

بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکتهای تولیدی استان گیلان

■ عفت مرزبان مقدم
دانشجوی کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی رشت
az_mal139@yahoo.com

■ حمیدرضا علیپور شیرسوار*
عضو هیأت علمی دانشکده مدیریت
دانشگاه آزاد اسلامی رشت، ایران
Alipour@iaurasht.ac.ir

تاریخ دریافت: ۹۱/۱۲/۱۶
تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۴/۰۱

چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی شرکتهای تولیدی استان گیلان است. کارآفرینی، فرایندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد که عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها. با توجه به اهمیت موضوع و اهداف پژوهش، تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش را مدیران شرکتهای تولیدی استان گیلان تشکیل می‌دهد که در سال ۱۳۹۱، از بین ۲۰۷ مدیر شرکتهای تولیدی، ۱۱۹ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه‌های هوش سازمانی آلبرخت و کارآفرینی رایبزن استفاده شد، پس از تأیید سنجش روایی پرسشنامه‌ها از طریق روش محتوایی و پایایی، از طریق آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/87$)، اطلاعات به دست آمده با انجام محاسبات آماری توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل نشان داد که بین تک‌تک مؤلفه‌های هوش سازمانی (بینش راهبردی، سرنوشت مشترک، تمایل به تغییر، جرأت و شهامت، اتحاد و توافق، کاربرد دانش و فشار عملکرد) با مؤلفه‌های کارآفرینی (خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، انگیزش، عزم و اراده، اعتقاد به مقدسات) رابطه معنا داری وجود دارد. به نظر می‌رسد برای توسعه شرکتهای تولیدی علاوه بر ارتقاء ابزارهای هوشمند تولیدی و توجه به فناوری باید سعی در ایجاد تعامل بین نیروی انسانی (به عنوان سرمایه‌های هوش سازمانی) و ابزار هوشمند شود.

واژگان کلیدی

هوش سازمانی، کارآفرینی، شرکتهای تولیدی استان گیلان، کسب و کار.

مقدمه

سازمان‌های تولیدی برای ادامه، بقاء و ارتقاء بهره‌وری خود در برابر تحولات و تهدیدات گسترده و مداوم محیط، نیاز به سازگاری و هماهنگی با محیط دارند. کارکنانی که در درون سازمان‌های اداری فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند، باعث بهبود و بازسازی سازمان شده و پس از مدتی تبدیل به مدیران کارآفرین می‌شوند. [۱] کارآفرینی یکی از منابع مهم در تمام جوامع انسانی و یکی از مهمترین دارایی‌های هر کشور در نظر گرفته شده است. در حقیقت کارآفرینی مقوله بسیار مهمی است

که بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه توجه جدی به آن مبذول داشته و می‌دارند. [۲] 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 (دیوان سالاری) طرح‌های خود را به اجرا درآورند. در این میان به نظر می‌رسد هوش سازمانی در ایجاد چنین پتانسیلی و گرایش به کارآفرینی سازمانی می‌تواند مؤثر واقع گردد. [۳] 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. [۴] 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. [۵] لذا هدف کلی این پژوهش تعیین رابطه و مقایسه

* نویسنده مسئول

بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان
حمیدرضا علیپور شیرسوار، عفت مرزبان مقدم

سازمانی بر کارآفرینی سازمانی شرکت کشت و صنعت و دامپروری مغان پرداختند. نتایج حاصل از آزمون هفت فرضیه تحقیق نشان داد که رابطه معنی‌داری بین هوش سازمانی بر کارآفرینی سازمانی شرکت کشت و صنعت و دامپروری مغان وجود دارد و ۵۲ درصد تغییرات در کارآفرینی سازمانی شرکت کشت و صنعت و دامپروری مغان به هوش سازمانی آن بستگی دارد [۷].

