

بررسی نقش هوش سازمانی در عملکرد نوآورانه شرکت لامپ پارس شهاب رشت

ساراحسین پور چایجانی

(دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی واجتماعی، دانشگاه اردکان، یزد)

نویسنده مسئول: ساراحسین پور چایجانی (۰۹۰۱۷۵۹۴۴۲۹ و sarahosseinpour339@yahoo.com)

چکیده: تحقیق حاضر به بررسی نقش هوش سازمانی در عملکرد نوآورانه شرکت لامپ پارس شهاب رشت می پردازد.

نوآور بودن یک سازمان ریشه در هوش سازمانی آن دارد. سازمان هوشمند سازمان یادگیرنده ای بوده که در تولید، کسب، و تفسیر دانش و اصلاح رفتارش برای منعکس کردن دانش و اطلاعات جدید ماهر بوده است.

برای این منظور هوش سازمانی از نظریه کارل آلبرخت استفاده شد. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان شرکت لامپ پارس شهاب رشت می باشد که تعداد آن ها ۱۶۶ نفر می باشد و حجم نمونه براساس فرمول محدود ۱۱۶ نفر می باشد و نمونه آماری با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده است.

ابزار جمع آوری اطلاعات شامل پرسشنامه ای بود با طیف ۵ تایی لیکرت که شامل ۵۷ سوال از عملکرد نوآورانه کارکنان بوده که پس از سنجش روایی و پایایی آن ها در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. نتیجه ی حاصل بیانگر این است که بین هوش سازمانی و عملکرد نوآورانه کارکنان لامپ پارس شهاب رشت رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: هوش سازمانی، عملکرد نوآورانه، قانون آلبرخت، شرکت لامپ پارس شهاب رشت.

۱. مقدمه

امروزه، تغییرات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نقش دولت ها را از تصدی گری مستقیم به نقش های هدایتی و ارشادی تبدیل نموده و سبب شده است تا سازمان ها با نگاهی کاملاً متفاوت با دیروز به محیط داخلی و خارجی خود نگاه کنند. اکنون سازمان ها به این واقعیت دست پیدا کرده اند که برای رسیدن به تعالی سازمانی و تحقق آرمان های خود، چاره ای جز سنجش سیستماتیک عملکرد خود و مقایسه ی آن با برنامه های کوتاه مدت و انجام اصلاحات لازم با توجه به بازخورد از محیط داخلی و خارجی ندارند (داریانی و همکاران، ۱۳۸۶). از این رهگذر، شناخت عوامل زمینه ساز بهبود عملکرد می تواند بستر لازم برای تقویت هر چه بیشتر آن ها را فراهم آورد. افزایش قابلیت های یادگیری اعضای سازمان می تواند بهترین راه برای بقای موفقیت در بلند مدت و همچنین پاسخ به تهدیدات و بهره برداری از فرصت ها و ایجاد نوآوری به شکل های مختلف باشد (علوی و همکاران، ۱۳۹۳). یادگیری، فرآیند کسب و به کارگیری اطلاعات و مهارت های جدید است. یادگیری، عنصر حیاتی در توسعه مداوم نوآوری برای سازمان ها به شمار می رود. سازمان یادگیرنده، دانش را خلق کرده و در توسعه مدیریت دانش بزرگ شیوه کار و تجربه به کار می گیرد. هوش سازمانی را می توان به عنوان یکی از انواع هوش شناختی در نظر گرفت که با هوش هیجانی مرتبط است. هوش هیجانی برای موفقیت شغلی ضروری است و حدود ۶۰ درصد عملکرد در تمام شغل ها را دربرمی گیرد. این ویژگی به تنهایی بزرگترین عامل برای پیش بینی عملکرد فرد در محیط کار و قوی ترین نیرو برای رهبری و موفقیت است (برادبری و گریوز، ۱۳۸۸: ۳۶). هوش هیجانی در زمینه شناسایی و مدیریت تأثیر عواطف بر تفکر و رفتار از طریق آگاهی دادن بیشتر به افراد با استفاده از روش های بین فردی، سبب توسعه توانایی تشخیص تحرکات اجتماعی در محیط کار و درک چگونگی مدیریت روابط و بهبود آن ها می شود (دیگینز، ۲۰۰۴: ۸). همچنین، این عامل محصول دو مهارت اصلی قابلیت فردی و قابلیت اجتماعی است. خودآگاهی و خودمدیریتی به فرد بر می گردد و آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط به رابطه فرد با دیگران بر می گردد (برادبری و گریوز، ۱۳۸۸: ۳۸). برای کشوری مثل ایران که در سند چشم انداز ۲۰ ساله خود قصد دارد گوی رقابت در اقتصاد و تجارت را از همسایگان خود برآید، اقتصاد مبتنی بر دانایی باید استراتژیک ترین ابزار باشد تا با مدیریت صحیح اداره شده و به نتیجه دلخواه برسد. برای دسترسی به این مهم، بایستی استراتژیک ترین ابزارهای دستیابی به هدف؛ یعنی تکنولوژی، دانش، ساختار یاد گیرنده، نیروی انسانی خلاق و نوآور و سازمان هوشمند را در اختیار گرفته و نقطه تمرکز را بر دستیابی و تقویت آن ها قرار دهیم (فلاح شمس و همکاران، ۱۳۹۱). با توجه به موارد ذکر شده و تأثیرگذاری هوش سازمانی در تبیین رابطه نوآوری عملکرد، این پژوهش درصدد است به بررسی این تأثیر بپردازد.

