند، می‌دانند که رسالت و مأموریت سازمان چیست، احساس داشتن هدف مشترک می‌نمایند و تک‌تک افراد به‌صورت جبری موفقیت سازمان را درک می‌نمایند. آن‌ها می‌توانند به‌صورت هم‌افزایی برای رسیدن به چشم‌انداز عمل نمایند.

این حس که همگی ما سوار یک قایقیم یک احساس قوی همبستگی یا به‌اصطلاح حس یک روح در چند بدن بودن را در آن‌ها به وجود می‌آورد.

شاخص‌های بعد سرنوشت مشترک عبارت‌اند از:

* سهیم کردن کارکنان در برنامه‌ها و نتایج عملیات

* کمک به انجام کارها در همه سطوح کارکنان

* درک استراتژی کلی سازمان توسط کارکنان

* اعتقاد به چشم‌انداز سازمان جهت موفقیت

* احساس شراکت در امور توسط کارکنان با مدیران

* دوام و استمرار ارتباط با سازمان توسط کارکنان

میل به تغییر: در برخی فرهنگ‌های سازمانی که توسط گروه‌های اجرایی پایه‌گذار خودشان هدایت می‌شوند، در این فرهنگ‌ها نحوه عملکرد، تفکر و واکنش مجدد نسبت به محیط آن‌قدر همسان شده است که هر نوع تغییر و تحول نشان‌دهنده نوعی بیماری و حتی آشوب محسوب می‌شود. در جای دیگر تغییر نشان‌دهنده چالش، کسب تجارب و مهیج است و به‌عبارت‌دیگر شانس است برای شروع کار و فعالیت جدید افراد در چنین محیط‌هایی نیاز به بازآفرینی مدل و الگوی کسب‌وکار را به‌عنوان یک چالش مهیج و مطلوب که فرصتی برای یادگیری روش‌های جدید کامیابی است به‌خوبی احساس می‌نمایند. میل به تغییر و تحول نیازمند این نکته است که با همه تغییراتی که برای تحقق چشم‌انداز استراتژیک لازم است سازگار باشد (شجاعی و همکاران، ۲۰۱۱).

شاخص‌های بعد میل به تغییر عبارت‌اند از:

* سازوکارهای حمایت از نوآوری

* پذیرش اشتباهات توسط مدیران

* تشویق کارکنان جهت یافتن راه‌های بهتر انجام کار

* نگهداشتن بوروکراسی سازمان در حداقل رشد

* اجازه سؤال داشتن افراد درباره راه‌های انجام کار

* ایجاد فضای لازم برای پذیرش تغییرات جدید

* رشد و هماهنگ شدن محصولات و خدمات با تغییرات محیط.

اتحاد و توافق: افراد و گروه‌ها باید خود را برای تحقق رسالت یا مأموریت سازمان، سازمان دهند. مسئولیت و مشاغل را تقسیم کنند و یک سری قوانین را برای برخورد و ارتباط با یکدیگر و رویاروی با محیط وضع نمایند. هر ساختار سازمانی که متصور شود، تنگناها و محدودیت‌های را که به‌هرحال جهت همکاری وضع شده‌اند، تحمیل خواهد نمود. در یک سازمان هوشمند، نظام‌ها در یک تعریف کلی دسته‌بسته هم داده‌اند تا اینکه افراد را قادر به انجام مأموریت سازند.

شاخص‌های بعد اتحاد و توافق عبارت‌اند از:

* متناسب بودن ساختار کلی سازمانی با رسالت سازمان

* تفویض اختیار تا پایین‌ترین سطح سازمان

* وجود رویه‌های روشن در ارتباط با اولویت‌های کلیدی

* توانایی مأموریت‌های بخشی در ایجاد هماهنگی

* تسهیل عملکرد و بهره‌وری کارکنان توسط فرآیندهای کار

* توانمندی کارکنان توسط سیستم‌های اطلاعاتی

* قادر ساختن کارکنان به خلق ارزش برای مشتریان توسط سیستم‌های اطلاعاتی

روحیه: جدای از عنصر سرنوشت مشترک، عنصر روحیه با میل به اعطای بیش‌ازحد درگیر است. روانش شناسان سازمانی به تلاش‌های دلخواه به‌عنوان انرژی اعضای سازمان در سطح بالاتر از آنچه قرار است انجام شود اشاره دارند. در یک سازمان باروحیه پایین کارکنان به میزان اصولی و منطقی به شغل و وظیفه‌شان عمل می‌نمایند. در یک سازمان رهبران تا حدودی با به‌کارگیری عنصر روحیه به اعاده قسمتی از این تلاش‌های دلخواه می‌پردازند.

