

تبیین ارتباط هوش سازمانی با چابکی سازمانی

دکتر مجید باقرزاده^۱

احمد کبری دیباور^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف سنجش هوش سازمانی و بررسی رابطه آن با چابکی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی انجام شده است. این تحقیق از نوع همبستگی است و جامعه آماری آن شامل کلیه کارکنان و مدیران سازمان میراث فرهنگی (۲۳۴ نفر) بوده است که از بین آنها ۱۴۴ نفر به روش نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه های چابکی سازمانی و هوش سازمانی با روایی و پایایی مناسب استفاده شد. نتایج بدست آمده حاکی از رابطه مثبت و معنادار بین هوش سازمانی و چابکی سازمانی است. همچنین بین چند بعد هوش سازمانی شامل سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش و فشار عملکرد با چابکی سازمانی رابطه مثبت و معنادار بدست آمد اما بین چابکی سازمانی و چشم انداز استراتژیک رابطه معناداری یافت نشد.

کلیدواژه‌ها: هوش سازمانی، چشم انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش، فشار عملکرد، چابکی سازمانی.

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

۲. کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، سازمان مدیریت صنعتی تبریز

مقدمه

در دنیای متلاطم و متغیر کنونی، تنها چیزی که تغییر نمی‌یابد، تغییر است. سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای تحت تأثیر سه پدیده مشتری، رقابت و تغییر قرار دارند و با وقوف بر این‌که در محیط رقابتی امروز، نمی‌توانند با اتکا بر فرآیندهای ثابت به حیات خود ادامه دهند، در جستجوی راهی برای غلبه بر مشکلات خود هستند (زیرا فرایندها حتی در صورت طراحی مناسب اولیه خود، همواره نیازمند بازنگری خواهند بود). در دنیای سازمانی نیز وضع به همین منوال است، بخصوص این‌که در عصر حاضر هرچه زمان به جلو تر می‌رود، با توجه به پیشرفت علوم و فنون و پیدایش نیازها و چالش‌های جدید، سازمان‌ها پیچیده‌تر و اداره آن‌ها مشکل‌تر می‌شود. این مفهوم زمانی اهمیت بیشتری می‌یابد که بپذیریم علاوه بر منبع عظیم و خلاق انسانی هوشمند، ابزار مکانیکی هوشمند نیز در روند عملکرد سازمان‌ها نقش دارند. در چنین شرایط متغیر فراگیری، سازمان‌ها برای حفظ توان رقابتی ناچارند خود را با شرایط متلاطم و متحول محیطی وفق دهند و به اصطلاح چابک شوند و به دنبال پارادایم چابکی سازمان برای پاسخگویی به این تغییرات باشند. از طرفی در سازمان‌های پیچیده امروزی که هوش سازمانی برآیند هوش فعال انسانی و هوش مصنوعی است، بی‌تردید، مدیران سازمان‌ها برای پویایی و افزایش کارایی سازمان خود راهی جز بهره‌گیری از این دو جریان هوشمند نخواهند داشت (احمدی، ۱۳۸۴). برای سازمان‌ها، جوامع و حتی افرادی که برای آینده خود برنامه‌ریزی می‌کنند، شناخت ماهیت تغییرات و اهمیت کشش آینده امری ضرور و حیاتی به نظر می‌رسد. اما متأسفانه در پژوهش‌ها، به سرمایه‌های معنوی در سازمان از قبیل هوش سازمانی و چابکی سازمان‌ها کمتر توجه شده است.