بخشیان و همکاران^۳ (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت عنوان "ارتباط بین هوش سازمانی و کارآفرینی در بین مدیران آموزشی دانشگاه" به بررسی ارتباط بین هوش سازمانی و کارآفرینی در بین مدیران آموزشی مازندران پرداخت. نتایج نشان داد که همبستگی شدیدی میان هوش سازمانی و کارآفرینی وجود دارد همچنین میان مؤلفه‌های دو متغیر مذکور نیز رابطه مثبت و معنا دار وجود دارد. بام و اسمیت (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت عنوان "پتانسیل هوش فعال کارآفرینان" به بررسی هوش فعال کارآفرینان پرداختند، نتایج نشان داد که کارآفرینان دارای پتانسیل بالایی در به کارگیری هوش فعال و منطقی دارند. آنها همچنین دریافتند که رابطه مثبتی بین هوش فعال و سبک یادگیری و رشد سرمایه‌گذاری کارآفرینان وجود دارد [۸].

هوش سازمانی^۴

در ذیل تعاریف و مفاهیم مرتبط با هوش سازمانی بیان شده است:

• هوش سازمانی ظرفیت و قابلیت یک سازمان برای خلق دانش و استفاده از آن برای سازگاری راهبردی با محیط است. هوش سازمانی شبیه بهره هوشی IQ در انسان است. [۹]

سازمان‌های بزرگ با بیش از ۱۵۰ کارمند و سازمان‌های کوچک بوده است. با این فرض که نیروی انسانی و تفاوت‌های موجود فرهنگ سازمانی و رهبری بین دو طبقه می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر نحوه درک ابعاد هوش سازمانی و عملکرد آنها داشته باشد. نتایج تحقیق نشان داده است که فقط ۱۳ درصد کارکنان شرکت‌های بزرگ و متوسط با مفهوم هوش سازمانی آشنا بوده‌اند و کارکنان شرکت‌های کوچک اصلاً این مفهوم را نمی‌شناخته‌اند. با این حال تحلیل داده‌های به دست آمده نشان داد که هوش سازمانی در حد متوسط و بالاتر بوده است.

ستاری (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان "تأثیر هوش سازمانی بر گرایش به کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های صنعتی شرق مازندران"، به بررسی تأثیر هوش سازمانی بر گرایش به کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های صنعتی مازندران پرداخت. نتایج تحقیق نشان داد که بر اساس ضریب همبستگی پیرسون علاوه بر وجود رابطه مثبت و معنا دار بین گرایش به کارآفرینی سازمانی و هوش سازمانی، بین گرایش به کارآفرینی سازمانی و همه مؤلفه‌های هوش سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که هوش سازمانی قادر به پیش‌بینی معنا دار گرایش به کارآفرینی سازمانی می‌باشد. بنابراین توسعه ظرفیت هوش سازمانی می‌تواند در افزایش گرایش به کارآفرینی سازمانی مؤثر واقع شود.

رحیمی و دمیرچی (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی تأثیر هوش سازمانی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان کشت و صنعت و دامپروری مغان" به بررسی تأثیر هوش

مؤلفه‌های هوش سازمانی (بینش راهبردی، سرنوشت مشترک، تمایل به تغییر، جرأت و شهامت، اتحاد و توافق، کاربرد دانش و فشار عملکرد) با مؤلفه‌های کارآفرینی (خلاقیت، مخاطره‌پذیری، استقلال طلبی، انگیزش، عزم و اراده، اعتقاد به مقدرات) در شرکت‌های تولیدی استان گیلان است. ساختار این مقاله بدین شرح است ابتدا مبانی نظری تحقیق که شامل مباحث پیشینه تحقیق، کارآفرینی و هوش سازمانی می‌باشد، مورد بررسی قرار گرفته سپس به بررسی روش‌شناسی تحقیق و تحلیل نتایج پرداخته شده است. در انتها نیز نتایج مورد بحث در این تحقیق ارائه می‌گردد.

