

صلاة الاضلاع



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت- گروه مدیریت کارآفرینی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: "کسب و کار جدید"

عنوان:

بررسی تاثیر هوش سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در بانک رفاه

استاد راهنما:

دکتر سید جلیل میرمیران

پژوهشگر:

الهه بابائی

بهار ۱۳۹۴

تقدیم به:

پدر فداکار، مادر مهربان و همسر عزیزم، به
پاس زحمات بی دریغشان
و هر آنکس که مشتاقانه در پی تحصیل علم و
ترویج آن است.

سپاسگزارى:

شكر و سپاس يكتاي بى همتايى را كه توفيقات عيان و نهان بندگان، بى توسل به او غير ممكن و محال است، بى شك توفيق تحصيل اندك خویش را مديون تشويق، تلاش و كوشش بى دریغ پدر و مادر عزيز و معلمين و استادان فداكارم می دانم. در غایت فروتنی و اخلاص مراتب قدردانی و سپاسگزارى خویش را بر تمامی فرزندگان و ادیبان نثار کرده و بر خود واجب می دانم از استاد گرانقدر و فرهیخته جناب آقای دکتر میرمیران که راهنمایی های خردمندانه ایشان در تمامی مراحل کار، راهگشا و چراغ راهم بود و تقدیر و تشکر نمایم.

فصل اول

۱ کلیات تحقیق
۲ ۱-۱- مقدمه
۲ ۲-۱- بیان مساله تحقیق
۴ ۳-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق
۶ ۴-۱- اهداف تحقیق
۶ ۵-۱- چارچوب نظری:
۷ ۶-۱- مدل مفهومی تحقیق
۸ ۷-۱- فرضیه های تحقیق
۸ ۸-۱- روش تحقیق
۹ ۹-۱- قلمرو تحقیق
۹ ۱۰-۱- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۹ ۱۱-۱- تعریف اصطلاحات و متغیرهای تحقیق

فصل دوم

۱۱ ادبیات و پیشینه تحقیق
۱۱ ۱-۲- مقدمه
۱۲ ۲-۲- هوش سازمانی
۱۳ ۲-۲-۱- مفهوم هوش
۱۴ ۲-۲-۲- نظریه های هوش
۱۷ ۳-۲-۲- انواع هوش
۱۸ ۴-۲-۲- تعریف هوش سازمانی
۱۹ ۵-۲-۲- ویژگی های هوش سازمانی
۱۹ ۶-۲-۲- هوش سازمانی از دیدگاه های مختلف
۲۴ ۷-۲-۲- چرا هوش سازمانی اهمیت دارد؟
۲۴ ۸-۲-۲- سه هوشمندی حیاتی در سازمان ها
۲۵ ۹-۲-۲- قانون آلبرخت
۲۶ ۱۰-۲-۲- ابعاد و شاخص های هوش سازمانی از نظر کارل آلبرخت
۲۸ ۱۱-۲-۲- توانمند سازی های کلیدی هوش سازمانی
۳۰ ۱۲-۲-۱- دلایل استفاده از هوش سازمانی در سازمان ها
۳۰ ۱۳-۲-۲- گام های اساسی استفاده درست از هوش سازمانی
۳۱ ۱۴-۲-۲- بهبود هوش سازمانی
۳۲ ۳-۲- کارآفرینی سازمانی
۳۲ ۱-۳-۲- مفهوم و تعاریف کارآفرینی
۳۴ ۲-۳-۲- تاریخچه کارآفرینی
۳۵ ۳-۳-۲- تعریف کارآفرین
۳۶ ۱-۳-۳-۲- صفات و ویژگی های کارآفرینان
۳۷ ۴-۳-۲- انواع کارآفرینی
۳۸ ۵-۳-۲- تعریف کارآفرینی سازمانی

۴۰	۶-۳-۲- ویژگی‌های کارآفرینان سازمانی.....
۴۰	۷-۳-۲- ویژگی‌های کلی محیط کارآفرین سازمانی.....
۴۱	۸-۳-۲- ویژگی‌های فردی مورد نیاز برای کارآفرین سازمانی.....
۴۱	۹-۳-۲- ساختار و کارآفرینی سازمانی.....
۴۲	۱۰-۳-۲- ساختار کارآفرینانه و چرخه حیات سازمان.....
۴۲	۴-۲- پیشینه تحقیق.....
۴۳	۱-۴-۲- مطالعات خارجی.....
۴۵	۲-۴-۲- مطالعات داخلی.....
۵۰	۵-۲- تاریخچه بانک رفاه.....
۵۰	۱-۵-۲- بانک رفاه در یک نگاه.....
۵۰	۲-۵-۲- چشم انداز و مأموریت و خطی مشی بانک رفاه.....

فصل سوم

۵۲	روش شناسی تحقیق.....
۵۲	۱-۳- مقدمه.....
۵۳	۲-۳- روش تحقیق.....
۵۳	۳-۳- جامعه آماری.....
۵۴	۴-۳- نمونه آماری و روش نمونه گیری.....
۵۴	۵-۳- متغیرهای تحقیق.....
۵۵	۱-۵-۳- متغیر مستقل.....
۵۵	۲-۵-۳- متغیر وابسته.....
۵۵	۶-۳- روش جمع آوری اطلاعات.....
۵۵	۷-۳- مشخصات پرسشنامه.....
۵۷	۸-۳- روایی و پایایی پرسشنامه.....
۵۷	۱-۸-۳- روایی.....
۵۷	۲-۸-۳- پایایی.....
۵۷	۹-۳- نحوه تجزیه و تحلیل اطلاعات.....

