

رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی

هادی تیموری^۱ - علی شائمی^۲ - مریم زارعی^۳

(تاریخ دریافت: ۹۵/۸/۱ - تاریخ بازنگری: ۹۵/۱۰/۸ - تاریخ پذیرش: ۹۶/۱/۲۱)

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی می‌باشد و در آن برای گردآوری داده‌های مربوط به ادبیات موضوع از روش کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌های لازم جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کارشناسان و مدیران سطوح مختلف شعب بانک صادرات شهر اصفهان می‌باشد و در آن از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای- طبقه‌ای متناسب با حجم، که در آن منظور از خوشه‌ها، درجات پنجگانه بانک صادرات در شهر اصفهان و منظور از طبقات، کارشناسان و مدیران سطوح مختلف بانک صادرات شهر اصفهان می‌باشد. حجم نمونه مورد مطالعه براساس جدول مورگان برابر با ۲۱۶ نفر تعیین شد که از این تعداد ۲۱۴ پرسشنامه تکمیل شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، هم‌چنین بین ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی نیز در شعب بانک صادرات اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: هوش سازمانی، کارآفرینی سازمانی، بینش استراتژیک، تغییرگرایی، مدیریت دانش

مقدمه

موضوع هوش سازمانی^۱ به این دلیل که دستیابی به دانایی را در سازمان افزایش داده و باعث پیدایش مزیت رقابتی در آنها گردیده، می‌تواند سازمان‌ها را بیش از پیش در خصوص پرداختن به مقوله‌ی سازمان‌های باهوش و بررسی رابطه‌ی هوش سازمانی با متغیرها و عوامل درون و برون سازمانی یاری کند (آکگون و همکاران، ۲۰۰۷). بهره‌گیری از هوش سازمانی و توجه به فرآیند یادگیری در سازمان این امکان را به سازمان‌ها می‌دهد تا با به‌کارگیری اطلاعات موجود از مزایای رقابتی و پیشرو بودن بهره‌برداري نمایند (حسینی و چلی سریل، ۱۳۹۲). از طرف دیگر کارآفرینی^۳ مقوله‌ی مهمی است که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته و دارند، در این میان یکی از شاخصه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در سازمان است. کارآفرینی سازمانی^۴ به وجود آورنده‌ی فرایند نوآوری در سازمان و پیشتاز و حامی توسعه‌ی محصولات جدید است (فوکس^۵، ۲۰۰۸). با توجه به افزایش شدت رقابت در عرصه بانکداری و هم‌چنین اهمیت ارائه خدمات جدید جهت افزایش سهم بازار، موضوع مورد نظر در شعب بانک صادرات اهمیت زیادی دارد. حال با توجه به آنچه گفته شد این سوال مطرح می‌شود که آیا بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه‌ای وجود دارد؟ هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه‌ی هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان است.

مبانی نظری پژوهش

هوش سازمانی

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 (موسوی و همکاران^۶، ۲۰۱۲). به نظر جانگ^۷ (۲۰۱۴)، هوش سازمانی ترکیبی از دانش، مهارت‌ها، هم‌درمورد دارایی‌های ملموس 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

1. Organizational Intelligence
2. Akgun and et al
3. Entrepreneurship
4. Organizational Entrepreneurship
5. Fox
6. Mousavi and et al
7. Jung

یک گروه از افراد است (احدی نژاد و همکاران^۱، ۲۰۱۲). در سازمان‌های پیچیده جدید، سازمان هوشمند ناشی از فعالیت عقلایی 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 (مهرآرا و همکاران^۲، ۲۰۱۲). در دنیای پیچیده کنونی، مدیران یک سازمان به منظور دستیابی به اهداف و برنامه‌های سازمان خود و همچنین رشد و بقا در محیط متلاطم امروزی، نیازمند ویژگی‌های خاصی می‌باشند که هوش سازمانی یکی از مؤلفه‌هایی است، که مدیران عصر حاضر بایستی دارا باشند تا با کسب دانش عمیق نسبت به همه عوامل محیطی، باعث هوشمندی سازمان باشند و در نتیجه آن، بهتر بتواند سازمان تحت هدایت خود را در دنیای متلاطم و رقابتی مدیریت کنند (مختاری و همکاران، ۱۳۹۳).

هم چنین 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 موثر، توانایی تفسیر نشانه‌های موجود در محیط و عملکرد بر اساس آن‌ها، توانایی توسعه و بکارگیری دانش مربوط به فعالیت‌های اجرایی 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 به کارگیری تجربی ناکامی‌های گذشته، ظرفیت تهدید شده در نوآوری و عدم تمرکز کافی بر ارتباطات و عملکرد در آن سازمان به وفور قابل مشاهده است (وریارد^۳، ۲۰۱۲). اهمیت هوش سازمانی در کسب و کار از این امر ناشی می‌شود که هوش فردی به تنهایی توانایی فائق آمدن بر مسائل پیش رو را ندارد؛ لذا برای غلبه بر مشکلات، نیاز به ایجاد هوش جمعی در درون سازمان به عنوان یک ضرورت اهمیت پیدا می‌نماید (ماریس و اسکارلت^۴، ۲۰۱۱). ارتقاء 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 مقتضی در دسترس تصمیم‌گیرندگان قرار دهند. این امر