شاخص‌های بعد روحیه عبارت‌اند از:

* دنبال کردن وظایف شغلی باعلاقه توسط مدیران

* کیفیت زندگی کاری

* تأثیر مدیریت در روحیه کارکنان

* احساس بالندگی از کار کردن در سازمان

* تلاش کارکنان جهت دستیابی به موفقیت

* احساس بالندگی از کار کردن در سازمان

* وجود الگویی از تحرک و تعهد مدیران در ذهن کارکنان.

به‌کارگیری دانش: این روزها بیش‌ازپیش، اقداماتی که منجر به پیروزی یا شکست در یک سازمان شده‌اند، اساساً بر پایه استفاده مؤثر از دانش، اطلاعات و داده‌ها بوده است. تقریباً فعالیت هر سازمانی شدیداً به دانش کسب‌شده، تصمیم‌های درستی آنی، قضاوت، ذکاوت و حس مشترک شایسته‌سالاری افراد، خود به‌اندازه صحت اطلاعات کاربردی که در هر دقیقه با ساختار

سازمان عجین شده، وابستگی دارد. با نگاهی فراتر از تحولات جاری فناوری اطلاعات در راستای مدیریت دانش، کاربرد دانش مرتبط است با ایجاد فرهنگ استفاده از منابع ارزشمند فکری و اطلاعاتی در این وهله کاربرد دانش بهتر است به عنوان یک نظریه انسان شناسانه مطرح شود تا به عنوان یک نظریه فناوریانه و ساختاری.

شاخص‌های بعد روحیه عبارت‌اند از:

* برآورد مدیران از مهارت‌های فردی و شایستگی

* حمایت دستگاه‌های اطلاعاتی از جریان اطلاعات

* ابراز علاقه مدیران نسبت به دانش کارکنان

* وجود برنامه‌هایی به منظور بهبود دوره‌ای خدمتی

* مطالعه آخرین ایده‌های کسب‌وکار توسط مدیران

* وجود فرآیندهای فرهنگی مشخص تبادل اطلاعات

فشار عملکرد: در یک سازمان هوشمند هر یک از مجریان بایستی موضع اجرایی خاص خود را داشته باشند. اما این امر زمانی بیشترین اثر را خواهد داشت که تحت عنوان یک مجموعه خود تحمیل انتظارات متقابل و الزام عملیاتی برای موفقیت مشترک باشد. علم به قدرت و نفوذ عواطف در حیات ذهنی انسان پی برده است و در حال کشف و تبیین جایگاه عواطف در فعالیت‌ها و رفتارها و حرکات انسانی است (احمد نژاد و همکاران، ۱۳۹۳).

شاخص‌های بعد فشار عملکرد عبارت‌اند از:

* اعتقاد کارکنان به عادلانه بودن جبران خدمت (پرداخت حقوق)

* ارتباط مدیران و سرپرستان در ارتباط با اهداف

* اقدام سریع سرپرستان برای حل مشکلات کاری کارکنان

* دریافت بازخورد از عملکرد توسط کارکنان

* اقدام مدیران عالی به اصلاح یا عزل مدیران ناموفق

* درک کارکنان از نقش‌ها و مسئولیت‌هایشان

* احساس کارکنان از مؤثر بودن در موفقیت سازمان خود

دلایل اهمیت هوش سازمانی در سازمان

در سازمان‌های پیچیده جدید، سازمان هوشمند ناشی از فعالیت عقلانی انسان و هوش سازمانی است. بدون شک مدیران سازمان‌ها راهی جز افزایش فعالیت و بهبود عملکرد بدون استفاده از این دو جریان هوشمند را ندارند. توسعه شتاب در دانش و صنعت در جهان، به افزایش توانایی‌های نیروی انسانی برای تطبیق با این تغییرات نیاز دارد هوش سازمانی معیار کمی برای کارآمدی سازمان در انتشار اطلاعات، تصمیم‌گیری و اجرا می‌باشد. سازمان‌ها برای حفظ حیات و کارکرد خود نیازمند کارکنان هوشمند می‌باشند تا بتوانند به نحو اثربخش‌تری به وظایف خود عمل کنند (مهرآرا و همکاران، ۲۰۱۲).