طرح تحقیق

بیان مسأله: سازمان‌های خدماتی مانند همه سازمان‌ها، ویژگی‌های خاص خود را دارند که شامل: هدفمند بودن، ساختار سازمانی، قانونمند بودن و ارتباط‌های سازمانی است (براتی علویجه، ۱۳۸۰). اکثر پژوهشگران پیش‌بینی می‌کنند که محیط کار به صورت مستمر و سریع

تغییر می کند (چالنجر ۱ و همکاران ، ۲۰۰۵)، امروزه با رشد فن آوری، روش های ارتباطی مبتکرانه، واقعیت مجازی، بهبود بازارها و الگوهای شغلی جایگزین که هر یک به نوبه خود تحولات زیادی ایجاد کرده اند، تغییرات شتاب بیشتری گرفته است. «کارل آلبرخت» برای موفقیت در یک کسب و کار (سازمان) به داشتن عوامل انسانی هوشمند^۲، تیم های هوشمند^۳ و سازمان های هوشمند^۴ اشاره می کند.

آلبرخت برای پاسخگویی به الزامات و جلوگیری از گندذهنی گروهی، از عنوان هوش سازمانی^۵ استفاده می کند. وی در مسئله هوش سازمانی مدلی را ارائه می کند که دارای ابعاد هفتگانه: چشم انداز استراتژیک^۶، سرنوشت مشترک^۷، میل به تغییر^۸، اتحاد و توافق^۹، روحیه^{۱۰}، کاربرد دانش^{۱۱} و فشار عملکرد^{۱۲} است. پژوهش حاضر بر آن است که هوش سازمانی مطرح شده از سوی کارل آلبرخت را در سازمان های خدماتی بسنجد و امکان سنجش میزان هوشمندبودن سازمان و رابطه آن با چابکی سازمان را براساس مدل (باقرزاده و دیباور ۲۰۱۰) و مدل هوش سازمانی (قانون) هفتگانه کارل آلبرخت، فراهم آورد.

مبانی نظری تحقیق: در اینجا به بررسی مبانی نظری مؤلفه های مدل های مورد استفاده پرداخته می شود؛

هوش سازمانی: عبارت از، استعداد و ظرفیت یک سازمان در حرکت بخشیدن به توانایی ذهنی سازمان و تمرکز این توانایی در جهت رسیدن به رسالت سازمانی (آلبرخت، ۲۰۰۲). در مورد هوش سازمانی نظرها و دیدگاه های مختلفی وجود دارد که به اختصار به برخی از آنها

-
1. Challenger
 2. Smart people
 3. Smart teams
 4. Smart organizations
 5. Organizational intelligence
 6. Strategic vision
 7. Shear fate
 8. Appetite for change
 9. Alignment and congruence
 10. Sprit
 11. Knowledge deployment
 12. Performance pressure

اشاره می‌شود. لازم به ذکر است که برخی از محققان (احمدی، ۱۳۸۴) نیز هوش کسب و کار را به جای هوش سازمانی به کار می‌برند. هوش کسب و کار، سازمان‌ها را از دیدگاه عوامل کسب و کار و تجارت ارزیابی می‌کند، ولی هوش سازمانی، سازمان‌ها را فارغ از کسب و کار آن‌ها و از تمامی دیدگاه‌ها و جنبه‌های سازمانی، بررسی می‌نماید.

هوش سازمانی به معنای «داشتن دانشی فراگیر از همه عوامل مؤثر بر سازمان است. داشتن دانشی عمیق نسبت به همه ذی‌نفعان (جامعه و مخاطبان، ارباب‌رجوع و رقبا و محیط اقتصادی) و عملیات و فرایندهای سازمانی (مالی، فروش، تولید، منابع انسانی و...) که تأثیر زیادی بر کیفیت تصمیم‌های مدیریتی در سازمان می‌گذارد، هوش سازمانی است. هوش سازمانی، ما را برای تصمیم‌گیری در همه عوامل مؤثر بر سازمان و شرکت‌ها توانمند می‌سازد (هاوسون، ۲۰۰۸).