1. Ahadinezhad and et al
2. Mehrara and et al
3. Veryard
4. Maries & Scarlat

جریان تبادل اطلاعات و دانش را در بستر سازمان تسریع کرده و اثربخشی فرایند تفکر و تصمیم‌گیری جمعی را به نحو چشمگیری بهبود می‌بخشد (غلامی و همکاران، ۱۳۹۰). مدل‌ها و نظریه‌های مختلفی پیرامون مفهوم و ابعاد هوش سازمانی تا کنون ارائه شده است. برای مثال؛ به اعتقاد آلبرخت^۱ (۲۰۰۳) مهمترین ابعاد هوش سازمانی شامل: چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش، فشار عملکرد می‌باشد. در این پژوهش با بررسی مدل‌ها و نظریه‌های مختلف ارائه شده پیرامون هوش سازمانی و متناسب با واقعیت‌های جامعه آماری مورد مطالعه؛ مهمترین ابعاد هوش سازمانی مورد بررسی شامل بینش راهبردی، مدیریت دانش، روحیه‌ی سازمانی، تغییرگرایی و فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشد.

کارآفرینی سازمانی

یکی از سازوکارهای مطلوب سازمان‌ها برای پاسخی سریع و مناسب به تغییر و تحولات روز افزون محیطی در فضای کسب و کار، ایجاد سازمان‌های کارآفرین است. سازمان‌های کارآفرین از طریق نهادینه سازی کارآفرینی در درون خود، موجبات اجرایی شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند (الوانی و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی انقلابی در درون سازمان است که برای تغییر و نوسازی از درون سیستم مبارزه می‌کند. این امر ممکن است منجر به تضادهایی درون سازمان شود، بنابراین احترام گذاشتن یک اصل ضروری به منظور هدایت این تضادها و تبدیل آنها به جنبه‌های مثبت برای سازمان می‌باشد (زنویا و مایر^۲، ۲۰۱۱). کارآفرینی سازمانی یک فرایند احیای بهبود عملکرد سازمان است؛ مزایای کارآفرینی سازمانی، در واقع شامل نوآوری در طراحی محصول و خدمات، نوآوری در فرایندهای سازمان، بهبود عملکرد سازمان، کارآیی و اثربخشی است (زارع مهرجردی و همکاران^۳، ۲۰۱۰). کارآفرینی سازمانی به عنوان یک عنصر مهم در توسعه اقتصاد و ایجاد ثروت نقش دارد، پژوهشگران از واژه‌های متعددی برای اشاره به کارآفرینی سازمانی استفاده می‌کنند مثل کارآفرینی درون سازمانی، سرمایه گذاری شرکتی، کارآفرینی شرکتی داخلی، مدیریت سرمایه گذاری سرمایه گذاری‌های جدید و جسارت شرکتی داخلی (زهیر و همکاران^۴، ۲۰۱۲). کارآفرینی سازمانی شکل قابل توجهی از نوآوری سازمانی می‌باشد و فرآیندی است که تلاش‌های شرکت را برای نوآوری

1. Albrecht
2. Zenovia & Maier
3. Zaree Mahrjerdi and et al
4. Zahir and et al

مداوم و موثر، به هنگام رقابت در بازارهای جهانی تسهیل می‌کند (کوراتکو و همکاران^۱، ۲۰۱۴). شرکت‌هایی که کارآفرینی سازمانی را نمایش می‌دهند، وقتی که به وجود می‌آیند، معمولاً به عنوان واحدهای پویا، انعطاف‌پذیر و آماده برای کسب مزیت رقابتی و فرصت‌های جدید کسب و کار شناخته می‌شوند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۱۲). آنها حوزه‌های کسب و کار جدید و هم‌چنین روش‌های جدید اجرای کسب و کار در حوزه‌های موجود را کشف می‌کنند. انحراف از روال قبلی، راهبردها، مدل‌های کسب و کار و محیط‌های عامل، حالت‌های معمولی از اجرا در این شرکت‌های نوآور می‌باشد. به عبارت دیگر زمانی که افراد در اعمال و ابتکارات خود صرفه نظر از قوانین آزاد هستند، کارآفرینی سازمان در شرکت‌های تاسیس شده رشد می‌کند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۱۴). مدل‌ها و نظریه‌های مختلفی پیرامون مفهوم و ابعاد کارآفرینی سازمانی تا کنون ارائه شده است که در این پژوهش و متناسب با واقعیت‌های جامعه آماری مورد مطالعه از مدل کرنی و همکاران^۲ (۲۰۰۷) استفاده می‌شود که براساس آن مهمترین ابعاد کارآفرینی سازمانی شامل پیشگامی، ریسک‌پذیری و نوآوری می‌باشد. حال با توجه به اهمیت ایجاد نوآوری در شعب منتخب بانک صادرات و با توجه به افزایش شدت رقابت در این عرصه و هم‌چنین اهمیت ارائه خدمات جدید جهت افزایش سهم بازار، موضوع مورد نظر در شعب بانک صادرات شهر اصفهان مورد بررسی قرار می‌گیرد.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های داخلی

اله توکلی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان "رابطه هوش سازمانی با خودکارآمدی و رضایت شغلی دبیران متوسطه شهر جیرفت" نشان دادند که بین هوش سازمانی با خودکارآمدی و رضایت شغلی رابطه معناداری وجود دارد. بین ابعاد هوش سازمانی (چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر و روحیه) با رضایت شغلی رابطه معناداری وجود دارد. بین ابعاد هوش سازمانی با خودکارآمدی رابطه معناداری وجود دارد. هم‌چنین متغیر چشم انداز استراتژیک نسبت به دیگر متغیرها پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای رضایت شغلی می‌باشد. متغیر روحیه نسبت به دیگر متغیرها پیش‌بینی‌کننده قوی‌تری برای خودکارآمدی می‌باشد. رضایی (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان "تاثیر مولفه‌های سرمایه‌ی فکری بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان" نشان داد که مولفه‌های انسانی،

1. Kuratko and et al
2. Kearney and et al

ساختاری و رابطه ای سرمایه‌ی فکری بر کارآفرینی سازمانی شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان اثر مثبت و معنادار دارد.