پیشینه تمقیق

در ذیل به بررسی خلاصه‌ای از مطالعات انجام شده در حوزه بررسی رابطه مؤلفه‌های هوش سازمانی با متغیرهای دیگر می‌پردازیم: مندلسونزیگلر^۱ (۱۹۹۹) در پژوهشی تحت عنوان "هوش سازمانی: ایده قرن ۲۱ جهت راهنمایی برای بقای مدیران" نشان دادند که هوش سازمانی تأثیر قوی بر عملکرد مالی سازمان‌ها دارد. [۶] سازمان‌هایی که هوش سازمانی بالایی دارند، پیشرفت و سوددهی بیشتری داشته‌اند. همچنین اطلاعات بیرونی را تسخیر می‌کنند و اطمینان دارند که تصمیمات درستی در سازمان اتخاذ شده است. لفت و همکاران^۲ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان "ابعاد هوش سازمانی در شرکت‌های رومانیایی، دورنمای سرمایه انسانی" به ارائه نمای کلی از موقعیت کارکنان شرکت‌های رومانیایی با توجه به هفت بعد هوش سازمانی آلبرخت پرداختند. همچنین این پژوهش درصدد بررسی تفاوت‌های موجود بین

1. Mendelson and Ziegler

2. Lefter et al

3. Bakhshian et al

4. Organizational Intelligence

مورد نیاز در محیط پویا، ضروری است. [۱۵]
کارلند و همکاران^{۱۱} (۱۹۸۴) ابعاد
کارآفرینی را از آغاز تا سال ۱۹۸۴ جمع‌آوری
کردند که برخی از آنها در ادامه آمده است.

• **خلاقیت:** توانایی در ایجاد ایده‌های جدید
است و این ایده‌ها ممکن است منجر به ایجاد
محصولات یا خدمات جدید شود در واقع،
خلاقیت، قدرت نهفته در نوآوری است.

• **مخاطره‌پذیری:** اقدام به انجام عملی که
از پیامد خطرات آن به طور کامل خبر نداریم.

• **استقلال:** یکی از ویژگی‌های بسیار مهم و
به عنوان نیروهای محرک می‌توان قلمداد کرد.
گرایش به سمت استقلال، باعث انگیزه است.
در واقع استقلال، در عملی کردن رویاهای
کارآفرینان نقش دارد و در نتیجه، آزادی
عمل، پاداشی برای کارآفرینی است.

• **انگیزه:** کارآفرینان به حدی از انگیزه
می‌رسند که کارها را به خاطر ماهیتشان و نه
فقط به جهت به دست آوردن پاداش و تشویق
انجام می‌دهند.

• **عزم و اراده:** یک کارآفرین همیشه اعتماد
به نفس و اراده را در خود تقویت می‌کند و با
عزمی راسخ مسئولیت‌های تعیین شده خویش
را انجام می‌دهد.

• **اعتقاد به مقدسات:** کارآفرینان دارای
قدرت خوبی جهت درک وضعیت پیرامون
خود و آینده هستند. آنها همیشه به اهداف
بلندمدتی، فراتر از اهداف معمول و همیشگی
می‌اندیشند. [۴]

روش تمقیق

این تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی
همبستگی است. جمعیت مورد مطالعه
مدیران شرکت‌های تولیدی استان گیلان

1. Halal
2. Strategic vision
3. Shared fate
4. Appetite for Change

و تعامل اعضا با یکدیگر به منظور رویارویی
با محیط؛

• **توسعه دانش:** ظرفیت تسهیم اطلاعات،
دانش و بینش خود با دیگران و جریان آزاد
دانش در سرتاسر سازمان؛

• **فشار عملکرد:** جدی بودن در انجام
کارهای درست برای بازدهی ماهرانه و
موفقیت مشترک [۱۲].

کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی
Entrepreneure به معنای "متعهد شدن"^۹
نشأت گرفته است. بنا بر تعریف واژه‌نامه
دانشگاهی ویستر^{۱۰}، کارآفرین کسی است
که متعهد می‌شود مخاطره‌های یک فعالیت
اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل کند. واژه
کارآفرینی، دیرزمانی پیش از آن که مفهوم
کلی کارآفرینی به زبان امروزی پدید آید، در
زبان فرانسه ابداع شد. در اوایل سده شانزدهم،
کسانی را که در امر هدایت مأموریت‌های
نظامی بودند، کارآفرین می‌خواندند [۱۳].