برخی دانشمندان هوش سازمانی را از دیدگاه معرفت‌شناختی بررسی نموده‌اند: دیدگاه شناختی، دیدگاه رفتاری و دیدگاه عاطفی - اجتماعی، سه مقوله‌ای هستند که هوش سازمانی را مطرح می‌کنند و هدف کلی این است که چگونه تلفیق مکاتب مختلف اندیشه می‌تواند درک جامعی از هوش سازمانی در مدیریت و ادبیات توسعه سازمانی ارائه دهد. هوش سازمانی، فرایندی اجتماعی است که نظریه‌های سازنده آن بر مبنای نظریه‌های هوش فردی محض بنا شده است که تاکنون نادیده انگاشته شده است. کاربرد هوش فردی به نوبه خود نتوانسته است ماهیت اجتماعی هوش سازمانی را مشخص کند (اکن، ۲۰۰۷).

هوش سازمانی از دیدگاه کارل آلبرخت: وقتی افراد با هوش در یک سازمان استخدام می‌شوند، به بی‌علاقگی دسته‌جمعی یا حماقت گروهی تمایل پیدا می‌کنند. عموماً سازمان‌ها بیش از آنکه توسط رقبایشان آسیب ببینند، خودشان به خود آسیب می‌زنند. نداشتن مهارت اجرایی، جنگ‌های اداری، مبارزات سیاسی در همه سطوح، اختلال سازماندهی، قوانین و رویه‌های بی‌معنا، همه توطئه‌هایی برای جلوگیری یک کسب و کار و به کارگیری همه نیروی مغزی است که کسب و کار برای آن پول می‌پردازد. ممکن است انسان‌ها خیلی باهوش و

برای انجام دادن کارهای بزرگ توانمند باشند، اما این نیروی مغزی تجمعی آن‌هاست که انجام فعالیت‌های بزرگ را ممکن می‌سازد.

آلبرخت (۲۰۰۲) برای پاسخگویی به الزامات سازمانی و جلوگیری از کُندذهنی گروهی، از عنوان هوش سازمانی^۱ استفاده می‌کند. وی در مسئله هوش سازمانی مدلی را ارائه می‌کند که دارای ابعاد هفتگانه‌ای به قرار زیر است:

چشم‌انداز استراتژیک: به اختصار، قابلیت خلق، استنتاج و بیان هدف یک سازمان است. **سرنوشت مشترک:** زمانی که تمام یا اکثر افراد در سازمان، با آگاهی از رسالت و مأموریت سازمان احساس هدف مشترکی داشته باشند و تک تک آن‌ها به صورت جبری موفقیت سازمان را درک کنند.

میل به تغییر: برخی فرهنگ‌های سازمانی توسط تیم‌های اجرایی پایه‌گذار خودشان، هدایت می‌شوند. در این فرهنگ‌ها نحوه عملکرد، تفکر و واکنش نسبت به محیط اطراف آن‌قدر همسان شده است که هر نوع تغییر و تحول، نشان‌دهنده نوعی بیماری و حتی آشوب محسوب می‌شود. در حالی که ترویج میل به تغییر باید به عنوان یک پدیده مثبت و عامل پیشرفت تلقی شود.

روحیه: وقتی به کیفیت زندگی کاری کارکنان می‌اندیشیم، به احساس کارکنان درباره کار و مدیریت دقت می‌کنیم و به میزان خوشبینی آنان به وظایف شغلی خود و فرصت‌های ترقی و پیشرفت در سازمان فکر می‌کنیم، مفهومی با عنوان روحیه در ذهنمان شکل می‌گیرد.

اتحاد و توافق: بدون وجود یک سلسله قوانین اجرایی، 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؛ مسؤولیت‌ها و مشاغل را تقسیم کنند و یک سری قوانین را برای برخورد و ارتباط با یکدیگر و رویارویی با محیط، وضع نمایند.

کاربرد دانش: این روزها بیش از پیش، اقدام‌های منجر به پیروزی یا شکست سازمان، اساساً بر پایه استفاده مؤثر از دانش، اطلاعات و داده‌ها استوار است. فعالیت هر سازمان به شدت به دانش کسب شده و تصمیم‌های درست آنی، وابسته است.