پژوهش‌های خارجی

چن و همکاران^۱ (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "قابلیت‌های IT و عملکرد نوآوری محصول: نقش کارآفرینی سازمانی و شدت رقابت" نشان داده‌اند که کارآفرینی سازمانی به نوبه‌ی خود منجر به بهبود عملکرد نوآوری محصول می‌شود. معادلات ساختاری PLS روش مدل سازی مورد استفاده در این مطالعه است که شدت ارتباط مثبت بین قابلیت‌های IT و کارآفرینی سازمانی را نشان می‌دهد. به طور کلی این مقاله به توسعه کارآفرینی قوی تر و نظریه‌های متمرکز IT و به درک ما از ارزش کسب و کار IT کمک می‌کند. در حالیکه در پژوهش در حال انجام رابطه هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد. مرزبان و همکاران^۲ (۲۰۱۳) در پژوهشی تحت عنوان "شناسایی عوامل موثر در کارآفرینی سازمانی در دانشگاه تهران" به این نتیجه رسیدند که حمایت مدیریت، آزادی عمل و کار، اختیار/ استقلال، پاداش و تقویت مرزهای سازمانی و در دسترس بودن زمان اثر مثبت و معنی دار بر روی جو کارآفرینی دانشگاه تهران دارد.

مرجانی و اعرابی^۳ (۲۰۱۱) به مطالعه ارتباط بین هوش سازمانی و مدیریت دانش در دپارتمان اقتصادی بانک مرکزی ایران پرداختند که نتایج آن حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین مولفه‌های هوش سازمانی و مدیریت دانش بود.

در پیشینه‌ی پژوهش بیشتر به بررسی ارتباط یکی از دو مولفه‌ی هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی با دیگر متغیرها پرداخته شده است، در حالیکه در این پژوهش سعی در آن است که به بررسی رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات اصفهان پرداخته شود.

روش شناسی پژوهش

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان می‌باشد و این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی می‌باشد. به منظور تدوین مبانی نظری پژوهش از روش مطالعات کتابخانه‌ای و برای آزمون

1. Chen and et al
2. Marzban and et al
3. Marjani & Arabi

فرضیه های پژوهش از پرسشنامه محقق ساخته با روایی و پایایی قابل قبول جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل کارشناسان و مدیران سطوح مختلف در شعب بانک صادرات شهر اصفهان می‌باشد که در آن از روش خوشه‌ای- طبقه‌ای متناسب با حجم استفاده گردیده است. معیار طبقه بندی نیز سهم کارشناسان و مدیران سطوح مختلف هر بخش به کل کارکنان شعب بانک صادرات شهر اصفهان می‌باشد. همچنین، با توجه به اهمیت تعداد نمونه در تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس روش مدل سازی معادلات ساختاری، در این پژوهش به ازای هر پارامتر حداقل ۵ نمونه در نظر گرفته شده است. این تعداد نمونه زمانی که بارهای عاملی در مدل پژوهش بالا باشد، برای انجام پژوهش‌ها قابل قبول و مناسب می‌باشد (کلین^۱، ۲۰۱۰)، با توجه به تعداد پارامترهای مدل، حجم نمونه مورد نیاز برای انجام پژوهش ۲۱۶ نفر برآورد گردید که از این تعداد، ۲۱۴ پرسشنامه تکمیل و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. متغیرهای پنهان در این پژوهش هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی هستند که توسط متغیرهای مشاهده پذیر مورد اندازه گیری قرار میگیرند. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش از دو پرسش نامه که برای سنجش هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی تدوین شده، استفاده شده است. در خصوص روایی محتوا، قبل از توزیع نهایی پرسش نامه‌ها، پرسشنامه در اختیار تعدادی از خبرگان و صاحب نظران قرار داده شد و ابهامات آنها مورد بازنگری قرار گرفت. برای اطمینان از پایایی پرسش نامه‌ها روش آلفای کرونباخ در این پژوهش به کار گرفته شده است، ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرها به صورت جداگانه با استفاده از نرم افزار SPSS مورد محاسبه قرار گرفت که نتایج در جدول زیر نشان داده شده اند.

جدول ۱- ضریب آلفای کرونباخ کارآفرینی سازمانی و هوش سازمانی

۰/۸۷	نوآوری
۰/۸۷	ریسک
۰/۸۷	پیشگامی
۰/۹۴	کارآفرینی سازمانی
۰/۸۹	بینش استراتژیک
۰/۸۱	تغییر گرایی
۰/۸۹	روحیه
۰/۹۰	مدیریت دانش یا یادگیری سازمانی
۰/۸۷	فناوری اطلاعات و ارتباطات
۰/۹۶	هوش سازمانی