در دنیای پیچیده کنونی، مدیران یک سازمان به منظور دستیابی به اهداف و برنامه‌های سازمان خود و همچنین رشد و بقا در محیط پرتلاطم امروزی، نیازمند ویژگی‌های خاصی می‌باشند که هوش سازمانی یکی از مؤلفه‌هایی است، که مدیران عصر حاضر بایستی دارا باشند تا با کسب دانش و در نتیجه آن، بهتر بتواند سازمان تحت هدایت خود را در دنیای پرتلاطم و رقابتی مدیریت کنند. همچنین در خصوص سازمان‌های هوشمند اعتقاد بر این است که سازمانی که از هوش سازمانی بهینه برخوردار

است از چهار توانایی درک صحیح از شرایط پیچیده سازمانی و عملکرد مؤثر، توانایی تفسیر نشانه‌های موجود در محیط و توانایی انعکاس تجارب گذشته و یادگیری از آن‌ها برخوردار می‌باشد. در این راستا سازمانی که از هوش سازمانی نامطلوب برخوردار باشد. مواردی مانند عدم آگاهی از تغییرات محیطی، عملکرد کند در پاسخگویی به مسائل، اصرار بر سیاست‌ها و تصمیم‌گیری‌های ناکارآمد، عدم به‌کارگیری تجربی ناکامی‌های گذشته، ظرفیت تهدید شده در نوآوری و عدم تمرکز کافی بر ارتباط و عملکرد در آن سازمان به‌وفور قابل مشاهده است. اهمیت هوش سازمانی در کسب‌وکار از این امر ناشی می‌شود که هوش فردی به‌تنهایی توانایی فائق آمدن بر مسائل پیش رو را ندارد، لذا برای غلبه بر مشکلات، نیاز به ایجاد هوش جمعی در درون سازمان به‌عنوان یک ضرورت اهمیت پیدا می‌نماید.

ارتقا هوش سازمانی یکی از الزامات غیرقابل انکار برای اغلب سازمان‌هاست تا بتوانند از طریق کسب و تجزیه و تحلیل اطلاعات، و همین‌طور افزایش دانش و ایجاد آگاهی، بر قابلیت‌های خود بیفزایند. افزایش هوش سازمانی موجب می‌گردد سازمان‌ها اطلاعات محیط اطراف خود را سریع‌تر و با دقت بیش‌تری تجزیه و تحلیل کرده و نتایج حاصل را به طریق سودمند ذخیره و در مواقع در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند. این امر در جریان تبادل اطلاعات و دانش را در بستر سازمان تسریع کرده و اثربخشی فرایند تفکر و تصمیم‌گیری جمعی را به نحو چشم‌گیری بهبود می‌بخشد. از طرفی میزان هوش سازمانی سازمان‌ها، همانند هوش انسان‌ها متفاوت است؛ بدین معنا که مجموعه‌ای از عوامل درونی و بیرونی در بروز و رشد آن تأثیر می‌گذارد. سازمان‌ها نیز همانند انسان‌ها، درجه‌ای از هوشمندی را به نمایش می‌گذارند. برخی از سازمان‌ها بسیار کندذهن هستند و حتی نمی‌توانند سیگنال‌های بسیار قوی از تغییرات محیط خود را تشخیص دهند و در پاسخ به این محرک‌ها بسیار ناتوان می‌باشند. این سازمان‌ها به‌آرامی یاد می‌گیرند و بدون هیچ‌گونه درک و بینشی، اشتباهات قبلی خود را تکرار می‌نمایند (غلامی و همکاران، ۱۳۹۰).

امروزه با اطمینان می‌توان ادعا کرد که استفاده از هوش سازمانی می‌تواند قدرت رقابتی یک سازمان را افزایش دهد و آن‌ها از دیگر سازمان‌ها متمایز سازد. هوش سازمانی این امکان را به سازمان می‌دهد تا با به‌کارگیری اطلاعات موجود از مزایای رقابتی بهره‌برداری کند و امکان درک تقاضای ذینفعان و چگونگی برقراری ارتباط با آنان را میسر می‌سازد. هم‌چنین، این امکان را به سازمان می‌دهد تا بتواند تغییرات مثبت یا منفی را نظارت کند. از دیگر فواید هوش سازمانی می‌توان موارد زیر را نام برد:

۱. کمک به مدیران برای ارزشیابی قابلیت‌های کل سیستم سازمانی

۲. درک الگوهای وابستگی بین سازمان و محیط بیرونی

۳. تشخیص نقاط قوت و ضعف سازمانی و فضایی برای بهبود ارتباطات بین زیرسیستم‌ها

۴. بهبود زیرسیستم‌ها در جهت تغییر و نوآوری و ایجاد تعهد به تاش برای تغییر سازمانی، رهبری قوی و سودآوری بیشتر