فشار عملکرد: مدیران نباید صرفاً درگیر عملکرد (اجرا) باشند. در یک سازمان هوشمند، هر یک از مجریان باید در موضع اجرایی درست خود قرار گیرند. 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 مؤثر از انتظارات متقابل و الزام عملیاتی برای موفقیت مشترک حمایت شود.

چابکی سازمانی: واژه چابکی در لغت، به معنای حرکت سریع، چالاک، فعال، و توانایی حرکت سریع و آسان و قادر بودن به تفکر سریع و با یک روش هوشمندانه به کار گرفته شده است (هورن بای^۱، ۲۰۰۰). اما در فضای کنونی، چابکی به معنای واکنش اثر بخش به محیط متغیر و غیر قابل پیش‌بینی و استفاده از آن تغییرات به عنوان فرصت‌هایی برای پیشرفت سازمانی است. هر چند، ریشه چابکی ناشی از تولید چابک بوده و تولید چابک مفهومی است که در سال‌های اخیر عمومیت یافته و به عنوان راهبرد موفق و مورد پذیرش تولیدکنندگانی است که خود را برای افزایش قابل ملاحظه عملکرد آماده می‌کنند (جعفرنژاد و شهای، ۱۳۸۶). به نظر شریفی و ژانگ^۲، (۱۹۹۹) چابکی به معنای توانایی سازمان برای احساس، ادراک و پیش‌بینی تغییرات موجود در محیط کاری است. چنین سازمانی باید بتواند تغییرات محیطی را تشخیص دهد و به آن‌ها به عنوان عوامل رشد و شکوفایی بنگرد. ماسل^۳ (۲۰۰۱) چابکی را توانایی رونق و شکوفایی در محیط دارای تغییرات پیوسته و غیرقابل پیش‌بینی تعریف می‌کند. سازمان‌ها از این جهت نباید از تغییرات محیط کاری خود هراس داشته باشند و از آن‌ها اجتناب کنند؛ بلکه باید تغییر را فرصتی برای کسب مزیت‌های رقابتی در محیط بازار قلمداد نمایند. پیتر هیلو می‌گوید چابکی یک شرکت عبارت از توانایی و قابلیت انجام عملیات

1. Horn by

2. Sharifi, H; Zhang, Z

3. Maslell

سودآور در محیط رقابتی سرشار از فرصت‌های مستمر، غیر قابل پیش‌بینی و متغیر است (جعفرنژاد و شهائی، ۱۳۸۶). سازمان چابک یک کسب و کار با سرعت، سازگار و آگاهانه است که قابلیت سازگاری سریع در واکنش به تحولات و وقایع غیر منتظره و پیش‌بینی نشده، فرصت‌های بازار و نیازمندی‌های مشتری را دارد (همان). به عبارت دیگر می‌توان گفت که: رویکردها و راه‌حل‌های گذشته دیگر قابلیت و توانایی خود برای رویارویی با چالش‌های سازمانی و محیط بیرونی را از دست داده‌اند؛ و بهتر است با رویکردها و دیدگاه‌های جدیدی جایگزین شوند. از این رو، یکی از راه‌های پاسخگویی به این عوامل تغییر و تحول سازمانی چابکی^۱ است. در واقع، چابکی، به عنوان پارادایم جدیدی برای مهندسی سازمان‌ها و بنگاه‌های رقابتی است. از یک طرف، نیاز به این پارادایم جدید، مبتنی بر افزایش ضریب تغییر در محیطی است که بنگاه‌ها و سازمان‌ها را به پاسخ متفکرانه و معقولانه به تغییرات و ادار می‌کند (باقرزاده، دیباور، ۲۰۱۰).

اهداف پژوهش: هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه کلی و جزئی مؤلفه‌هایی به قرار زیر است.