ضریب آلفای کرونباخ کارآفرینی سازمانی ۰/۹۴ و ضریب آلفای کرونباخ هوش سازمانی ۰/۹۶ می‌باشد که نشانگر سطح خوبی از پایداری برای هر دو پرسش نامه است. این پژوهش به روش مدل سازی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Amos انجام شده است. مدل سازی معادلات ساختاری تحلیل کمی از پدیده های کیفی را به لحاظ روش شناختی، دقیق تر و به لحاظ کاربردی واقع بینانه ترمی سازد و به طور معمول ترکیبی از مدل های اندازه گیری و مدل های ساختاری است؛ بر مبنای مدل اندازه گیری، پژوهشگر تعریف می کند که کدام متغیرهای مشاهده پذیر، اندازه گیرنده متغیرهای پنهان هستند. در مدل های ساختاری روابط علی و معلولی بین متغیرهای پنهان مشخص می شوند (قاسمی، ۱۳۸۹)

فرضیات پژوهش

پنج فرضیه اصلی پژوهش

بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

فرضیه های فرعی پژوهش

- بین بینش راهبردی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
- بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
- بین روحیه سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
- بین تغییر گرایی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.
- بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

تجزیه و تحلیل داده ها

در این پژوهش جهت حصول اطمینان از روایی ابزار گردآوری داده ها از روش تحلیل عاملی تاییدی و به منظور تعیین پایداری آن از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. شاخص های کلی برازش الگو برای الگوهای اندازه گیری (تحلیل عاملی تاییدی) در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول شماره ۲: شاخص‌های کلی برازش الگوهای اندازه‌گیری

شاخص	بازه مورد قبول	کارآفرینی سازمانی	هوش سازمانی	نتیجه
CMIN/df	بین ۱-۳	۱/۱۰	۲/۲۰	قبول
GFI	$0.90 <$	۰/۹۱	۰/۹۲	قبول
NFI	$0.90 <$	۰/۹۲	۰/۹۲	قبول
RMR	نزدیک به صفر	۰/۰۴	۰/۰۶	قبول
CFI	$0.90 <$	۰/۹۹	۰/۹۵	قبول
RMSEA	نزدیک به صفر	۰/۰۲۸	۰/۰۷۶	قبول

آزمون فرضیه‌های پژوهش

هفت آزمون فرضیه اصلی پژوهش: بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

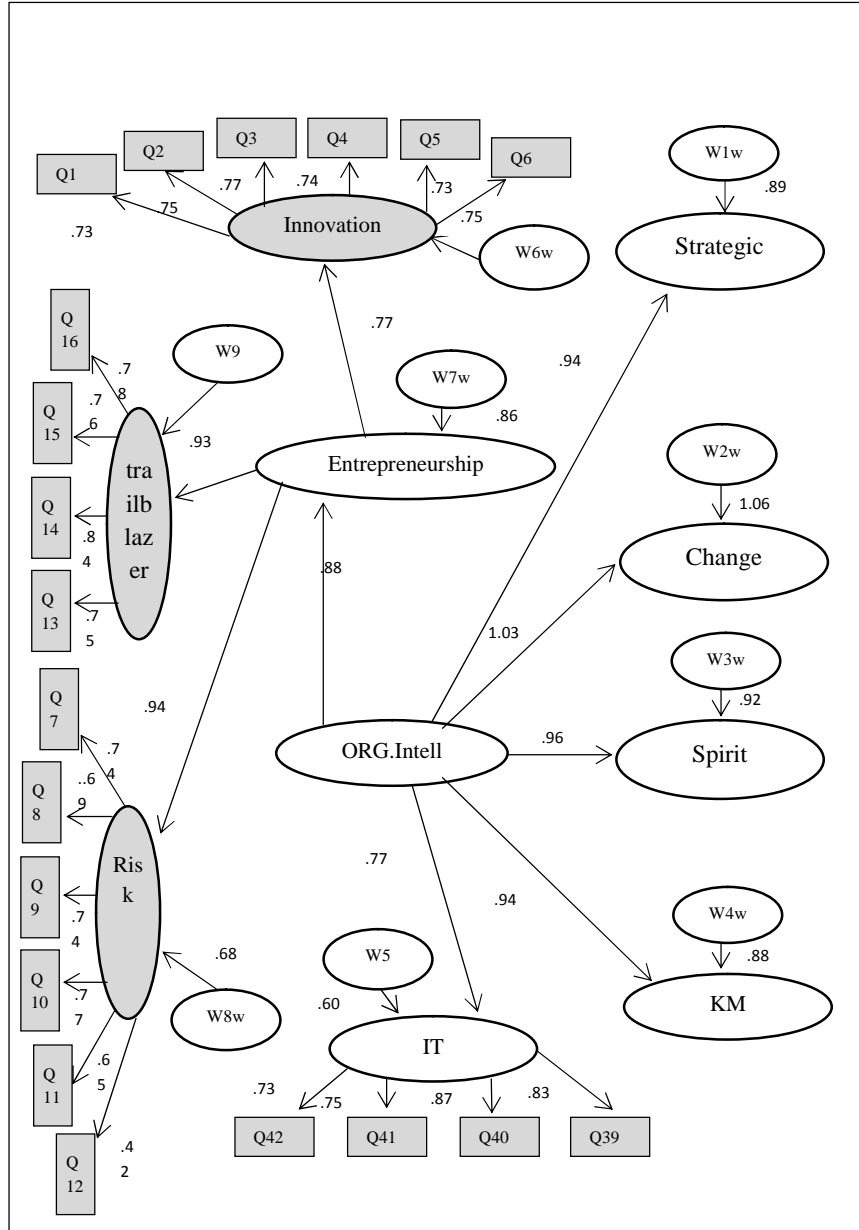
نتایج مربوط به آزمون فرضیه اصلی پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول شماره ۳: ضریب رگرسیونی (نتیجه آزمون فرضیه اصلی)

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب رگرسیونی	P	نتیجه	
۱	هوش سازمانی	کارآفرینی سازمانی	۰/۸۸	۰/۰۰	تایید

براساس نتایج جدول فوق از آنجایی که آماره آزمون محاسبه شده معنادار می‌باشد و نیز با توجه به ضریب رگرسیونی محاسبه شده، می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری نمود که بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه اصلی در شکل ذیل نشان داده شده است.



آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش

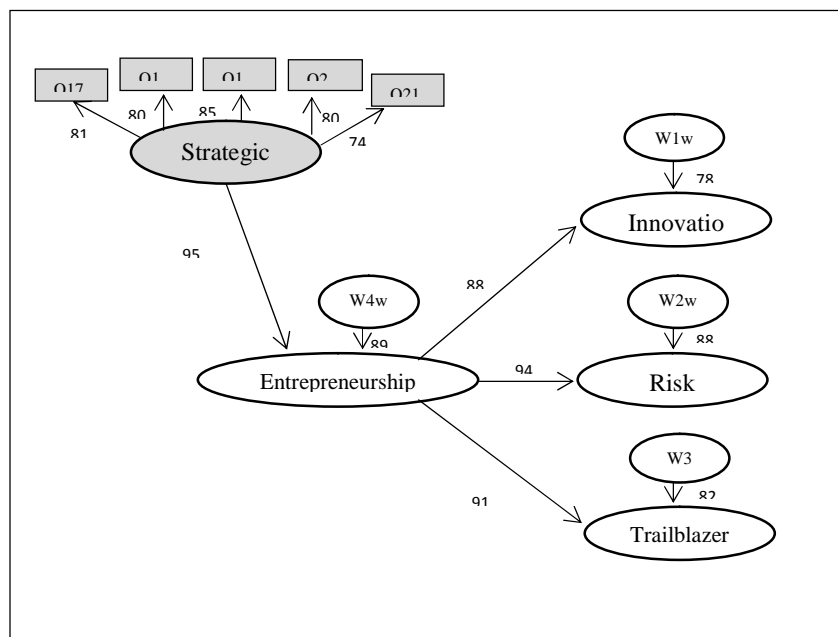
فرضیه فرعی اول: بین بینش راهبردی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه فرعی اول پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول شماره ۴: ضریب رگرسیونی (نتیجه آزمون فرضیه فرعی ۱)

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب رگرسیونی	P	نتیجه
۱	بینش راهبردی	۰/۹۵	۰/۰۰	تایید

براساس نتایج جدول فوق از آنجایی که آماره آزمون محاسبه شده معنادار می‌باشد و نیز با توجه به ضریب رگرسیونی محاسبه شده، می‌توان این گونه نتیجه گیری نمود که بین بینش راهبردی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه فرعی اول در شکل ذیل نشان داده شده است.



شکل شماره ۲: الگوی معادلات ساختاری فرضیه فرعی اول

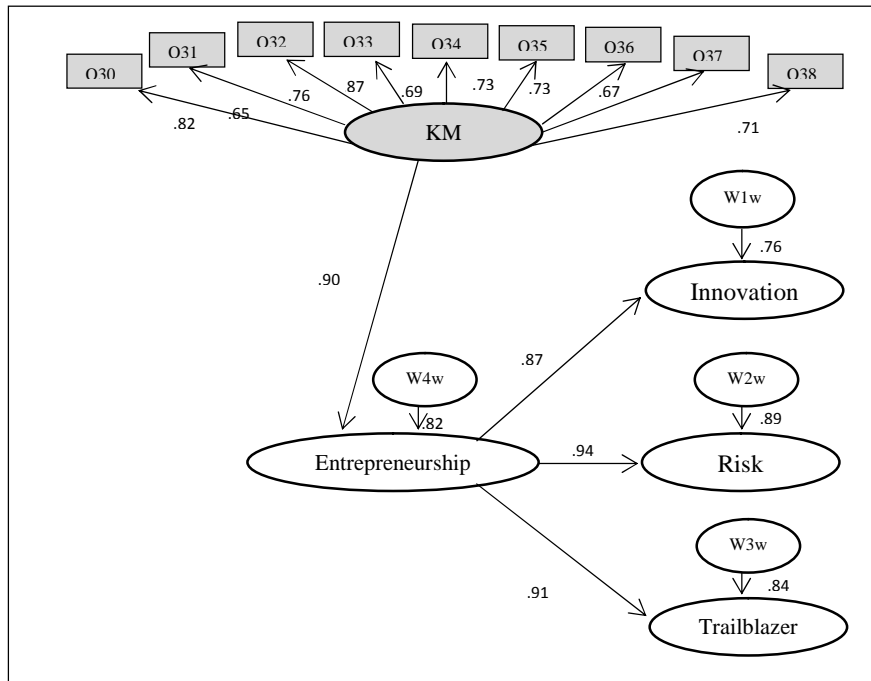
فرضیه (فرعی دوم): بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه فرعی دوم پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است

جدول شماره ۵: ضریب رگرسیونی (نتیجه آزمون فرضیه فرعی ۲)

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب رگرسیونی	P	نتیجه
۲	مدیریت دانش	کارآفرینی سازمانی	۰/۹۰	۰/۰۰ تایید

براساس نتایج جدول فوق از آنجایی که آماره آزمون محاسبه شده معنادار می باشد و نیز با توجه به ضریب رگرسیونی محاسبه شده، می توان این گونه نتیجه گیری نمود که بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه فرعی دوم در شکل ذیل نشان داده شده است.