فصل چهارم

۵۹	تجزیه و تحلیل داده های تحقیق.....
۵۹	۱-۴- مقدمه.....
۵۹	۲-۴- توصیف متغیرهای زمینه ای.....
۵۹	۱-۲-۴- جنسیت پاسخگویان.....
۶۱	۲-۲-۴- تحصیلات پاسخگویان.....
۶۱	۳-۲-۴- سابقه کار پاسخگویان.....
۶۲	۳-۴- توصیف کمی متغیرهای پژوهش.....
۶۷	۴-۴- توصیف کیفی ابعاد متغیرهای تحقیق.....
۶۷	۱-۴-۴- توصیف متغیر میزان هوش سازمانی.....
۶۸	۲-۴-۴- توصیف متغیر میزان کارآفرینی سازمانی.....

۶۹	۵-۴- نتایج مربوط به آزمون نرمالیتی متغیرها:.....
۷۰	۶-۴- تحلیل داده ها (بررسی فرضیه های تحقیق)
	فصل پنجم
۸۰	نتیجه گیری و پیشنهادات
۸۱	۱-۵- مقدمه.....
۸۱	۲-۵- خلاصه تحقیق.....
۸۱	۳-۵- یافته های تحقیق.....
۸۱	۱-۳-۵- یافته های حاصل از ویژگی های جمعیت شناختی.....
۸۲	۲-۳-۵- یافته های حاصل از بررسی شاخص های مربوط به متغیر های تحقیق.....
۸۳	۳-۳-۵- نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق.....
۸۳	۱-۳-۳-۵- فرضیه اصلی تحقیق.....
۸۳	۲-۳-۳-۵- فرضیه فرعی اول.....
۸۳	۳-۳-۳-۵- فرضیه فرعی دوم.....
۸۳	۴-۳-۳-۵- فرضیه فرعی سوم.....
۸۴	۵-۳-۳-۵- فرضیه فرعی چهارم.....
۸۴	۶-۳-۳-۵- فرضیه فرعی پنجم.....
۸۴	۷-۳-۳-۵- فرضیه فرعی ششم.....
۸۵	۸-۳-۳-۵- فرضیه فرعی هفتم.....
۸۵	۹-۳-۳-۵- فرضیه فرعی هشتم.....
۸۵	۴-۵- پیشنهادات.....
۸۵	۱-۴-۵- پیشنهادات کاربردی.....
۸۶	۲-۴-۵- پیشنهادات به محققان آتی.....
۸۷	۵-۵- محدودیت های تحقیق.....
۸۸	منابع و مأخذ.....
۹۵	منابع فارسی.....
۸۸	یوستها و ضمائم.....
۹۷	ABSTRACT.....

فهرست جداول

- جدول (۱-۲). تعاریف هوش سازمانی از دیدگاه صاحب نظران مختلف ۱۹
- جدول ۲-۴ خلاصه پیشینه تحقیق ۴۷
- جدول ۳-۱ ضریب آلفای کرونباخ ۵۶
- جدول شماره (۱-۴) توزیع پاسخگویان برحسب جنسیت ۶۰
- جدول شماره (۲-۴) توزیع پاسخگویان برحسب تحصیلات ۶۱
- جدول شماره (۳-۴) توزیع پاسخگویان برحسب سابقه کار ۶۱
- جدول شماره (۴-۴) : مقادیر شاخص های توصیفی در خصوص متغیرهای اصلی ۶۳
- جدول شماره (۵-۴) : توزیع فراوانی متغیر میزان هوش سازمانی کارکنان ۶۸
- جدول شماره (۶-۴) : توزیع فراوانی متغیر میزان کارافرینی سازمانی کارکنان ۶۸
- جدول شماره (۷-۴) : نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف یک نمونه ای برای پذیره نرمال بودن ۶۹
- جدول شماره (۸-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان تصویر استراتژیک با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۰
- جدول شماره (۹-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان سرنوشت مشترک با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۱
- جدول شماره (۱۰-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان تمایل به تغییر با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۲
- جدول شماره (۱۱-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان روحیه با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۳
- جدول شماره (۱۲-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان همسویی و توافق با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۴
- جدول شماره (۱۳-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان کاربرد دانش با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۵
- جدول شماره (۱۴-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان فشار عملکرد با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۶
- جدول شماره (۱۵-۴): معناداری آزمون فریدمن ابعاد هوش سازمانی کارکنان ۷۷
- جدول شماره (۱۶-۴) : : ارزیابی و اولویت بندی بعدهای هوش سازمانی ۷۷
- جدول شماره (۱۷-۴): ضرایب همبستگی بین متغیر میزان هوش سازمانی با متغیر میزان کارافرینی سازمانی ۷۹