امروزه سازمان‌ها با تغییرات گسترده در محیط سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، فناوری و اقتصادی روبه‌رو شده‌اند. واکنش موفق سازمان‌ها در یک جو بسیار پویا و متغیر، بستگی به توانایی آن‌ها جهت فراهم کردن داده‌ها و یافتن راه‌حل‌های مناسب برای مشکلاتی است که با آن‌ها روبه‌رو هستند. در این شرایط، توجه نظریه‌پردازان و مدیران سازمانی روی یک جنبه متمرکز می‌شود که آن توانایی فکری سازمان هست. آلبرشت نیز اظهار می‌دارد پس از موج‌های نخست، دوم و سوم (زراعت، صنعت، داده‌ها) موج چهارم، هوشیاری و مغز است. در دنیای امروزی ارتقای هوش سازمانی یکی از الزامات انکارناپذیر برای بیشتر سازمان‌هاست تا بتوانند از راه کسب و تجزیه و تحلیل داده‌ها و هم‌چنین، افزایش دانش و ایجاد آگاهی، بر توانمندی‌های خود بیفزایند. افزایش هوش سازمانی موجب می‌شود تا

سازمان‌ها داده‌های محیط پیرامون خود را سریع‌تر و با دقتی بیشتر تجزیه و تحلیل کرده و نتایج به دست آمده را از راه‌های سودمند ذخیره و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند (حاجی احمدی قمی، ۱۳۹۴).

کمپ و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۰) معتقدند که هوشمند سازی سازمان جدیدترین راهکار مدیران برجسته سازمان‌های نوین برای پیش‌بینی و کسب آمادگی برای رویارویی با چالش‌های درون و برون سازمانی و کاهش اثرات تهدیدکننده آنان به منظور حضور هرچه قوی‌تر در بازار رقابت در شرایط متغیر موجود می‌باشد. همان‌گونه که در دنیای انسانی و در حیات پرتلاطم بشری انسان‌هایی موفق و کارا خواهند بود که دارای هوشی سرشار باشند و با بهره‌گیری از آن بتوانند بر مسائل و مشکلات زندگی خود فائق آیند. به‌طور قطع در دنیای سازمانی نیز وضع به همین‌گونه خواهد بود.

سازمان‌هایی که از هوش سازمانی بالاتری برخوردار باشند، می‌توانند به درجات بالاتری از موفقیت دست یابند. بنابراین، توجه به هوش سازمانی به عنوان مفهومی اثربخش در مدیریت و تلاش برای بهبود آن در سازمان‌ها، می‌تواند موجب دستیابی به منافع چشم‌گیرتری در سطح فردی، گروهی و سازمانی شود. در دنیای کنونی، سازمان‌هایی موفق خواهند بود که از نیروهای انسانی باهوش و با استعداد برخوردار باشند. این سازمان‌ها با تحت کنترل درآوردن عوامل تأثیرگذار درونی و بیرونی، می‌توانند از هوش و استعداد نیروی انسانی برای تحقق اهداف سازمانی خود بهره‌گیرند.

دیدگاه در رابطه با انواع هوش سازمانی

هوش سازمانی را می‌توان از دو دیدگاه مورد مطالعه قرار دارد:

الف- هوش سازمانی به عنوان یک فرآیند: این دیدگاه بیانگر تجمیع و هماهنگی هوش فنی و انسانی در درون یک سازمان است، هوش فنی، توانایی سازمان در پردازش دانش و اطلاعات رایانه‌ای است که در نظام ارتباطات امروزی دارای اهمیت است و هوش انسانی که موفقیت در به کارگیری فناوری اطلاعات به این نوع هوش بستگی دارد، شامل مهارت‌هایی همانند تفکر، بصیرت و هوشیاری است. در این دیدگاه، تجمعی بودن هوش سازمانی مطرح است که به صورت سلسله مراتبی تجلی پیدا می‌کند: شامل دانش در سطح فردی، گروهی و سازمانی است و هماهنگی بین آن‌ها به عنوان یک فرآیند مورد تأکید است. وقتی هوش سازمانی به عنوان فرایند مورد توجه قرار گیرد بیانگر پیچیدگی‌های ناشی از تقابل، تجمع و هماهنگی هوش انسانی و فنی درون یک سازمان است. پیچیدگی تقابلی هوش سازمانی رابطه میان انسان و مؤلفه‌های فنی سازمان است. تجمعی بودن هوش سازمانی به صورت سلسله مراتبی نمود می‌یابد که شامل دانش سطح فردی، گروهی و سازمانی است. هماهنگی در نگاه به هوش سازمانی به عنوان یک فرایند، دارای نقش مهم و محوری نسبت به ابعاد فرایندی تقابل و تجمیع است.