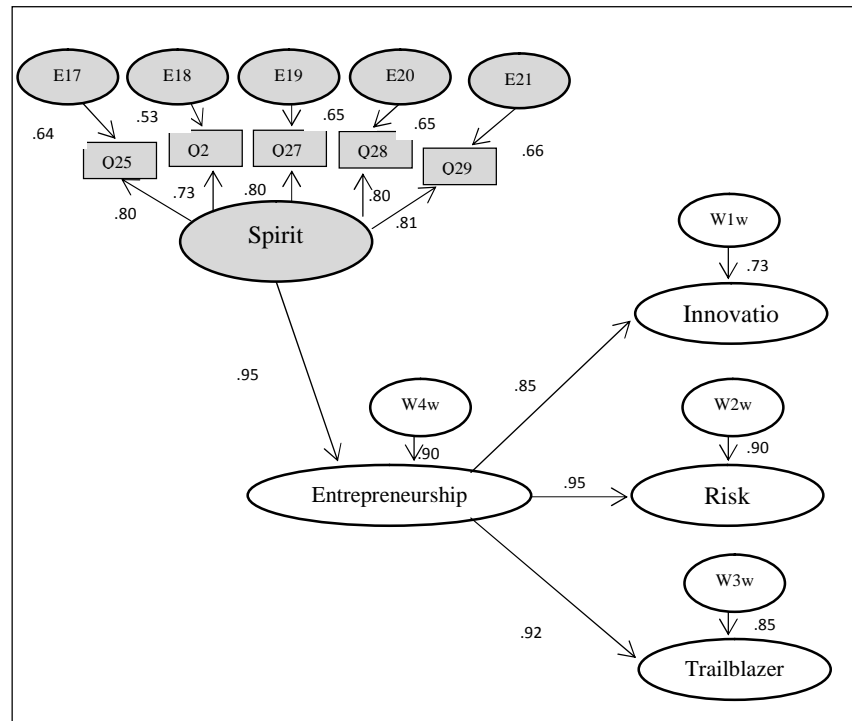
شکل شماره ۳: الگوی معادلات ساختاری فرضیه فرعی دوم

فرضیه (فرعی سوم): بین روحیه سازمانی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه فرعی سوم پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است.
جدول شماره ۶: ضریب رگرسیونی (نتیجه آزمون فرضیه فرعی ۳)

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب رگرسیونی	P	نتیجه
۳	روحیه سازمانی	کارآفرینی سازمانی	۰/۹۵	تایید

براساس نتایج جدول فوق از آنجایی که آماره آزمون محاسبه شده معنادار می‌باشد و نیز با توجه به ضریب رگرسیونی محاسبه شده، می‌توان نتیجه‌گیری نمود که بین روحیه سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه فرعی سوم در شکل ذیل نشان داده شده است.



شکل شماره ۴: الگوی معادلات ساختاری فرضیه فرعی سوم

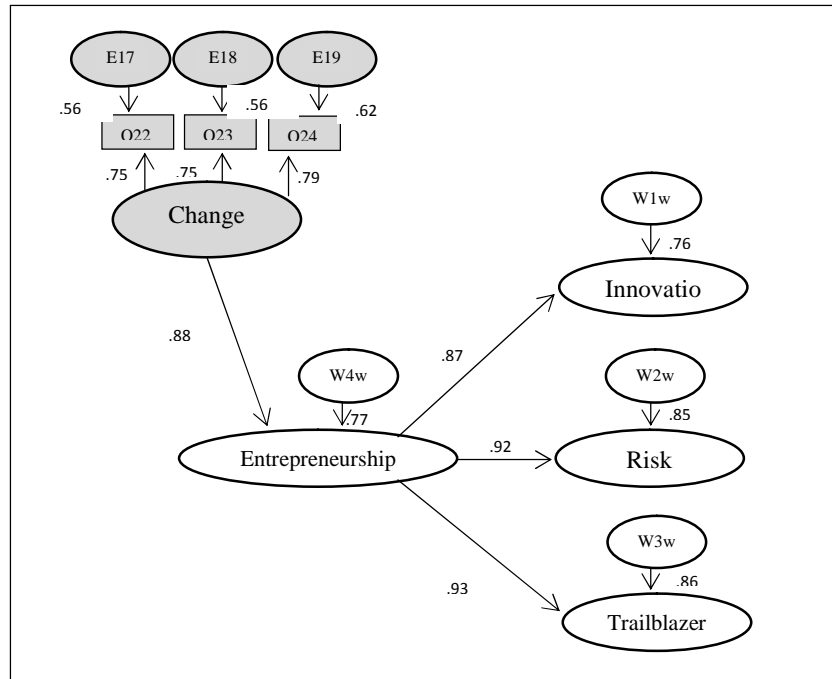
فرضیه (فرعی چهارم): بین تغییر گرایی و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه فرعی چهارم پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول شماره ۷: ضریب رگرسیونی (نتیجه آزمون فرضیه فرعی ۴)

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب رگرسیونی	P	نتیجه
۴	تغییر گرایی	۰/۸۸	۰/۰۰	تایید

بر اساس نتایج جدول فوق از آنجایی که آماره آزمون محاسبه شده معنادار می باشد و نیز با توجه به ضریب رگرسیونی محاسبه شده، می توان این گونه نتیجه گیری نمود که بین تغییر گرایی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه فرعی چهارم در شکل ذیل نشان داده شده است.