فهرست نمودارها

- نمودار شماره (۱-۴) توزیع پاسخگویان برحسب جنسیت..... ۶۰
- نمودار شماره (۲-۴) توزیع پاسخگویان برحسب تحصیلات..... ۶۱
- نمودار شماره (۳-۴) توزیع پاسخگویان برحسب سابقه کار..... ۶۲
- نمودار شماره (۴-۴) بافت نگار برای میزان تصویر استراتژیک کارکنان..... ۶۳
- نمودار شماره (۵-۴) بافت نگار برای میزان سرنوشت مشترک کارکنان..... ۶۴
- نمودار شماره (۶-۴) بافت نگار برای میزان تمایل به تغییر کارکنان..... ۶۵
- نمودار شماره (۷-۴) بافت نگار برای میزان روحیه کارکنان..... ۶۵
- نمودار شماره (۸-۴) بافت نگار برای میزان همسویی و توافق کارکنان..... ۶۵
- نمودار شماره (۹-۴) بافت نگار برای میزان کاربرد دانش کارکنان..... ۶۶
- نمودار شماره (۱۰-۴) بافت نگار برای میزان فشار عملکرد کارکنان..... ۶۶
- نمودار شماره (۱۱-۴) بافت نگار برای میزان هوش سازمانی کارکنان..... ۶۷
- نمودار شماره (۱۲-۴) بافت نگار برای میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان..... ۶۷
- نمودار شماره (۱۳-۴) توزیع فراوانی متغیر میزان هوش سازمانی کارکنان..... ۶۸
- نمودار شماره (۱۴-۴) توزیع فراوانی متغیر میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان..... ۶۹
- نمودار شماره (۱۵-۴) پراکندگی تصویر استراتژیک^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۱
- نمودار شماره (۱۶-۴) پراکندگی سرنوشت مشترک^۸ کارآفرینی سازمان..... ۷۲
- نمودار شماره (۱۷-۴) پراکندگی تمایل به تغییر^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۳
- نمودار شماره (۱۸-۴) پراکندگی روحیه^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۴
- نمودار شماره (۱۹-۴) پراکندگی همسویی و توافق^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۵
- نمودار شماره (۲۰-۴) پراکندگی کاربرد دانش^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۶
- نمودار شماره (۲۱-۴) پراکندگی فشار عملکرد^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۷
- نمودار شماره (۲۲-۴) پراکندگی هوش سازمانی^۸ کارآفرینی سازمانی..... ۷۹

فهرست شکلها

- شکل ۱-۱ - هوش سازمانی منبع: احمدی و رنجیر (۱۳۹۲) ۸
- شکل ۱-۲ شاخص های هوش سازمانی ۲۷
- شکل ۲-۲ عوامل توانمند سازی هوش سازمانی ۲۸

فصل اول

كليات تحقيق

۱-۱- مقدمه

کارآفرینی، کانون و مرکز ثقل کار و تلاش و پیشرفت در عصر مدرنیته تلقی می شود. ما بدون توجه کافی به مقوله توسعه فرهنگ کارآفرینی نمی توانیم به شاخص های رشد و توسعه که از طریق تغییر در روند تولید، بهره وری و توان افزایی فنی و صنعتی در عرصه اقتصاد حاصل می شود، دست یابیم. در گذر از مرحله سنتی به صنعتی باید بین توانمندی ها و قابلیت های فردی کارآفرینان در بهره گیری از منابع طبیعی و بکارگیری تکنولوژی مدرن اهتمام ویژه ای قائل شویم. زیرا از یک طرف، آنها با بکارگیری روش های جدید در بازار، خود را برای استفاده بهینه از ابزار و دستیابی به کیفیت مطلوب کالا و خدمات آماده می سازند و از طرف دیگر، کارآفرینی تأثیر اقتصادی و اجتماعی همچون ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توضیح متناسب درآمد، بهره برداری از منابع و فعال شدن آنها برای بهره وری دارد (سالازار و همکاران، ۱۳۸۶).

دست اندرکاران سازمان با استفاده از تحقیقات موردی و مراجعه به رویدادهای گذشته می کوشند، سازمان را در مسیری قرار دهند، تا از بسیاری از فرصت های موجود بهره برداری نمایند. این شیوه عمل را می توان در بسیاری از بخش های سازمان بکار برد و در هر سازمان و در هر نقطه از جهان قابل کاربرد کرد. سازمان های کارآفرین، سازمانی هایی هستند که توجه خود را معطوف به رشد و اجرای استراتژی تهاجمی می نمایند و نه اینکه نیروی خود را صرف بقای خود و تثبیت بازار کنند (کارت رایت، ۲۰۰۳).

بر کسی پوشیده نیست که دنیای متلاطم و پرشتاب امروز افرادی موفق و کارا هستند که از بهره هوشی بالا بهره مندند. چنین افرادی با بهره گیری از هوش خدادای خود بر مسائل و مشکلات زندگی غلبه می کنند. در دنیای سازمانی نیز وضع به همین گونه است. بخصوص اینکه در عصر حاضر هر چه زمان به جلوتر می رود با توجه به پیشرفت علوم و فنون و پیدایش نیازها و چالش های جدید، سازمان ها پیچیده تر و اداره آنها مشکل تر می شود. این مفهوم زمانی اهمیت بیشتری می یابد که بپذیریم علاوه بر منبع عظیم و خلاق انسانی هوشمند، ابزار مکانیکی هوشمند نیز در روند عملکرد سازمان ها نقش دارند. بنابراین در سازمان های پیچیده امروزی هوش سازمانی برآیند هوش فعال انسانی و هوش مصنوعی است. بی تردید مدیران سازمان ها برای پویایی و افزایش کارایی سازمان خود راهی جز بهره گیری از این دو جریان هوشمند نخواهند داشت (حیاتی، ۱۳۸۵).