مبانی نظری پژوهش

۱. تعریف هوش

هوش عبارت است از توانایی یادگیری و بکاربردن آن چه یاد گرفته شده، در سازگاری با اوضاع و احوال تازه و حل مسائل و مشکلات تازه (مان، ۱۳۷۸: ۲۲۳). همچنین در تعریفی دیگر هوش را مجموعه یا کل استعداد شخص به منظور تفکر و عمل با هدف، منطقی و سازگاری مؤثر با محیط تعریف کرده اند (سیدعلوی و عربلو، ۱۳۹۰: ۱۰۰). هوش مجموعه استعدادهایی است که به وسیله آن ها شناخت پیدا می کنیم، شناختها را به یاد می سپاریم و عناصر تشکیل دهنده فرهنگ را

¹ Diggins

به کار می‌بریم تا مسائل زندگی روزانه را حل کنیم و با محیط ثابت و محیط در حال تغییر سازگار شویم (گنجی، ۱۳۸۲: ۵۲). در واقع، این واژه به توانایی دریافت، درک و کاربرد نمادها و سمبل‌ها که نوعی توانایی انتزاعی است، اشاره دارد (بیک‌زاده؛ علائی و اسگندری، ۱۳۸۹: ۱۴۴).

۲. تعریف هوش سازمانی

هوش سازمانی مفهومی جدید در عرصه ادبیات مدیریت و قرن ۲۱ می‌باشد. هوش سازمانی معیار کمی برای کارآمدی سازمان در انتشار اطلاعات، تصمیم‌گیری و اجرا می‌باشد. بهره‌های هوشی سازمان‌ها نیز همانند بهره‌های هوشی افراد قابل اندازه‌گیری است. سازمان‌های باهوش، توان ذهنی خود را نیز همانند توان فیزیکی‌شان افزایش می‌دهند (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹). کارل آلبرخت این مفهوم را در سال ۲۰۰۲ در کتاب «قدرت اذهان در کار» بیان نموده است. وی هوش سازمانی را به عنوان استعداد و ظرفیت یک سازمان در حرکت قدرت ذهنی‌اش و تمرکز این قدرت ذهنی در تحقق رسالت سازمان تعریف می‌کند (آلبرخت، ۲۰۰۳: ۶). براساس قانون آلبرخت تحت عنوان حماقت گروهی می‌توان این‌گونه بیان کرد که سازمان‌ها علاوه بر تهدید رقبا و محیط پیرامونی‌شان، خود نیز در جهت آسیب به خود پیش می‌روند (بیک‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۴۹).