هوش سازمانی با این نگاه، دارای پنج مؤلفه (حافظه سازمانی، دانش سازمانی، یادگیری سازمانی، ارتباط سازمانی، عملکرد سازمانی) است. حافظه سازمانی بیانگر توانایی نگهداشت وقایع، موقعیت‌ها، رفتارهای موفق و ناموفق و توان جمع‌آوری آن‌ها در صورت نیاز است. از سوی دیگر دانش سازمانی برای درک و فهم و تفسیر است که سازمان را قادر می‌سازد بر اصول و مبنای خود متمرکز شود. یادگیری سازمانی نیز به عنوان توانایی استفاده و کاربرد مناسب دانش ذخیره شده در حافظه سازمانی و یادگیری بر مبنای تجربه کسب شده در گذشته تعریف می‌شود. یادگیری در رفتارهایی که در موقعیت‌های غیراستاندارد رخ می‌دهند و در هنگام جستجوی راه‌های جدید برای اقدام نیز نمود می‌یابد. ارتباطات سازمانی حاصل تبادل داده‌ها، اطلاعات و

¹⁰ . Kemp & et all

دانش میان افراد درون و بیرون سازمان و عوامل فنی است. نهایتاً نتیجه‌گیری سازمان را می‌توان مشتمل بر پرهیز و اجتناب، غلبه و فائق آمدن بر مشکلات و حل مسائل دانست (ملک‌زاده، ۱۳۸۹).

ب- هوش سازمانی به‌عنوان نتیجه فرآیند: در این دیدگاه از اطلاعات و دانش موجود برای بهبود و حل مسائل استفاده به عمل می‌آید به‌کارگیری دانش در زمان، مکان مناسب و پاسخگویی سریع به تغییرات نشان‌دهنده هوش سازمانی به‌عنوان نتیجه است، که در این دیدگاه هوش سازمانی درباره سازمان تجلی پیدا می‌کند. بیانگر کلیت و جامعیت قسمت‌ها و بخش‌های ساختاریافته و جهت‌دار اطلاعات است. هوش سازمانی که در چنین وضعیتی تولید شود باید برای توانمند شدن توانایی‌های سامانه‌های اطلاعاتی حل مسائل سازمانی به شکل مناسب مورد استفاده قرار گیرد. (اکبری، ۱۳۹۴).

کاربرد هوش سازمانی در شهرداری‌ها

هوش سازمانی به عنوان یک رویکرد نوین در مدیریت و تصمیم‌گیری، به ویژه در نهادهای عمومی و شهرداری‌ها، به طور فزاینده‌ای مورد توجه قرار گرفته است. این مفهوم به مجموعه‌ای از فرآیندها، ابزارها و تکنیک‌ها اشاره دارد که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا اطلاعات و داده‌های موجود را به دانش تبدیل کرده و از آن برای بهبود عملکرد و افزایش کارایی استفاده کنند. در این راستا، کاربرد هوش سازمانی در شهرداری‌ها می‌تواند تأثیرات مثبت و قابل توجهی بر بهبود خدمات عمومی، افزایش شفافیت و ارتقاء رضایت شهروندان داشته باشد. یکی از کاربردهای اصلی هوش سازمانی در شهرداری‌ها، بهبود فرآیندهای تصمیم‌گیری است. با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده از منابع مختلف، شهرداری‌ها می‌توانند تحلیل‌های دقیقی از نیازها و مشکلات جامعه ارائه دهند. این اطلاعات به مدیران کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری اتخاذ کنند و سیاست‌های مؤثرتری برای مدیریت شهری طراحی کنند. علاوه بر این، هوش سازمانی می‌تواند به بهبود خدمات عمومی کمک کند. با تحلیل داده‌های مربوط به خدمات ارائه شده، شهرداری‌ها می‌توانند نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی کرده و بهبودهای لازم را اعمال کنند. به عنوان مثال، با بررسی داده‌های مربوط به ترافیک، آلودگی هوا و نیازهای شهروندان، می‌توان برنامه‌های بهینه‌تری برای حمل و نقل عمومی و مدیریت محیط زیست طراحی کرد. همچنین، هوش سازمانی می‌تواند به افزایش شفافیت و پاسخگویی در شهرداری‌ها کمک کند. با انتشار اطلاعات و داده‌های مربوط به عملکرد شهرداری‌ها، شهروندان می‌توانند نظارت بیشتری بر فعالیت‌های این نهادها داشته باشند و در نتیجه، اعتماد عمومی به مدیریت شهری افزایش یابد. این موضوع به ویژه در شرایطی که فساد و تخلفات اداری یکی از چالش‌های جدی در نهادهای عمومی به شمار می‌رود، اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. در نهایت، هوش سازمانی می‌تواند به ارتقاء مشارکت شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری کمک کند. با استفاده از ابزارهای هوش سازمانی، شهرداری‌ها می‌توانند نظرات و پیشنهادات شهروندان را جمع‌آوری کرده و در فرآیندهای تصمیم‌گیری خود لحاظ کنند. این موضوع نه تنها به بهبود کیفیت خدمات منجر می‌شود، بلکه حس تعلق و مشارکت شهروندان را نیز افزایش می‌دهد. به طور کلی، کاربرد هوش سازمانی در شهرداری‌ها می‌تواند به عنوان یک ابزار مؤثر برای بهبود عملکرد، افزایش شفافیت و ارتقاء رضایت شهروندان عمل کند. با توجه به چالش‌های پیچیده‌ای که شهرها با آن مواجه هستند، استفاده از هوش سازمانی به عنوان یک رویکرد استراتژیک می‌تواند به بهبود کیفیت زندگی در جوامع شهری کمک کند و به تحقق اهداف توسعه پایدار نزدیک‌تر شود (هاشمی، ۱۳۹۹).