۱-۲- بیان مسأله تحقیق

در سال های اخیر کارآفرینی و پرورش سازمان ها و موسسات کوچک و متوسط به یکی از مهمترین موضوعات اقتصادی در کشورهای در حال توسعه تبدیل شده است. بدون شک این اقبال و توجه مجدد به اهمیت روحیه رقابت پذیری، به سبب رکود اقتصادی، نوسان های شدید و

نرخ بالای بیکاری در چرخه بین‌المللی بوده است. از طرف دیگر پدیده جهانی شدن، افزایش رقابت، مشتری‌مداری و خلاقیت و نوآوری و مواردی از این قبیل، اقتصاد کشورها را با چالشی جدی مواجه ساخته است. این وضعیت باعث افزایش اهمیت دادن به کارآفرینی در رشد و توسعه اقتصادی کشورهای مختلف جهان به صورت یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر، مورد تایید و تاکید قرار گرفته و در واقع از نگاه بیشتر صاحب‌نظران اقتصادی، کارآفرینی به عنوان مهمترین منبع نوآوری، اشتغال‌زایی و رشد و توسعه و تنها راه حل برای کاهش نرخ بیکاری و دستیابی به رفاه اقتصادی و اجتماعی شده است (ریچارد^۱ و همکاران، ۲۰۰۳ به نقل از حسینی، ۱۳۹۰).

بنابراین، یکی از ارزان‌ترین ابزارها، برای رشد و توسعه کسب و کار، کارآفرینی است، که بهترین نتیجه و بیشترین کارایی را دارد. برای داشتن یک کسب و کار موفق، به چیزی بیش از ایده و فکر خوب نیاز است و آن وجود کارآفرین خوب است. پرورش افراد کارآفرین در درون سازمان مستلزم فراهم آوردن بستری مناسب و ترویج روحیه کارآفرینی است. روحیه کارآفرینی می‌تواند مزیت رقابتی بسیار ارزشمندی باشد. گسترش این روحیه در شرکت‌های کارآفرین مستلزم آن است که شرکت، استقلال و آزادی لازم را به کارآفرینان واگذار نماید تا با حرکت به طرف گرایش استراتژیک، تعهد به فرصت، تعهد به منابع، کنترل منابع، ساختار مدیریت و فلسفه پاداش در رشد و پیشرفت و همچنین رقابت پذیر کردن آن سهام‌بازان باشد. سازمان‌ها می‌توانند از طریق تشویق کارکنان و ترغیب آنها به کارآفرینی سازمانی باعث بروز نوآوری گردند و سپس به این افراد آزادی عمل داده شود تا بتوانند بدون درگیری با قوانین و مقررات دست و پاگیر (دیوان‌سالاری) طرح‌های خود را به اجرا در آورند. در این میان به نظر می‌رسد هوش سازمانی در ایجاد چنین پتانسیلی و گرایش به کارآفرینی سازمانی می‌تواند موثر واقع گردد (خدابخشی و وظیفه‌دمیرچی، ۱۳۸۸، ۱۴۳).

یکی از سیاست‌های اصلی کشورها در سال‌های اخیر توجه به هوش سازمانی به منظور ارتقاء کارآفرینی می‌باشد. با این حال، از جمله کاستی‌های مطالعات گذشته انجام شده بر روی کارآفرینی، به لحاظ ماهیت، ساختار و شرایط محیطی، عدم توجه به هوش سازمانی می‌باشد که توسط محققان و صاحب‌نظران در حوزه علوم انسانی مورد انتقاد قرار گرفت. در واقع هوش سازمانی به منزله پنجره پویای کسب و کار به محیط بیرون است که عملکرد سازمانی را شناسایی می‌کند، کارایی را افزایش می‌دهد و فرصت‌های ناشناخته را شکار می‌کند (بخشیان، ۱۳۹۰).

از طرفی، امروزه با اطمینان کامل می‌توان ادعا کرد که استفاده از راه حل هوش سازمانی می‌تواند قدرت رقابت پذیری یک سازمان را افزایش دهد و از دیگر سازمان‌ها متمایز نماید. تعریف کارل آلبرخت^۲ (۲۰۰۲) نویسنده و طراح هوش سازمانی، هوش سازمانی^۳ را «ظرفیت قوی ذهنی سازمان برای انجام وظیفه یا یک اقدام مهم» تعریف می‌کند. وی برای موفقیت در

^۱ Richard

^۲ Carl Albrecht

^۳ Organizational intelligence

یک کسب و کار (سازمان) به داشتن عامل انسانی هوشمند^۴، تیم های هوشمند^۵ و سازمان های هوشمند^۶ اشاره می کند. آلبرخت برای پاسخگویی و جلوگیری از کندذهنی گروهی، هوش سازمانی را در هفت بعد تصویر استراتژیک^۷، سرنوشت مشترک^۸، تمایل به تغییر^۹، روحیه^{۱۰}، وحدت و توافق^{۱۱}، گسترش دانش^{۱۲} و فشار عملکرد^{۱۳} مطرح می نماید. او معتقد است، سازمانی که در جهت پتانسیل نهایی خویش در حرکت است برای یک توسعه ی همه جانبه باید به طور مداوم در هر هفت بعد کلیدی پیشرفت کند (آلبرخت، ۲۰۰۲ به نقل از رحیمی و وظیفه دمیرچی، ۱۳۸۹).