۱. بررسی رابطه بین چابکی سازمانی و هوش سازمانی.
۲. بررسی رابطه بین چابکی سازمانی و مؤلفه‌های هوش سازمانی (چشم‌انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش، فشار عملکرد)

فرضیه‌ها: براساس اهداف فوق فرضیه‌های اصلی و فرعی به قرار زیر تبیین شده است:

۱. بین چابکی سازمانی و هوش سازمانی در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.
۲. بین چابکی سازمانی و چشم‌انداز استراتژیک در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

۳. بین چابکی سازمانی و سرنوشت مشترک در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.
۴. بین چابکی سازمانی و میل به تغییر در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.
۵. بین چابکی سازمانی و "اتحاد و توافق" در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.
۶. بین چابکی سازمانی و روحیه در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.
۷. بین چابکی سازمانی و کاربرد دانش در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.
۸. بین چابکی سازمانی و فشار عملکرد در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

روش اجرای تحقیق

این پژوهش از نوع همبستگی است. جامعه آماری آن شامل کلیه مدیران و کارمندان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری، صنایع دستی استان آذربایجان شرقی شهرستان تبریز در سال ۱۳۸۹ است که تعداد آن‌ها بر ۲۳۴ نفر بالغ می‌شود. نمونه آماری در این پژوهش تعداد ۱۴۴ نفر از کارکنان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری، صنایع دستی استان آذربایجان شرقی است. برای پیدا کردن حجم نمونه از جدول مورگان و برای انتخاب آن از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است.

برای گردآوری داده‌ها، از دو پرسشنامه چابکی سازمانی و هوش سازمانی استفاده گردید. پرسشنامه هوش سازمانی با الگوبرداری از مدل کارل آلبرخت و توسط باب‌الحوائجی و همکاران (۱۳۸۸) برای کتابخانه تهیه و آماده سازی شده است و روایی و پایایی آن مجدداً توسط پژوهشگران تحقیق حاضر محاسبه و بررسی گردید. این پرسشنامه دارای ۴۹ سؤال بود که براساس هفت مهارت کارل آلبرخت به شرح زیر شکل گرفت: «چشم‌انداز استراتژیک» (از

سؤال ۱ تا ۷)، «سرنوشت مشترک» (از سؤال ۷ تا ۱۴)، «میل به تغییر» (از سؤال ۱۵ تا ۲۱)، «روحیه» (از سؤال ۲۲ تا ۲۸)، «اتحاد و توافق» (از سؤال ۲۹ تا ۳۵)، «کاربرد دانش» (از سؤال ۳۶ تا ۴۲) و «فشار عملکرد» (از سؤال ۴۳ تا ۴۹). پایایی پرسشنامه با محاسبه آلفای کرونباخ معادل ۰/۹۲٪ محاسبه گردید که سطح مطلوبی است. روایی محتوای پرسشنامه نیز به تایید استادان صاحب‌نظر رسیده است. به منظور سنجش چابکی از پرسشنامه خاص چابکی سازمانی شامل ۴۲ ماده که در مجموع نمره چابکی سازمان را اندازه‌گیری می‌کند، استفاده شده است. پایایی پرسشنامه به روش آلفای کرونباخ با در نظر داشتن ۴۲ سوال پرسشنامه، ۰/۹۶۶ محاسبه شد که کاملاً مناسب و قابل قبول است.

برای تحلیل داده‌ها از شاخص‌های آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف استاندارد، کمترین و بیشترین مقدار و همچنین آمار استنباطی یعنی ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید.