اهمیت به کارگیری هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری ها

هوش سازمانی به عنوان یک ابزار کلیدی در بهبود عملکرد و کارایی سازمان‌ها، به ویژه در حوزه روابط عمومی شهرداری‌ها، اهمیت ویژه‌ای دارد. روابط عمومی به عنوان پل ارتباطی میان شهرداری و شهروندان، نقش حیاتی در ایجاد و حفظ اعتماد عمومی، ارتقاء شفافیت و بهبود تعاملات اجتماعی دارد. به کارگیری هوش سازمانی در این حوزه می‌تواند به بهینه‌سازی فرآیندها و افزایش اثربخشی فعالیت‌های روابط عمومی کمک کند. یکی از جنبه‌های مهم هوش سازمانی در روابط عمومی، توانایی تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات مرتبط با نظرات و نیازهای شهروندان است. با استفاده از ابزارهای هوش سازمانی، شهرداری‌ها می‌توانند داده‌های مربوط به بازخوردهای شهروندان، نظرسنجی‌ها و تعاملات اجتماعی را جمع‌آوری و تحلیل کنند. این اطلاعات به مدیران روابط عمومی کمک می‌کند تا درک بهتری از انتظارات و نیازهای جامعه داشته باشند و برنامه‌های ارتباطی خود را بر اساس آن تنظیم کنند. علاوه بر این، هوش سازمانی می‌تواند به شفاف‌سازی فرآیندهای تصمیم‌گیری در شهرداری‌ها کمک کند. با ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز به شهروندان، شهرداری‌ها می‌توانند اعتماد عمومی را افزایش دهند و از شایعات و نگرانی‌های بی‌اساس جلوگیری کنند. این شفافیت نه تنها به بهبود تصویر عمومی شهرداری کمک می‌کند، بلکه موجب افزایش مشارکت شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری نیز می‌شود. همچنین، هوش سازمانی می‌تواند به بهبود مدیریت بحران در روابط عمومی شهرداری‌ها کمک کند. در مواقع بحرانی، مانند حوادث طبیعی یا بحران‌های اجتماعی، اطلاعات دقیق و به‌موقع می‌تواند به کاهش نگرانی‌ها و حفظ آرامش عمومی کمک کند. با استفاده از تحلیل‌های هوش سازمانی، شهرداری‌ها می‌توانند واکنش‌های سریع و مؤثری به بحران‌ها ارائه دهند و از طریق کانال‌های ارتباطی مناسب، اطلاعات لازم را به شهروندان منتقل کنند. از سوی دیگر، به کارگیری هوش سازمانی در روابط عمومی می‌تواند به ارتقاء استراتژی‌های ارتباطی شهرداری‌ها کمک کند. با تحلیل داده‌های مربوط به عملکرد کمپین‌های ارتباطی، شهرداری‌ها می‌توانند نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی کرده و برنامه‌های بهینه‌تری برای ارتباط با شهروندان طراحی کنند. این موضوع به ویژه در عصر دیجیتال که شهروندان به اطلاعات و خدمات به‌روز نیاز دارند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در نهایت، هوش سازمانی می‌تواند به ایجاد یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر یادگیری و نوآوری در روابط عمومی شهرداری‌ها کمک کند. با تجزیه و تحلیل داده‌ها و بازخوردها، کارکنان روابط عمومی می‌توانند به بهبود مستمر فرآیندها و خدمات خود بپردازند و در نتیجه، کیفیت ارتباطات با شهروندان را افزایش دهند. به طور کلی، به کارگیری هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها نه تنها به بهبود عملکرد و کارایی این نهادها کمک می‌کند، بلکه به افزایش رضایت شهروندان و تقویت ارتباطات اجتماعی نیز منجر می‌شود. در دنیای پیچیده و متغیر امروز، استفاده از هوش سازمانی به عنوان یک ابزار استراتژیک می‌تواند به شهرداری‌ها کمک کند تا به اهداف خود نزدیک‌تر شوند و خدمات بهتری به جامعه ارائه دهند.