تحقیق حاضر بر آن است که به بررسی تاثیر هوش سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در بانک رفاه پردازد. بنابراین این سوال مطرح می شود که: مولفه های هوش سازمانی کدامند و میزان تاثیر هر کدام بر مولفه های کارآفرینی سازمانی چقدر است؟

۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق

گذشته ی تقریباً با ثبات انسان، اکنون به جریانی با تغییرات سریع و مبهم تبدیل شده و موجب شده است تا مدیریت سنتی پاسخگوی نیاز سازمان های پیچیده امروزی نباشد. این معنا زمانی اهمیت بیشتری می یابد که بپذیریم در هر سازمان امروزی علاوه بر منبع عظیم و خلاق انسانی هوشمند، ماشین آلات هوشمندی نیز در فرآیند عملکرد سازمان ها نقش موثری ایفا می کنند. بنابراین هوش سازمانی در سازمان های پیچیده امروزی برآیند و ترکیبی از دو هوش فعال انسانی و هوش مصنوعی ماشینی خواهد بود که بی تردید مدیران سازمان ها برای پویایی و افزایش کارایی سازمان خود راهی جز بهره گیری از این دو جریان هوشمند نخواهند داشت. یکی از بزرگترین چالش های مدیریت امروز چگونگی ایجاد نسل های جدیدی از سازمان های هوشمند است. از سوی دیگر خلاقیت و تولید افکار و اندیشه های جدید توسط مدیران و کارکنان سازمانی دارای اهمیت ویژه ای است و این مهم در سازمان از جایگاه والایی برخوردار است. امروزه سازمان هایی موفق هستند و می توانند در دنیای پر رقابت ادامه حیات بدهند که دائماً افکار و اندیشه های جدید را در سازمان کاربردی کنند و این امر توسط مدیران و کارکنان خلاق امکان پذیر است. در واقع رایانه ها هرگز نمی توانند هم پای انسان دست به ابداع و خلاقیت بزنند بلکه خود آنان محصول خلاقیت و نوآوری هستند. بنابر آنچه بیان شد، در دنیای رقابتی کنونی، سازمان هایی موفق خواهند بود که از نیروهای انسانی باهوش و بااستعداد برخوردار باشند. این سازمان ها با تحت کنترل درآوردن عوامل تأثیرگذار درونی و بیرونی، می توانند از هوش و استعداد نیروی انسانی برای تحقق اهداف سازمانی خود بهره گیرند. با توجه به تعریف

⁴ Smart people

⁵ Smart teams

⁶ Smart organization

⁷ Strategic vision

⁸ Shared fate

⁹ Appetite for change

¹⁰ Sprit

¹¹ unity and agreement

¹² Knowledge deployment

¹³ Performance pressure

هوش سازمانی می‌توان ادعا کرد برای این که سازمانی بتواند از منابع انسانی خود حداکثر استفاده را ببرد و این منابع را به هدر ندهد، اندازه‌گیری هوش سازمانی و تلاش برای بهبود و ارتقا آن در سازمان از اهمیت زیادی برخوردار است. مدیران برای افزایش هوش سازمان تحت مدیریت خود، باید عوامل محیطی خود را بشناسند و با به‌کارگیری صحیح این عوامل، در راستای افزایش عملکرد سازمان خود اهتمام ورزند (هالال^{۱۴}، ۲۰۰۷).

از سوی دیگر، امروزه در کشورهای مختلف در دانش مدیریت و اقتصاد توجه خاصی به کارآفرینی اقتصادی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها، به ویژه کشورهای در حال توسعه است و همچنین براساس بیانیه جهانی کارآفرینی، یک همبستگی قوی میان رشد اقتصاد ملی و سطح فعالیت کارآفرینانه ملی و سازمانی وجود دارد (آرچی بونگ^{۱۵}، ۲۰۰۴).

از جمله عوامل موفقیت بنگاه‌های اقتصادی در دنیای کنونی توجه جدی به کارآفرینان و تحلیل مسائل آن‌ها از رویکرد کارآفرینی است، زیرا کارآفرینی سازمانی راهی برای بازآفرینی قابلیت‌های اقتصادی و سازمانی به شمار می‌رود. از این رو کارآفرینی در حال حاضر زمینه‌ی بسیار مهمی بر ای مطالعه و تحقیق به شمار می‌آید. بنابراین از این دیدگاه ضرورت می‌یابد تا رابطه این دو متغیر مهم بررسی شود. ویژگی‌های اصلی سازمان‌های کارآفرین، این سازمان‌ها را مجهز به قابلیت‌هایی می‌کند که ضمن ارتقای کارآمدی، قادر به بهره‌گیری بهتر از فرصت‌های موجود و انطباق‌پذیری بیشتر با محیط پیرامونشان می‌شود. با توجه به نقش و اهمیت کارآفرینی سازمانی^{۱۶} از نقطه نظر مدیران و همچنین دیدگاه مدیران و کارشناسان در ارتباط با رابطه هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی می‌تواند تا حدودی بیانگر شرایط بوده و زمینه‌های لازم برای بهبود عملکرد بانک رفاه را فراهم آورد. از این رو انجام تحقیق فوق ضروری به نظر می‌رسد.