یافته‌ها

شاخص‌های آمار توصیفی بدست آمده برای چابکی سازمانی، هوش سازمانی و زیرمقیاس‌های آن در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱: شاخص‌های آمار توصیفی شاخص‌های هوش سازمانی و چابکی سازمانی

کمترین مقدار	بیشترین مقدار	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	
۱۲/۰۰	۲۸/۰۰	۳/۶۴	۱۷/۸۹	۱۴۴	زیرمقیاس چشم انداز راهبردی
۱۲/۰۰	۳۰/۰۰	۳۰/۵۰	۲۰/۰۰	۱۴۴	زیرمقیاس سرنوشت مشتری
۱۰/۰۰	۳۲/۰۰	۶/۳۷	۲۱/۰۰	۱۴۴	زیرمقیاس میل به تغییر
۱۴/۰۰	۳۵/۰۰	۳/۸۸	۲۱/۵۹	۱۴۴	زیرمقیاس روحیه
۱۰/۰۰	۳۲/۰۰	۴/۱۴	۱۸/۸۹	۱۴۴	زیرمقیاس اتحاد و توافق
۱۴/۰۰	۳۰/۰۰	۵/۲۷	۲۳/۳۸	۱۴۴	زیرمقیاس کاربرد دانش
۱۰/۰۰	۳۵/۰۰	۵/۹۵	۲۳/۱۰	۱۴۴	زیرمقیاس فشار عملکرد
۹۴/۰۰	۱۸۹/۰۰	۲۶/۸۵	۱۴۵/۸۶	۱۴۴	هوش سازمانی
۹۷/۰۰	۱۹۰/۰۰	۲۷/۶۸	۱۵۱/۵۹	۱۴۴	چابکی سازمانی

به طوری که از جدول ۱ بر می آید سازمان میراث فرهنگی از نظر هوش سازمانی و چابکی در سطح متوسطی قرار دارد. اینک به بررسی همبستگی میان شاخص‌های فوق و فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود.

فرضیه ۱: بین چابکی سازمانی و هوش سازمانی در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۲: همبستگی هوش سازمانی و چابکی سازمانی

چابکی سازمانی	هوش سازمانی		
۰/۶۹*	۱	ضریب همبستگی پیرسون	هوش سازمانی
۰/۰۰۰		مقدار p	
۱	۰/۶۹*	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
	۰/۰۰	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

با توجه به جدول فوق میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و چابکی سازمانی برابر با ۰/۶۹ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=0/01$ کوچکتر است، اولین فرضیه پژوهشی تأیید می‌شود، یعنی: بین چابکی سازمانی و هوش سازمانی در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه ۲: بین چابکی سازمانی و چشم‌انداز راهبردی در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۳: همبستگی چابکی سازمانی و چشم‌انداز راهبردی

چشم‌انداز راهبردی	چابکی سازمانی		
۰/۲۴	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۲۰		مقدار p	
۱	۰/۲۴	ضریب همبستگی پیرسون	چشم‌انداز راهبردی
	۰/۲۰	مقدار p	

با توجه به جدول مشاهده می‌شود که میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و چشم‌انداز راهبردی برابر با ۰/۲۴ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=0/01$ بزرگتر است، دومین فرضیه پژوهشی رد می‌شود یعنی: بین چابکی سازمانی و چشم‌انداز

راهبردی در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی
رابطه معنادار وجود ندارد.

فرضیه ۳: بین چابکی سازمانی و سرنوشت مشترک در سازمان میراث فرهنگی -
گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۴: همبستگی چابکی سازمانی و سرنوشت مشترک

سرنوشت مشترک	چابکی سازمانی		
*۰/۳۶	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۰۵		مقدار p	
۱	*۰/۳۶	ضریب همبستگی پیرسون	سرنوشت مشترک
	۰/۰۵	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است

براساس جدول فوق میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و سرنوشت مشترک برابر با ۰/۲۴ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p برابر با $\alpha=۰/۰۵$ است، فرضیه پژوهشی سوم تأیید می شود یعنی: بین چابکی سازمانی و سرنوشت مشترک در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۵ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه ۴: بین چابکی سازمانی و میل به تغییر در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۵: همبستگی چابکی سازمانی و میل به تغییر

میل به تغییر	چابکی سازمانی		
*۰/۵۹	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۰۰۱		مقدار p	
۱	*۰/۵۹	ضریب همبستگی پیرسون	میل به تغییر
	۰/۰۰۱	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