کارآفرینی، فرایندی است که منجر به ایجاد
رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد که
عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه
تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع
به منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها. [۱۴] یکی
از شاخه‌های اصلی کارآفرینی، کارآفرینی در
سازمان است که بدون شک سهم چشمگیری
در توفیق و تعالی سازمان‌ها دارد. کارآفرینی
سازمانی شامل پرورش رفتارهای کارآفرینانه
در یک سازمان که قبلاً تأسیس شده می‌باشد
که برای اطمینان از بقا به وسیله بازسازی
عملیات سازمان‌ها، تعریف مجدد مفهوم کسب
و کار و افزایش ظرفیت‌های نوآوری و کیفیت

5. Commitment and Optimism
6. Alignment and Congruence
7. Knowledge Deployment
8. Performance Pressure

• **هلال^۱ هوش سازمانی** را حاصل پنج
زیرسیستم شناختی ساختار سازمانی،
فرهنگ، روابط ذینفعان، مدیریت دانش و
فرایندهای راهبردی می‌داند. [۱۰]

• **هوش سازمانی** مجموعه‌ای از فناوری‌ها
است که به همه افراد در تمام سطوح سازمان
این امکان را می‌دهد تا داده‌ها را ارزیابی و
تجزیه و تحلیل کنند. هوش سازمانی، امکان
کسب سود، تفاهم و انسجام را از تجربیات
شرکت ایجاد می‌کند. هوش سازمانی شامل
کلیت و تمامیت اطلاعات، تجربه، دانش و
درک مسائل سازمانی است.

• **هوش سازمانی** عبارت است از ظرفیت یک
سازمان برای بسیج کردن تمامی توانایی هوش
که در دسترس آن قرار دارد و متمرکز کردن
آن توانایی برای دستیابی به مأموریت‌های
خودشان [۱۱]

• از نظر ریاضی، معادله پایه برای هوش
سازمانی (OI) عبارتست از:
هوش خالص =

نیروی مغزی در دسترس - آنتروپی + سینتروپی
کارل آلبرخت هوش سازمانی را شامل ۷
مؤلفه می‌داند:

• **چشم‌انداز راهبردی:** قابلیت خلق،
استنتاج و بیان هدف یک سازمان؛

• **سرنوشت مشترک:** داشتن هدف مشترک
و واحد و حس روحیه گروهی؛

• **تمایل به تغییر:** توانایی رویارویی با
چالش‌های غیر منتظره و تطبیق با انواع
تغییرات؛

• **تعهد و خوش‌بینی:** روحیه و انرژی
مضاعف برای موفقیت؛

• **همراستایی و همخوانی:** مفید بودن
ابزارها و قوانین موجود در سازمان در موفقیت

9. Under Take
10. Webster's New Collegiate Dictionary
11. Carland etal

بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان
حمیدرضا علیپور شیرسوار، عفت مرزبان مقدم

می‌باشد، از ۲۰۷ نفر جامعه آماری طبق جدول مورگان تعداد ۱۱۹ نفر به عنوان نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شدند، به منظور جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته تهیه شده است و پاسخ‌های آن به صورت پنج گزینه‌ای و دارای طیف بسیار زیاد تا بسیار کم می‌باشد. پرسشنامه هوش سازمانی آلبرخت شامل ۴۹ سؤال که مشتمل بر مؤلفه‌های (بینش راهبردی، سرنوشت مشترک، تمایل به تغییر، جرأت و شهامت، اتحاد و توافق، کاربرد دانش و فشار عملکرد) می‌باشد. همچنین پرسشنامه کارآفرینی رابینز شامل ۲۲ سؤال می‌باشد که مشتمل بر مؤلفه‌های (خلاقیت، مخاطره‌پذیری، استقلال‌طلبی، انگیزش، عزم و اراده، اعتقاد به مقدسات) می‌باشد. جهت بررسی روایی ابزار تحقیق علاوه بر نظر استاد راهنما از نظر کارشناسان و متخصصان این امر استفاده شده و پس از انجام اصلاحات و ایجاد تغییرات لازم در سؤالات آزمون روایی سؤالات مورد تأیید قرار گرفت و برای محاسبه ضریب پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و پایایی با $I=0/887$ تأیید گردید، زمان انجام این پژوهش سال ۱۳۹۱ بوده و جهت تحلیل اطلاعات از نرم افزار spss استفاده شده است.