¹⁴.Halal

¹⁵.Archibong

¹⁶ corporate entrepreneurship

۱-۴- اهداف تحقیق

هدف اصلی

شناسایی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی

اهداف فرعی

- ۱- شناسایی رابطه بین تصویر استراتژیک و کارآفرینی سازمانی
- ۲- شناسایی رابطه بین سرنوشت مشترک و کارآفرینی سازمانی
- ۳- شناسایی رابطه بین تمایل به تغییر و کارآفرینی سازمانی
- ۴- شناسایی رابطه بین روحیه کارکنان و کارآفرینی سازمانی
- ۵- شناسایی رابطه بین وحدت و توافق کارکنان و کارآفرینی سازمانی
- ۶- شناسایی رابطه بین گسترش دانش و کارآفرینی سازمانی
- ۷- شناسایی رابطه بین فشار عملکرد و کارآفرینی سازمانی
- ۸- شناسایی تفاوت معنی دار میان ابعاد هوش سازمانی

۱-۵- چارچوب نظری:

چارچوب نظری، الگوی مفهومی مبتنی بر روابط تئوریک میان عوامل و متغیرهای اثرگذار بر موضوع می باشد (سکاران، ۱۳۸۶). متغیرهای مورد بررسی در این تحقیق که برگرفته از ادبیات تحقیق است عبارتند از: هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی.

هوش سازمانی یکی از متغیرهای اصلی در تحقیق حاضر است. تمرکز اصلی مفهوم هوش سازمانی بر دانش است، اما حوزه ای فراتر از آن، از جمله تعریف از یک نقش آفرین (فرد یا جمعی که سازمانی با هوش را تشکیل می دهند) را نیز در بر می گیرد (لیبویتز^{۱۷}، ۲۰۰۸). هوش بطور قوی با توانایی یک شخص یا مجموعه ای از اشخاص در تمیز دادن مشخصات دانش فرهنگی و به طور ویژه در تشخیص، ارتباط دادن، دست کاری کردن و کاربرد موثر و کارآمد آن دانش مرتبط است (یولز^{۱۸}، ۲۰۰۵).

میان تعاریف ارائه شده برای هوش سازمانی تعریف و مولفه هایی که آلبرخت ارائه می دهد به نظر جامع تر می رسد. او تعریف خود از هوش سازمانی را متکی بر استدلال (قانون آلبرخت) می داند، هنگامی که افراد با هوش در یک سازمان جمع شوند به سوی کند ذهنی و کم هوشی گرایش پیدا می کنند (آلبرخت، ۲۰۰۳).

آلبرخت هوش سازمانی را این گونه تعریف می کند: هوش سازمانی عبارت از ظرفیت یک بنگاه برای بکارگیری همه نیروی مغزی خود و تمرکز آن نیرو مغزی بر انجام مأموریت سازمان است که خود شامل هفت مولفه: چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، فشار عملکرد، اتحاد و توافق، کاربرد دانش و روحیه است. از نظر او وقتی افراد با هوش در یک سازمان استخدام می شوند، به بی علاقه‌گی دسته جمعی یا حماقت گروهی تمایل پیدا می کنند. عموماً سازمان ها بیش از آنکه توسط رقبایشان آسیب ببینند، خودشان به خود آسیب می زنند.

¹⁷. Liebowitz

¹⁸. Yolles

ممکن است انسان‌ها خیلی باهوش و برای انجام دادن کارهای بزرگ توانمند باشند، اما این نیروی تجمعی مغزی آنهاست که باعث انجام فعالیت‌های بزرگ می‌شود (مستر^{۱۹}، ۲۰۰۹). کارآفرینی سازمانی (به عنوان متغیر وابسته)، متأثر از عواملی نظیر گرایش استراتژیک، تعهد به فرصت، کنترل منابع، ساختار مدیریت، تعهد به منابع و فلسفه پاداش می‌باشد. پروفسر هاوارد استیونسون از دانشگاه هاروارد، کارآفرینی را «آفرینش فرصت‌ها، فراتر از منابع و امکاناتی که هم اکنون در اختیار دارید» می‌داند. پیتر دراکر، پدر علم مدیریت می‌گوید: «بیشینه‌سازی فرصت‌ها» تعریفی معنا دار و موجز از یک فعالیت کارآفرینانه است و این یعنی تأکید بر «کارآمدی» (اثربخشی) به جای «کارایی» در فعالیت‌هایی که سازمان انجام می‌دهد (رودریگود^{۲۰}، ۲۰۱۱).