۳. ابعاد هوش سازمانی

کارل آلبرخت (۲۰۰۳) هوش سازمانی را شامل ۷ مؤلفه می‌داند که آن‌ها را چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، دانش کاربردی، روحیه و فشار عملکرد می‌نامد.

۳.۱. چشم‌انداز راهبردی

به قابلیت خلق، استنتاج و بیان هدف یک سازمان اطلاق می‌شود (آلبرخت، ۲۰۰۳: ۱۱). این بعد به این مسئله اشاره دارد که راهبردهای اساسی و مهم در سازمان شناسایی و تمامی کارکنان آن را پذیرفته و در جهت آن هماهنگ شده باشند، در عین حال متخصصان و رهبران فرصت بازبینی و بازنگری آن را در نشست‌های سالیانه فراهم کنند و فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از عوامل محیطی به طور دایم مورد بازبینی قرار گیرد (جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸: ۵۰).

۳.۲. سرنوشت مشترک

زمانی که تمام یا اکثر افراد در سازمان درگیر کار شدند، می‌دانند که رسالت و مأموریت سازمان چیست، احساس داشتن هدف مشترک می‌نمایند و تک‌تک افراد به صورت جبری موفقیت سازمان را درک می‌نمایند. آن‌ها می‌توانند به طور هم‌افزایی برای رسیدن به چشم‌انداز عمل نمایند (آلبرخت، ۲۰۰۳: ۱۱). به معنای این که کارکنان خود را عضو مؤثری از سازمان تلقی کنند و مدیران در طرح‌ها و برنامه‌ها، اجرا و ارزشیابی با مشارکت کارکنان عمل نمایند. در نتیجه آن‌ها مأموریت‌های سازمانی را می‌شناسند و حس همدلی و همبستگی نسبت به اهداف پیدا می‌کنند. موفقیت سازمان را موفقیت خود قلمداد می‌کنند. همکاری و مبادله آزادانه ایده‌ها و اطلاعات در سازمان به وضوح قابل درک است (جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸: ۵۰).

۳.۳. میل به تغییر

برخی فرهنگ‌های سازمانی توسط تیم‌های اجرایی پایه‌گذار خودشان هدایت می‌شوند. در این فرهنگ‌ها نحوه عملکرد، تفکر و واکنش مجدد نسبت به محیط آنقدر همسان شده است که هر نوع تغییر و تحول نشان دهنده چالش، کسب تجارب جدید و مهیج است و به عبارت دیگر شانس برای شروع کار و فعالیت جدید می‌باشد. افراد در چنین محیط‌هایی نیاز به بازآفرینی مدل و الگوی کسب و کار را به عنوان یک چالش مهیج و مطلوب، که فرصتی برای یادگیری روش‌های کامیابی است؛ به خوبی احساس می‌کنند (آلبرخت، ۲۰۰۳: ۱۱).

۳.۴. اتحاد و توافق

بدون وجود یک سلسله قوانین جهت اجرا در حیطه آن، هر گروهی در ادامه کار دچار مشکل فراوان و اختلاف نظر خواهد شد. افراد و گروه‌ها باید خود را برای تحقق رسالت و مأموریت سازمان، آماده کنند. مسئولیت‌ها و مشاغل را تقسیم نمایند و یک سری قوانین را برای برخورد و ارتباط با یکدیگر و رویارویی با محیط وضع نمایند (همان منبع، ۲۰۰۳: ۱۱).

۳.۵. دانش کاربردی

فعالیت هر سازمان به اطلاعات کاربردی که در هر لحظه با ساختار سازمان عجین شده، وابسته است (بهرامی نژاد و پوررشیدی، ۱۳۹۰: ۱۹). تقریباً فعالیت هر سازمانی شدیداً به دانش کسب شده، تصمیم‌های صحیح در لحظات آنی، قضاوت، ذکاوت و حس مشترک شایسته‌سالاری افراد خود؛ به اندازه صحت اطلاعات کاربردی که در هر دقیقه با ساختار سازمانی عجین شده، وابستگی دارد (آلبرخت، ۲۰۰۳: ۱۲).