با توجه به جدول فوق مشاهده می‌شود که میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و میل به تغییر برابر با ۰/۵۹ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=۰/۰۱$ کوچکتر است، چهارمین فرضیه پژوهشی تایید می‌شود یعنی: بین چابکی سازمانی و میل به تغییر در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه ۵: بین چابکی سازمانی و روحیه در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۶: همبستگی چابکی سازمانی و روحیه

روحیه	چابکی سازمانی		
*۰/۵۷	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۰۰۱		مقدار p	
۱	*۰/۵۷	ضریب همبستگی پیرسون	روحیه
	۰/۰۰۱	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

همانگونه که در جدول فوق مشاهده می شود میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و روحیه برابر با ۰/۵۷ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=0/01$ کوچکتر است، پنجمین فرضیه پژوهشی تایید می شود یعنی: بین چابکی سازمانی و روحیه در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه ۶: بین چابکی سازمانی و "اتحاد و توافق" در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۷: همبستگی چابکی سازمانی و اتحاد و توافق

اتحاد و توافق	چابکی سازمانی		
۰/۵۴*	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۰۰۲		مقدار p	
۱	۰/۵۴*	ضریب همبستگی پیرسون	اتحاد و توافق
	۰/۰۰۲	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

بنا به محتوای جدول میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و اتحاد و توافق برابر با ۰/۵۴ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=0/01$ کوچکتر است، ششمین فرضیه پژوهشی تایید می شود یعنی: بین چابکی سازمانی و "اتحاد و توافق" در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه ۷: بین چابکی سازمانی و کاربرد دانش در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۸: همبستگی چابکی سازمانی و کاربرد دانش

کاربرد دانش	چابکی سازمانی		
*۰/۴۹	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۰۰۷		مقدار p	
۱	*۰/۴۹	ضریب همبستگی پیرسون	کاربرد دانش
	۰/۰۰۷	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

چنانچه در جدول فوق مشاهده می شود میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و کاربرد دانش برابر با ۰/۵۹ بدست آمده است. از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=0/01$ کوچکتر است، هفتمین فرضیه پژوهشی تایید می شود یعنی: بین چابکی سازمانی و کاربرد دانش در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

فرضیه ۸: بین چابکی سازمانی و فشار عملکرد در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی رابطه معنادار وجود دارد.

جدول ۹: همبستگی چابکی سازمانی و فشار عملکرد

فشار عملکرد	چابکی سازمانی		
*۰/۶۵	۱	ضریب همبستگی پیرسون	چابکی سازمانی
۰/۰۰۱		مقدار p	
۱	*۰/۶۵	ضریب همبستگی پیرسون	فشار عملکرد
	۰/۰۰۱	مقدار p	

*: همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

با توجه به داده‌های جدول میزان رابطه همبستگی بین هوش سازمانی و فشار عملکرد برابر با ۰/۵۹ بدست آمده است از آنجا که مقدار p از سطح $\alpha=0/01$ کوچکتر است، هشتمین فرضیه پژوهشی تایید می شود یعنی: بین چابکی سازمانی و فشار عملکرد در سازمان میراث فرهنگی - گردشگری و صنایع دستی استان آذربایجان شرقی با ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنادار وجود دارد.

نتیجه گیری

چنانچه در تحلیل نتایج مشاهده شد روابط معناداری بین چابکی سازمانی با هوش سازمانی و بیشتر مولفه های آن شامل سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش، فشار عملکرد بدست آمد. علت این امر آن است که لازمه وجود یک سازمان پیشرو و چابک، وجود میل به تغییر در بین اعضا و داشتن هدف مشترک است، تا با اتحاد و توافق خود و البته بکار بستن علم و دانش روز برای عملکردی بالا تلاش نموده و موجبات رشد و ترقی و چابکی سازمان را فراهم سازند.