به طور کلی می‌توان گفت کارآفرینی عبارت است از پروسه ارزش‌آفرینی، پروسه خلق ثروت، پروسه تخریب خلاق، پروسه خلق سازمان جدید، روش جدید یا محصول جدید، پروسه ای فراتر از شغل و حرفه یک شیوه زندگی و ایجاد چیزی ارزشمند از هیچ است. کارآفرینی سازمانی فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تاسیس شده، به ظهور می‌رسند به تعریفی دیگر: فعالیت‌های کارآفرینانه فعالیت‌های است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می‌باشد. کارآفرینی سازمانی، فرایندی است که طی آن سازمان فرصت‌های رشد و توسعه را تشخیص داده و با نوآوری و تخصیص مجدد منابع، ارزش‌های جدیدی را برای مشتری ایجاد می‌نماید (احمدپور داریانی و همکاران، ۱۳۸۸).

متغیرهای پژوهش:

متغیر پیش‌بین (مستقل):

به متغیری گفته می‌شود که از طریق آن متغیر وابسته تبیین یا پیش‌بینی می‌شود. به این متغیر، متغیر محرک یا درون‌داد نیز گفته می‌شود و متغیری است که توسط پژوهشگر اندازه‌گیری، دست‌کاری یا انتخاب می‌شود تا تاثیر یا رابطه‌ی آن با متغیری دیگر اندازه‌گیری شود. در تحقیق حاضر متغیر مستقل، هوش سازمانی می‌باشد.

متغیر ملاک (وابسته):

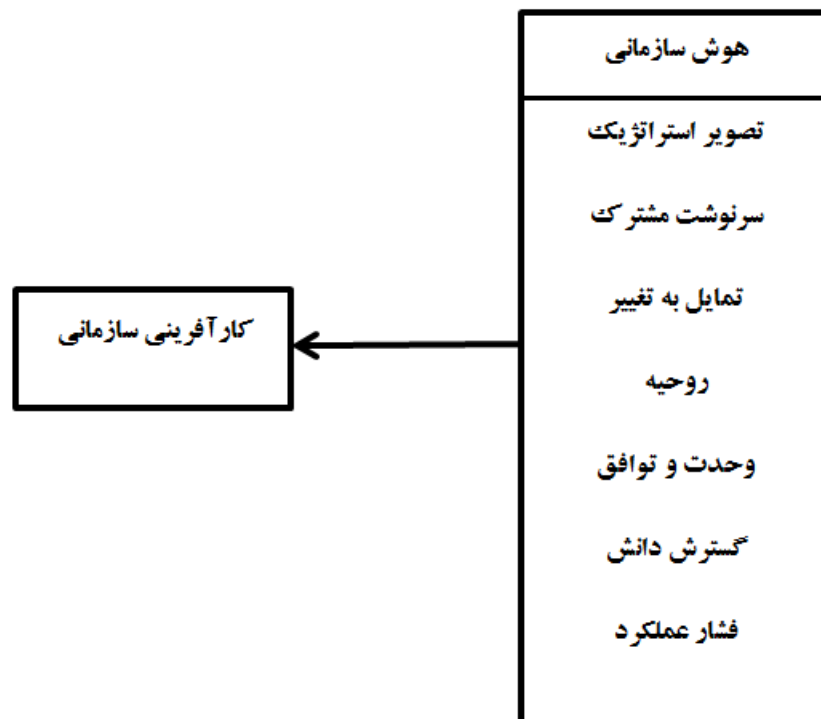
متغیر وابسته، متغیر پاسخ، برون‌داد یا ملاک نیز نامیده می‌شود و عبارت است از وجه یا جنبه‌ای از رفتار ارگانیزم که تحریک شده است. متغیر وابسته متغیری است که مشاهده یا اندازه‌گیری می‌شود تا تاثیر متغیر مستقل بر آن معلوم و مشخص باشد. در تحقیق حاضر متغیر وابسته، کارآفرینی سازمانی می‌باشد.

۱-۶- مدل مفهومی تحقیق

با توجه به اینکه هر مدل مفهومی، بعنوان نقطه شروع و مبنایی برای انجام مطالعات و تحقیقات به گونه‌ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آنها را مشخص می‌کند، در زمینه شناسایی تاثیر هوش سازمانی بر کارآفرینی سازمانی نیز از مدل مفهومی زیر استفاده می‌کنیم:

¹⁹.Master

²⁰.Rodrigo



شکل ۱-۱- هوش سازمانی منبع: احمدی و رنجبر (۱۳۹۲)

۷-۱- فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی

بین هوش سازمانی و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.

فرضیات فرعی

- ۱- بین تصویر استراتژیک و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۲- بین سرنوشت مشترک و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۳- بین تمایل به تغییر و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۴- بین روحیه کارکنان و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۵- بین وحدت و توافق کارکنان و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۶- بین گسترش دانش و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۷- بین فشار عملکرد و کار آفرینی سازمانی رابطه معنی دار وجود دارد.
- ۸- تفاوت معنی داری میان ابعاد هوش سازمانی وجود دارد.