شکل شماره ۵: الگوی معادلات ساختاری فرضیه فرعی چهارم

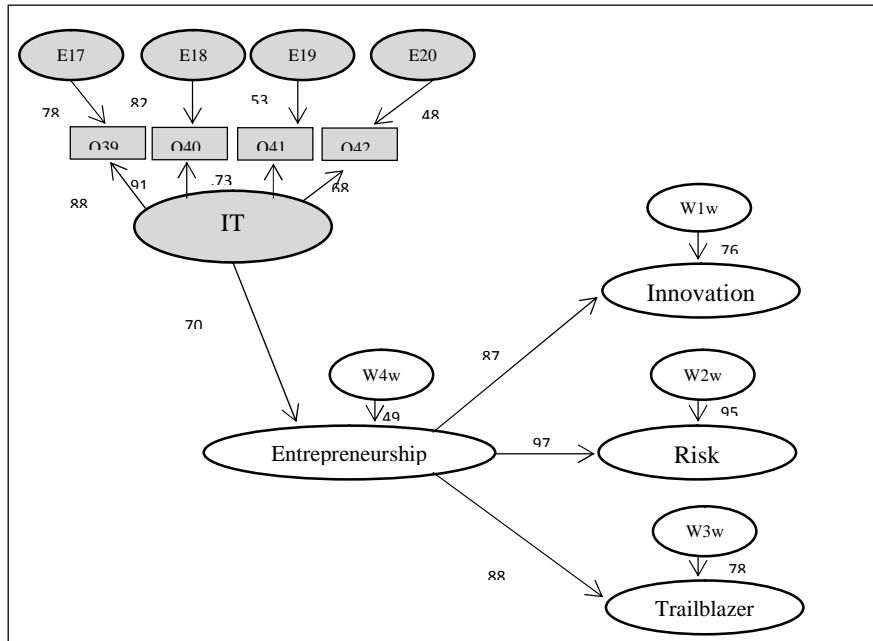
فرضیه (فرعی پنجم) : بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد.

نتایج مربوط به آزمون فرضیه فرعی پنجم پژوهش در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول شماره ۸: ضریب رگرسیونی (نتیجه آزمون فرضیه فرعی ۵)

شماره فرضیه	فرضیه	ضریب رگرسیونی	مقدار بحرانی	P	نتیجه	
۵	فناوری اطلاعات و ارتباطات	کارآفرینی سازمانی	۰/۷۰	۸/۲۲	۰/۰۰	تایید

براساس نتایج جدول فوق از آنجایی که آماره آزمون محاسبه شده معنادار می باشد و نیز با توجه به ضریب رگرسیونی محاسبه شده، می توان نتیجه گیری نمود که بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل معادلات ساختاری مربوط به فرضیه فرعی پنجم در شکل ذیل نشان داده شده است



شکل شماره ۶: الگوی معادلات ساختاری فرضیه فرعی پنجم

نتیجه گیری

سازمان ها و شرکت ها برای ادامه حیات و بقا خود و پاسخ به چالش های فزاینده، نیازمند نوآوری و کارآفرینی هستند. این مهم جز با کارآفرینی سازمانی، به عنوان موتور حرکت دهنده سازمان و توسعه کشور و توسط کارآفرینان سازمانی به عنوان هسته اصلی کارآفرینی در سازمانها محقق نمی شود. همانطور که گفته شد با توجه به متلاطم بودن محیط های کسب و کار و با توجه به اینکه سازمانها باید فرصت های جدید را کشف و از آنها به نحو احسن استفاده کنند هوش سازمانی با امکان ایجاد بیش از استراتژیک، تغییرگرایی، کاربرد دانش و ایجاد روحیه و فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان این امکان را فراهم می کند تا نوآوری و ریسک و پیشگامی در سازمان به وجود بیاید و در نتیجه سازمان بهتر بتواند خودش را با تغییرات محیط هماهنگ کند. به بیان بهتر این کارکنان با ضریب هوشی بالا هستند که خلاقیت و نوآوری را در سازمان افزایش می دهند، بنابراین هوش سازمانی در یک سازمان بسیار مهم و ضروری است. این مطالعه با هدف بررسی رابطه ی بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان انجام شد. بر اساس آزمون فرضیه های انجام گرفته، بین ابعاد هوش سازمانی با کارآفرینی سازمانی رابطه ی مثبت و معناداری وجود دارد. براین اساس و با توجه به نتایج پژوهش، در زیر پیشنهادهایی به مدیران و سیاستگذاران سیستم بانکی به خصوص بانک صادرات ایران ارائه می شود

- ۱- با توجه به تایید رابطه بین بینش راهبردی و کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می شود که مدیران و سیاستگذاران، تحولات محیطی را در سازمان خود مورد بررسی قرار دهند و هم چنین استراتژی های سازمان را متناسب با تحولات محیطی تدوین و بازنگری نمایند.
- ۲- با توجه به تایید رابطه بین تغییرگرایی و کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می شود که مدیران ارشد سازمان اشتباهات خود را بپذیرند و کارکنان سازمان را به ایجاد تغییرات و رویه های کاری متناسب با تحولات محیطی تشویق نمایند.
- ۳- با در نظر گرفتن رابطه بین روحیه سازمانی و کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می شود که به کیفیت زندگی کاری در سازمان توجه شود و مدیران به تعهدات خود در مقابل کارکنان پایبند باشند.
- ۴- با توجه به رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می شود مدیران برای دانش، یادگیری و رشد حرفه ای کارکنان در سازمان ارزش قائل شوند و هم چنین در سازمان امکان به کارگیری دانش روز را به وجود آورند.
- ۵- با توجه به رابطه فناوری اطلاعات و ارتباطات و کارآفرینی سازمانی پیشنهاد می شود

که منابع کافی برای پیاده سازی و استفاده از فناوری های جدید توسط سازمان تخصیص داده شود و آموزش های لازم به کاربران برای بکارگیری فناوری های جدید ارائه شود.