ولی در خصوص شاخص چشم انداز راهبردی با چابکی سازمانی رابطه معناداری بدست نیامد. یک سازمان چابک باید خود را با تغییرات محیطی وفق دهد و چشم انداز و استراتژی های خود را مطابق با تغییرات محیطی تغییر دهد. لذا وجود چشم انداز راهبردی با تعاریف متداول که برنامه و اهدافی بلند مدت را از قبل تعیین می کند، در چابکی سازمان چندان تأثیرگذار نیست زیرا سازمان چابک سازمانی پویاست و اهداف آن نیز برای سازگاری با تغییرات محیطی پویا خواهد بود. لذا یک سازمان چابک همیشه در تعامل با یک محیط غیرقابل پیش بینی خود را می بیند بنابراین پیش بینی محیط با تدوین چشم انداز و استراتژی های معین برای چنین سازمانی غیرعقلایی است بلکه این سازمان نیاز به استراتژی های پویا دارد.

منابع:

- ۱- آبراهام، ک. کورمن. (۱۳۸۶). روانشناسی صنعتی سازمانی، ترجمه حسین شکرگزن. تهران: انتشارات رشد.
- ۲- باب الحوایجی، فهیمه و همکاران (۱۳۸۸). سنجش هوش سازمانی کارکنان کتابخانه های دانشگاه فردوسی مشهد و آستان قدس رضوی. فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی، شماره اول، جلد ۱۳
- ۳- باقرزاده، مجید و اکبری دیباور، احمد (۲۰۱۰). "عوامل موفقیت مدیران با چابکی سازمانی در سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان آذربایجان شرقی" مقاله - هشتمین کنفرانس بین‌المللی هاری وارد هندوستان.
- ۴- براتی علویجه، حسینعلی (۱۳۸۰). مدیریت کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی، تهران: مؤلف.
- ۵- جعفرنژاد، احمد و شهابی، بهنام (۱۳۸۶). مقدمه ای بر چابکی سازمان و تولید چابک، تهران: موسسه کتاب مهربان نشر
- ۶- حسینی، نرگس و دیگران (۱۳۸۷). پرسشنامه های پژوهشی در زمینه روان شناسی، مشاور، علوم تربیتی، و جامعه شناسی، تهران: انتشارات سخن.
- ۷- احمدی، مسعود (1384). مبانی سازمان و مدیریت، انتشارات پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۴
- ۸- فقهی فرهمند، ناصر (۱۳۸۱). مدیریت پویای سازمان، تبریز: انتشارات فروزش.
- ۹- قنبری پناه، افسانه (۱۳۸۶). روانشناسی صنعتی سازمانی، تهران: انتشارات گهرکمال.
- 10- Ambrose, C; Morella, D (2004). *Designing an agile organization*, available at: www.gartner.com/display document (accessed on 2006/07/11).
- 11- Akgun ,E, ali. (2007), "*Organizational intelligence: A structuration view*". Ali, e, akgun, john byrne, halit keskin , *journal of organizational change management* , vol,20 No, 3. online. <http://www.emeraldinsight. com/ 0953- 4814.htm>
- 12- Albrecht. Karl. (2002), "*Organizational Intelligence& Knowledge Management*": <http://www.KarlAlbrecht.com>.
- 13- Challenger L, & Lee, S.Y., Brand, J.L.(2005). Effects of control over office workspace on perceptions of the work environment and work outcomes . *Journal of Environmental Psychology* , 25,323-333.

- 14- Hornby, A. S (2000). *Oxford Advance Learner's Dictionary of current English*, Sixth Edition, Oxford university press.
- 15- Howson, Cindi (2008). *Successful Business Intelligence – Secrets to Marking BI a Killer App*, McGraw-Hill Companies.
- 16- Maskell, B (2001). The age of agile manufacturing, *Supply Chain Management: An International Journal*; Vol.6, No 1,pp. 5-11.
- 17- Sharifi, H; Zhang, Z (1999). A methodology for achieving agility in manufacturing organization, *international journal of production economics*, 62(1999) 7 - 22