۳.۶. روحیه

با دقت در مورد کیفیت زندگی کارکنان و میزان خوش‌بینی آنان به وظایف شغلی خویش مفهوم روحیه در ذهنمان شکل می‌گیرد (بهرامی نژاد و پوررشیدی، ۱۳۹۰: ۱۹). جدای از عنصر سرنوشت مشترک، عنصر روحیه با میل به اعطای بیش از حد استاندارد، درگیر است. روانشناسان سازمانی به تلاش‌های دلخواه به عنوان انرژی اعضای سازمان در سطح بالاتر از آنچه که قرار است انجام شود، اشاره دارند. در یک سازمان با روحیه پایین کارکنان به اندازه اصولی و منطقی به شغل و وظیفه عمل می‌نمایند (آلبرخت، ۲۰۰۳: ۱۱).

۳.۷. فشار عملکرد

این کافی نیست که فقط مدیران درگیر اجرا باشند، در یک سازمان هوشمند هر یک از مجریان بایستی موضع اجرایی خاص خود را داشته باشند. رهبران می‌توانند مفهوم فشار عملکرد را ترویج داده و از آن پشتیبانی نمایند، اما این امر بیشترین اثر را زمانی دارا می‌باشد؛ که تحت عنوان یک مجموعه بهم پیوسته از انتظارات متقابل و الزام عملیاتی برای موفقیت مشترک در سازمان باشد (همان منبع، ۲۰۰۳: ۱۲).

۴. تعریف نوآوری

نوآوری عمل مختص کارآفرینی است. ابزاری است که توسط آن کارآفرین، منابع ثروت زای جدید ایجاد می‌کند، یا منابع موجود را غنا می‌بخشد تا پتانسیل آن‌ها برای تولید ثروت، فزونی پذیرد. نوآوری عبارت است از فرآیند اجرای خلاقیت یا به عبارتی تحقق بخشیدن و عملیاتی کردن ایده‌های نو و به طور کلی تبدیل خلاقیت نتیجه‌ی عینی (کانسی، ۲۰۲۰).

۵. تعاریف عملکرد نوآوری

عملکرد سازمانی دارای ابعاد مختلفی است. دیدگاهی جامع به عملکرد سازمانی نه تنها رویکردهای مالی، بلکه تمامی رویکردهایی که امکان ارزیابی خلق ارزش در سازمان را دارند در برمیگیرد (لوپز-نیکلاس و مرنو-سردان، ۲۰۱۱). عملکرد نوآوری ترکیبی از موفقیت‌های کلی سازمان در نتیجه تلاش‌های صورت گرفته جهت نو کردن و بهبود دادن و به کارگیری جنبه‌های مختلف نوآوری در سازمان می‌باشد (گانندی و همکاران، ۲۰۱۱).