فرضیه‌های تمقیق

فرضیه اصلی

• بین هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

• بین مؤلفه‌های هوش سازمانی و

مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد که شامل فرضیات زیر می‌باشد:

• بین بینش راهبردی و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

• بین سرنوشت مشترک و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

• بین میل به تغییر و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

• بین روحیه و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

• بین همسویی و تجانس و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

• بین به کارگیری دانش و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

• بین فشار عملکرد و مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان رابطه معنادار وجود دارد.

یافته‌ها

به منظور بررسی اطلاعات توصیفی، میانگین و انحراف معیار متغیرها در جدول ۱ آمده است جدول ۲ نتایج حاصل از آزمون رابطه بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن با کارآفرینی را بر اساس ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد.

جدول ۲ ضریب همبستگی بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن به عنوان متغیر

مستقل و کارآفرینی و مؤلفه‌های آن را به عنوان متغیر وابسته نشان می‌دهد. نتایج نشان دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار بین متغیرهای مذکور می‌باشد، همچنین ضریب همبستگی $(I=0/85)$ برای متغیر هوش سازمانی و کارآفرینی نشان دهنده ارتباط مثبت و معنادار بین این دو متغیر است که می‌توان نتیجه گرفت افزایش به کارگیری هوش سازمانی به طور خطی موجب افزایش کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان خواهد شد. از بین مؤلفه‌های هوش سازمانی و کارآفرینی سرنوشت مشترک و عزم و اراده در پایین‌ترین حد $(I=0/32)$ و اتحاد و توافق و اعتقاد به مقدسات در بالاترین حد $(I=0/72)$ بوده است.

نتایج پژوهش

در این پژوهش رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آزمون همبستگی پیرسون وجود ارتباط معنادار میان این دو متغیر و مؤلفه‌هایشان را تأیید کرد، از بین مؤلفه‌های هوش سازمانی و کارآفرینی سرنوشت مشترک و عزم و اراده در پایین‌ترین حد $(I=0/32)$ و اتحاد و توافق و اعتقاد به مقدسات در بالاترین حد $(I=0/72)$ ارتباطی بوده است.

نتایج مؤید این مطلب است که عدم هماهنگی در آرمان‌های مدیران و کارکنان شرکت‌های تولیدی باعث کاهش عملکرد سازمانی و کارآفرینی شده است، همچنین مشارکت مدیران و کارکنان در تصمیم‌گیری در افزایش کارآفرینی شرکت‌های تولیدی مؤثر بوده است که در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که با بیشتر شدن OI در سازمان کارآفرینی

بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان
حمیدرضا علیپور شیرسوار، عفت مرزبان مقدم

هم بیشتر خواهد شد.

جدول ۱- میانگین و انحراف استاندارد هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن و کارآفرینی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
کارآفرینی	۱۰۴.۱۱	۱۵.۶۴
مؤلفه‌های هوش سازمانی	جهت‌گیری راهبردی	۲۳.۴۹
	سرنوشت مشترک	۲۳.۴۲
	میل به تغییر	۲۲.۹۳
	اتحاد و توافق	۲۴.۱۳
	روحیه کارکنان	۲۶.۱۷
	کاربرد دانش	۱۹.۳۱
	فشار عملکرد	۲۲.۸۸
هوش سازمانی	۱۶۲.۳۴	۱۴.۱۴

به نظر می‌رسد برای توسعه شرکت‌های تولیدی علاوه بر ارتقاء ابزارهای هوشمند تولیدی و توجه به فناوری باید سعی در ایجاد تعامل بین نیروی انسانی به عنوان سرمایه‌های هوش سازمانی و ابزار هوشمند شود و همچنین روش‌ها و ابعاد هوش سازمانی که باعث ارتقاء کارآفرینی شرکت‌های تولیدی می‌باشد تقویت شده و راهکارهای راهبردی جهت بهبود روحیه همکاری و ایجاد هدف مشترک در کلیه اعضای شرکت‌های تولیدی داده شود.