چالش‌ها و فرصت‌های ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها

شهرداری‌ها از مهمترین نهادهایی هستند که بیشتر مراجعات مردمی را داشته و با وجود تنگناهای متعدد مالی و غیر مالی، بیشترین اقدامات عمرانی و اجرایی را در شهر به انجام می‌رسانند. با این وجود، در رده بندی میزان رضایت از دما ت ارائه شده، بالاترین شکایت‌های مردمی را به خود اختصاص می‌دهند. برای رفع این مشکل، راهکارهای متعددی مورد توجه قرار گرفته است و از آن میان بیشترین تاکید بر افزایش میزان اثربخشی و کارایی سازمان از طریق بهره مندی از ظرفیت‌های داخلی به خصوص هوش سازمانی بوده است. هوش سازمانی معیار کمی برای کارآمدی سازمان در انتشار اطلاعات، تصمیم‌گیری و اجرا می‌باشد. سازمان‌ها برای حفظ حیات و کارکرد خود نیازمند کارکنان هوشمند می‌باشند تا بتوانند به نحو اثربخش تری به

وظایف خود عمل کنند (محمودی، ۱۴۰۱). از این رو ارتقاء هوش سازمانی در روابط عمومی شهرداری‌ها می‌تواند با چالش‌ها و فرصت‌های متعددی همراه باشد. در ادامه به بررسی این چالش‌ها و فرصت‌ها پرداخته می‌شود:

چالش‌ها:

۱. **مقاومت در برابر تغییر:** یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها، مقاومت کارکنان و مدیران در برابر تغییرات است. تغییر در فرآیندها و روش‌های کاری ممکن است با نگرانی‌ها و عدم اطمینان همراه باشد.
۲. **کمبود منابع مالی و انسانی:** بسیاری از شهرداری‌ها با محدودیت‌های مالی و کمبود نیروی انسانی مواجه هستند. این موضوع می‌تواند مانع از سرمایه‌گذاری در فناوری‌ها و ابزارهای هوش سازمانی شود.
۳. **عدم آگاهی و دانش کافی:** نبود دانش و آگاهی لازم در میان کارکنان در مورد هوش سازمانی و نحوه استفاده از آن می‌تواند به عدم موفقیت در پیاده‌سازی این سیستم‌ها منجر شود.
۴. **چالش‌های فناوری:** انتخاب و پیاده‌سازی ابزارهای مناسب هوش سازمانی نیازمند دانش فنی و تخصصی است. مشکلات فنی و عدم سازگاری سیستم‌ها می‌تواند مانع از بهره‌برداری مؤثر از این ابزارها شود.
۵. **داده‌های ناکافی و بی‌کیفیت:** برای تحلیل‌های هوش سازمانی، وجود داده‌های دقیق و با کیفیت ضروری است. عدم دسترسی به داده‌های کافی یا وجود داده‌های بی‌کیفیت می‌تواند به نتایج نادرست منجر شود.