منابع

- الوانی، سیدمهدی؛ کهن هوش نژاد، رضا؛ صفری، سعید و خدامرادی، سعید، (۱۳۹۲)، "شناسایی و اولویت بندی عوامل سازمانی موثر بر اجرایی کردن ابعاد کارآفرینی سازمانی با تبیین نقش نهادینه سازی کارآفرینی". فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول). ۲۳(۷۰): ص ۱-۲۴
- اله توکلی، غلامرضا؛ شهامت، نادر و اوچی نژاد، احمدرضا، (۱۳۹۴). "رابطه هوش سازمانی با خودکارآمدی و رضایت شغلی دبیران متوسطه شهر جیرفت". فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی. ۶(۱): ص ۲۱۳-۲۲۷
- حسینی، سید یعقوب و چلی سریل، نینا، (۱۳۹۲). "تأثیر هوش سازمانی بر یادگیری در سازمان"، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳(۷۱)، ص ۱۵۹-۱۳۱
- رضایی، روح اله، (۱۳۹۳). "تأثیر مؤلفه های سرمایه فکری بر کارآفرینی سازمانی شرکت های خدمات مشاوره ای، فنی و مهندسی کشاورزی استان زنجان". فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی. ۲۱(۲): ص ۱۴۷-۱۲۵
- غلامی، شهرام؛ غفوریان، هما؛ معنوی پور، داود، (۱۳۹۰). "رابطه هوش سازمانی و عملکرد مدیران"، فصلنامه تازه های روان شناسی صنعتی/سازمانی، ۲(۶)، ص ۹۹-۸۹
- قاسمی، وحید. (۱۳۸۹). *مدلسازی معادله ساختاری در پژوهشهای اجتماعی با کاربرد Amos Graphics*. تهران: جامعه شناسان.
- مختاری باج کلایی، مهران، میرسپاسی، نیلوفر، و موسوی دلخوشی، امیر، (۱۳۹۳). "شناسایی و تبیین رابطه ی هوش سازمانی با مدیریت دانش"، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، ۹(۳۲)، ص ۱۵۴-۱۱۹
- Ahadinezhad, M.; Badami, R & Mostahfezian, M. (2012). Organizational intelligence and excellence based on EFQM model among the Isfahan sport boards are interrelated. *World Journal of Sport Sciences*, 6 (4), pp. 328-330
- Akgün, E. A.; Byrne, J. & Keskin, H. (2007). Organizational intelligence: a structuration view. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), pp.272-289.
- Albrecht, K. (2003). Organizational intelligence survey. *Australian Institute of Management*. 5(19): 78-81
- Chen, Y.; Wang, Y; Nevo, S.; Benitez-Amado, J. & Kou, G (2015). IT capabilities and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and competitive intensity. *Information & Management*, 52(6): 643-657.

Fox, Julie M. (2008). *Organizational entrepreneurship and the organizational performance linkage in university extension*. (Dissertation). Ohio State University: pp.40-59

Jung Y. (2014). *An Approach to Organizational Intelligence Management (a Framework for Analyzing Organizational Intelligence within the Construction Process)*. Dissertation submitted to the Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Environmental Design and Planning: pp.66

Kearney, C., Hisrich, R., & Rochie, F. (2007). Facilitating public sector corporate

entrepreneurship process: A conceptual model. *Journal of Enterprising Culture*, 15: pp.75-299

Kline, R. B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (Third ed.). New York: The Guilford Press.

Kuratko, D.; Hornsby, J. & Covin, J. (2014). Diagnosing a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. *Journal of Business Horizons* 57, pp.37-47

Kuratko, D. F. ; Goldsby, M. G. & Hornsby, J. S. (2012). *Innovation acceleration: Transforming organizational thinking*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Maries, E. & Scarlat, E. (2011). Enhancing the Computational Collective Intelligence within Communities of Practice Using Trust and Reputation Models. *Springer- Verlag Berlin Heidelberg*, pp. 74-95

Marjani, A. B. & Arabi, P. (2011). The role of organizational intelligence in organizational knowledge management (the case of the central bank of the Islamic republic of Iran), *European Journal of Social Sciences*, 25(3):pp. 49-58

Marzban, S.H.; Moghimi, M. & Ramezan, M. (2013). The effective factors in organizational entrepreneurship climate: Evidence from University of Tehran, *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 5(1): pp. 76 – 93

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

Mousavi S. H.; Talebzadeh Nobarian, M. & Shams Mourkani, G. (2012). The relationship between spiritual intelligence and organizational citizenship behavior high school teachers in Zanjan. *Journal of Quarterly Educational Psychology*, 7(22), 65-94

Veryard, R. (2012). *Organizational Intelligence*, Lean pub, chapter 1, pp.12-18

Zaree Mahrjerdi, M.; Rezaei, M.; Arabion, A. & Akbari R. (2010). *Organizational entrepreneurship; Concepts, Implications & Models*.

Innovation & Creation in Science; 1(1). (In Persian)

Zehir, C.; muceldili, B.; Zehir, S. (2012). *The Impact of Corporate on Entrepreneurship Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment: Evidence from Turkey SMFs. Procedia- Social and Behavioral Sciences* 58, pp. 924-933

Zenovia, C. P. & Maier, V. (2011). Entrepreneurship versus Intrapreneurship. *Review of International Comparative Management*, 12(5), pp. 971-976