۸-۱- روش تحقیق

این پژوهش بر مبنای هدف تحقیق، کاربردی است زیرا مسئولین و مدیران اداره مورد تحقیق می توانند از نتایج آن بهره مند شوند و در پیشرفت و توسعه اداره و سازمان از نتایج آن استفاده

نمایند و بر مبنای ماهیت و اهداف تحقیق از نوع توصیفی می باشد. علت تقسیم بندی این تحقیق در زمره توصیفی این است که تحقیقات توصیفی به مطالعه و بررسی وضع موجود و به وصف آنچه دست یافته است می پردازد و هیچ گونه امکان دستکاری روی متغیرهای مستقل برای محقق وجود ندارد ولی می تواند از دستاوردهای تحقیق برای پیشنهاد یا طراحی مدل و یا طراحی سیستم استفاده نماید(خاکی، ۱۳۷۹).

همچنین به لحاظ شیوه جمع آوری داده ها از نوع پیمایشی می باشد چون به دنبال جمع آوری نقطه نظرات مدیران اداره راجع به میزان توانمندسازی روانشناختی و بهره وری کارکنان به صورت میدانی است و از لحاظ روش تحلیل از نوع مطالعات همبستگی است چون به دنبال بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی می باشد.

۱-۹- قلمرو تحقیق

تحقیق حاضر در نیمسال دوم سال ۱۳۹۳ در بانک رفاه کارگران صورت گرفته است.

۱-۱۰- روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

در این پژوهش تجزیه و تحلیل اصطلاحات و داده ها از روش های آمار توصیفی (تنظیم جدول داده ها، رسم نمودارها، محاسبه ی میانگین، انحراف استاندارد) استفاده شده است. همچنین به منظور پاسخگویی به فرضیه های پژوهش از روش های آماری استنباطی به عنوان روش های اصلی تحلیل داده ها استفاده شد. از جمله روش استنباطی مورد استفاده آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده ها، آزمون همبستگی اسپیرمن برای بررسی رابطه بین متغیرها و همچنین از آزمون فریدمن برای بررسی تفاوت بین متغیرها می باشد. خروجی مربوط به تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزار SPSS 16 می باشد.

۱-۱۱- تعریف اصطلاحات و متغیرهای تحقیق

هوش سازمانی: عبارت است از، استعداد و ظرفیت یک سازمان در حرکت بخشیدن به توانایی ذهنی سازمان و تمرکز این توانایی در جهت رسیدن به رسالت سازمانی.

تصویر استراتژیک: قابلیت ایجاد، استنتاج و بیان هدف یک سازمان.

سرنوشت مشترک: زمانی که تمام یا اکثر افراد در سازمان درگیر کار شدند، می دانند که رسالت و مأموریت سازمان چیست، احساس می کنند هدف مشترکی دارند و تک تک افراد به صورت جبری موفقیت سازمان را درک می کنند.

میل به تغییر: برخی فرهنگ های سازمانی توسط تیم های اجرایی پایه گذار خودشان، هدایت می شوند. در این فرهنگ ها نحوه عملکرد، تفکر و واکنش مجدد نسبت به محیط اطراف آن قدر همسان شده است که هر نوع تغییر و تحول، نشان دهنده نوعی بیماری و حتی آشوب محسوب می شود. به بیان دیگر، سازگاری و تمایل برای تغییر جهت تحقق تصویر استراتژیک.

روحیه: روانشناسان سازمانی آن را تلاش دلخواه به عنوان انرژی اعضای سازمان در سطح بالاتر از آنچه که قرار است انجام شود می دانند.

وحدت و توافق: بدون وجود یک سلسله قوانین جهت اجرا، هر گروه‌ی در ادامه کار دچار مشکلات فراوان و اختلاف نظر خواهد شد. افراد و تیم‌ها باید خود را برای تحقق رسالت و مأموریت سازمان، سازمان دهند؛ مسئولیت‌ها و مشاغل را تقسیم کنند و یک سری قوانین را برای برخورد و ارتباط با یکدیگر و رویارویی با محیط، وضع نمایند. به بیان دیگر، وجود نظام‌ها و سلسله قوانین مشخص جهت اجرا برای افراد و گروه‌ها.

گسترش دانش: این روزها بیش از پیش، اقدام‌هایی که به پیروزی یا شکست در یک سازمان منجر شده‌اند، اساساً بر پایه استفاده موثر از دانش، اطلاعات و داده‌ها بوده است. فعالیت هر سازمان به شدت به دانش کسب شده و تصمیم‌های درست آنی، وابسته است. به بیان دیگر، استفاده موثر از دانش، اطلاعات و داده‌ها.

فشار عملکرد: مدیران نباید صرفاً درگیر عملکرد (اجرا) باشند. در یک سازمان هوشمند، هر یک از مجریان باید در موضع اجرایی خود باشند. رهبران می‌توانند مفهوم اهرم اجرایی را ترویج دهند و از آن پشتیبانی کنند. اما این امر وقتی بیشترین اثر را داراست که تحت عنوان یک مجموعه موثر از انتظارهای متقابل و الزام عملیاتی برای موفقیت مشترک باشند (آلبرخت، ۲۰۰۲).

کارآفرینی سازمانی: کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که در آن، محصولات یا فرآیندهای نوآوری شده از طریق القا و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده به ظهور میرسد یا به عبارت دیگر مجموعه فعالیتهایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دست‌یابی به نتایج نوآورانه برخوردار است (صمدآقایی، ۱۳۷۸).