جدول ۲- نتایج ضریب همبستگی بین متغیرها و مؤلفه‌ها

متغیر وابسته متغیر مستقل	خلافت	مخاطره‌پذیری	استقلال طلبی	انگیزش	عزم و اراده	اعتقاد به مفاسدات	کارآفرینی
بینش راهبردی	۰.۶۲	۰.۶۴	۰.۵۸	۰.۴۸	۰.۵۲	۰.۶۵	۰.۶۹
سرنوشت مشترک	۰.۵۳	۰.۳۷	۰.۴۴	۰.۵	۰.۲۲	۰.۴۸	۰.۵۵
تمایل به تغییر	۰.۶۶	۰.۶۴	۰.۶۷	۰.۶۸	۰.۵۶	۰.۶۷	۰.۷۶
جرات و شهامت	۰.۵۷	۰.۵۹	۰.۶۵	۰.۵۹	۰.۵۸	۰.۶۲	۰.۷۲
اتحاد و توافق	۰.۶۸	۰.۶۲	۰.۶۳	۰.۶۹	۰.۶	۰.۷۲	۰.۷۷
کاربرد دانش	۰.۵۲	۰.۴۲	۰.۶۴	۰.۶۴	۰.۲۳	۰.۵۶	۰.۶۱
فشار عملکرد	۰.۵۴	۰.۴۹	۰.۶	۰.۵۸	۰.۵۱	۰.۵۴	۰.۶۵
هوش سازمانی	۰.۷۶	۰.۶۷	۰.۷۲	۰.۳۷	۰.۵۹	۰.۷۶	۰.۸۵

در سطح $P \leq 0.5$ معنی دار است.

منابع

- عابدی، رحیم، "کاوش در کارآفرینی درون سازمانی" فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۳۵، ۳۶، صفحات ۱۱۲-۱۳۴، ۱۳۸۳.
- ایمانی‌پور، نرگس و زیوردار، مهدی "بررسی رابطه گرایش به کارآفرینی شرکتی و عملکرد توسعه کارآفرینی، شماره ۱، صفحات ۳۴-۱۱، ۱۳۸۷.
- ستاری، مهدی "اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری" صص. ۱-۷، ۱۳۸۹.
- A. Bakhshian, F. Hamidi, M. Ezati " Relationship between Organizational Intelligence and Entrepreneurship among University Educational Managers" The Journal of Mathematics and Computer Science Vol .3 No.4 pp 413 – 421, 2011.
- Howson, Cindi. Successful Business Intelligence- secrets to Making BI a killer App, McGraw-Hill companies, 2008.
- Mendelson H. and Ziegler J. Survival of the smartest: Managing information for rapid action and world-class performance, Wiley, 1999.
- رحیمی، غلامرضا وظیفه دمیرچی، قادر "اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و نوآوری" صص ۱-۱۳، ۱۳۸۹.

perspective. Retrieved. 2006, from <http://www.karl Albrecht.com>, 2002.

- Albrecht, K. Organizational intelligence survey preliminary Assessment. Journal Institute Of Management, pp1-7, 2003.
- Cochran, T "Entrepreneurship" ,In "International Encyclopedia of the social sciences" ed.by skills, p.(new york:Free press) pp87_91, 1968.
- احمد پور داریانی، محمود و رضائیان، علی "سیر تکامل کارآفرینی مفهوم، دیدگاه‌ها، فرایند و آموزش" پژوهشنامه مدرس، شماره ۶، صفحات ۱۲۲-۱۴۰، بهار ۱۳۷۷.
- مقیمی، محمد، رمضان، مجید "پژوهشنامه مدیریت" انتشارات ترمه، چاپ اول، ۱۳۹۰.
- Baum, R., Smit, J., The Practical Intelligence Of potential Entrepreneurs. e-mail: jrbaum@rhsmith.umd.edu , 2011.
- Halal, W. Organizational intelligence: What is it, and how can manager use it? 1997. [online]. www.bah.com 2007.
- Lefter, V., Prejmerean, M., & Vasilache, S. The dimension of organizational intelligence in romanian companies- A human capital perspective. Academy of Economic Studies, Bucharest, 2008.
- Albrecht, Karl, Organizational intelligence and knowledge management the executive