فرصت‌ها:

۱. **بهبود تصمیم‌گیری:** با استفاده از هوش سازمانی، شهرداری‌ها می‌توانند تصمیمات بهتری بر اساس داده‌های دقیق و تحلیل‌های علمی اتخاذ کنند. این موضوع به بهبود عملکرد کلی سازمان کمک می‌کند.
 ۲. **افزایش شفافیت و اعتماد عمومی:** با ارائه اطلاعات دقیق و به‌موقع به شهروندان، شهرداری‌ها می‌توانند شفافیت را افزایش داده و اعتماد عمومی را جلب کنند.
 ۳. **تقویت ارتباطات با شهروندان:** هوش سازمانی می‌تواند به شهرداری‌ها کمک کند تا نیازها و نظرات شهروندان را بهتر درک کرده و ارتباطات مؤثرتری برقرار کنند.
 ۴. **مدیریت بحران مؤثرتر:** در مواقع بحرانی، هوش سازمانی می‌تواند به شهرداری‌ها کمک کند تا واکنش‌های سریع و مؤثری داشته باشند و اطلاعات لازم را به شهروندان منتقل کنند.
 ۵. **بهبود کیفیت خدمات:** با تحلیل داده‌ها و بازخوردها، شهرداری‌ها می‌توانند خدمات بهتری به شهروندان ارائه دهند و نقاط ضعف خود را شناسایی و برطرف کنند.
 ۶. **ایجاد فرهنگ نوآوری:** ارتقاء هوش سازمانی می‌تواند به ایجاد یک فرهنگ سازمانی مبتنی بر یادگیری و نوآوری در شهرداری‌ها کمک کند و کارکنان را به بهبود مستمر فرآیندها تشویق کند.
 ۷. **افزایش مشارکت شهروندان:** با استفاده از ابزارهای هوش سازمانی، شهرداری‌ها می‌توانند نظرات و پیشنهادات شهروندان را به راحتی جمع‌آوری کرده و در فرآیندهای تصمیم‌گیری لحاظ کنند.
- در نهایت، با شناسایی و مدیریت چالش‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها، شهرداری‌ها می‌توانند از هوش سازمانی به عنوان ابزاری مؤثر برای بهبود عملکرد روابط عمومی و ارتقاء کیفیت خدمات خود استفاده کنند.

منابع و مأخذ

۱. احمد نژاد، محمود، حسنی، محمد، پورمند، رسول (۱۳۹۴) رابطه بین هوش سازمانی و هوش هیجانی با رفتار تابعیت سازمانی در بین معلمان ابتدایی، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال ۶ شماره ۴.
۲. اکبری، نرگس (۱۳۹۴) بررسی ارتباط هوش سازمانی با یادگیری سازمانی در بین مدیران مدارس شهرستان پاکدشت، دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی.
۳. حاجی احمدی قمی، محمد حسن (۱۳۹۴) ارزیابی هوش سازمانی در دیوان محاسبات کشور، سال ۱۱ شماره ۶۰.
۴. زارع، حسین، سلاجقه، آریتا، اوجاقی، ناهید (۱۳۹۵) رابطه ابعاد هفت گانه هوش سازمانی و توانمندی های روان شناختی کارمندان، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴ شماره ۳.
۵. غلامی، شهرام، غفوریان، هما، معنوی پور، داود (۱۳۹۰) رابطه هوش سازمانی و عملکرد مدیران، فصلنامه تازه های روان شناسی صنعتی/سازمانی، دوره ۲ شماره ۶.
۶. محمودی، حامد (۱۴۰۱) عوامل موثر بر هوش سازمانی در ادارات جهت ارتقای کارکنان در شهرداری ها، هفتمین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی، همدان.
۷. ملک زاده، غلام رضا (۱۳۸۹) هوش سازمانی ابزاری قدرتمند در مدیریت شرکت های دانش محور فصلنامه تخصصی پارک ها و مراکز رشد، شماره ۲۲.
۸. هاشمی سجادی، علیرضا (۱۳۹۹) نقش هوش سازمانی کارکنان در عملکرد مدیریت شهری، کنفرانس بین المللی مدل ها و تکنیکهای کمی در مدیریت، قزوین.
۹. یارویی، رضا، فتاح، ناظم، ابوالمعالی الحسینی، خدیجه (۱۳۹۷) بررسی کیفی جایگاه توسعه هوش سازمانی به مثابه مزیت رقابتی در سازمان آموزشی، فصلنامه علمی پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال ۱۲ شماره ۱.

10. Mehrara, A.; Azami Saroklaei, S.; Sadeghi, M. & Fatthi, A. (2012). Relation between organizational intelligence and creativity of managers in public junior high schools of east of Gilan province. Journal of Basic and Applied Scientific Research, 2 (4), pp.3311-3315.