۶. پیشینه پژوهش

- طبرسا، حاتمی و ابدالی (۱۳۹۱) "رابطه هوش سازمانی و خلق دانش" را در کارکنان سازمان صنعتی مورد بررسی قرار دادند؛ برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه هوش سازمانی آلبرخت و خلق دانش چوی و لی استفاده شد و در پایان یافته‌های به دست آمده از آزمون فرضیات، حاکی از ارتباط مثبت و معنادار بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن (بینش راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، هم‌سویی و تجانس، روحیه، بکارگیری دانش و فشار عملکرد) با خلق دانش بود. علاوه بر این در ارتباط با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی با هوش سازمانی بین سابقه خدمت و تحصیلات با هوش سازمانی افراد ارتباط معناداری دیده شد.
- جمال‌زاده، غلامی و سیف (۱۳۸۸) "رابطه هوش سازمانی و یادگیری سازمانی" را در میان کارکنان و اعضای هیأت علمی دانشگاه آزاد مورد بررسی قرار دادند و در انتها الگویی جهت ارتقاء یادگیری سازمانی ارائه نمودند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه یادگیری سازمانی دیان نیفهو هوش سازمانی آلبرخت استفاده شد و نتایج نشان داد که ابعاد هوش سازمانی با یادگیری سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارند، به علاوه متغیرهای سرنوشت مشترک، میل به تغییر و روحیه درصد بیشتری از یادگیری سازمانی را تبیین کرده‌اند.
- یویگور و یولسوی (۲۰۱۳) "تصورات مدیران و کارکنان را بر اثرات هوش سازمانی در عملکرد شرکت‌ها" مورد بررسی قرار دادند. در این نظرسنجی از ۱۰۶۴ کارمند و ۴۵۴ مدیر استفاده شد و نتایج نشان داد که هیچ تفاوت معناداری از نظر سن، جنسیت، سطح تحصیلات، بخش اداری، موقعیت شغلی وجود ندارد و نیز رابطه معناداری میان ادراکات مدیران و کارکنان در حیطه عملکرد و هوش سازمانی وجود دارد.
- مرجانی و سهیلی پور (۲۰۱۲) "رابطه میان هوش سازمانی و عملکرد کارکنان" را براساس مدل کارل آلبرخت مورد بررسی قرار دادند. جامعه تحقیقی آنها شامل تمامی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی مشتمل بر ۱۱۵ نفر بوده است. پس از تجزیه و تحلیل تمامی ابعاد هوش سازمانی (چشم‌انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، فشار عملکرد، دانش کاربردی، میل به تغییر، اتحاد و توافق و روحیه) با متغیر وابسته عملکرد، نتیجه حاصل نشان از رابطه قابل ملاحظه این ابعاد با عملکرد دارد.

۷. روش پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل: کلیه کارکنان شرکت لامپ پارس شهاب در شهر رشت می باشد. پرسشنامه مربوط به کارکنان بوده که تعداد کل آن ها ۱۶۶ نفر می باشند. از آن جا که جامعه آماری این تحقیق محدود است، از فرمول نمونه گیری جامعه محدود کوکران برای نمونه گیری استفاده شده است. حجم نمونه با توجه به فرمول ۱۱۶ عدد محاسبه شد. برای اطمینان از برگشت پرسشنامه ها تعداد ۱۳۰ پرسشنامه توزیع گردید که از این تعداد ۱۲۲ پرسشنامه برگشت داده شد، که ۵ پرسشنامه بدون جواب سؤالات تخصصی بوده و ۲ پرسشنامه نیز غیر قابل استفاده بود. پس از حذف پرسشنامه های مذکور از ۱۱۵ پرسشنامه برای تحلیل استفاده گردید. روش نمونه گیری، نمونه گیری تصادفی ساده است. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری و ادبیات تحقیق از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات و مطالعات موردی مختلف استفاده شده است. از ابزار پرسشنامه جهت گردآوری داده ها استفاده گردیده است، روایی پرسشنامه از نظر اعتبار محتوایی به تایید اساتید و خبرگان رسیده است. با توجه به جدول زیر از آن جایی که میزان ضریب آلفای کرونباخ در تمامی متغیرها و به طور کلی بالای ۰/۷ است، می توان ادعا کرد که پرسشنامه ی تحقیق از پایایی مطلوبی برخوردار است.

جدول ۱. محاسبه ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

نام متغیر	تعداد سوالات	ضریب آلفای کرونباخ
چشم انداز استراتژیک،	۷	۰/۸۹
سرنوشت مشترک،	۷	۰/۹۴
میل به تغییر،	۷	۰/۸۰
روحیه	۷	۰/۸۷
اتحاد و توافق	۷	۰/۸۴
کاربرد دانش	۷	۰/۹۳
فشار عملکرد	۷	۰/۸۴
عملکرد نوآورانه	۸	۰/۸۹

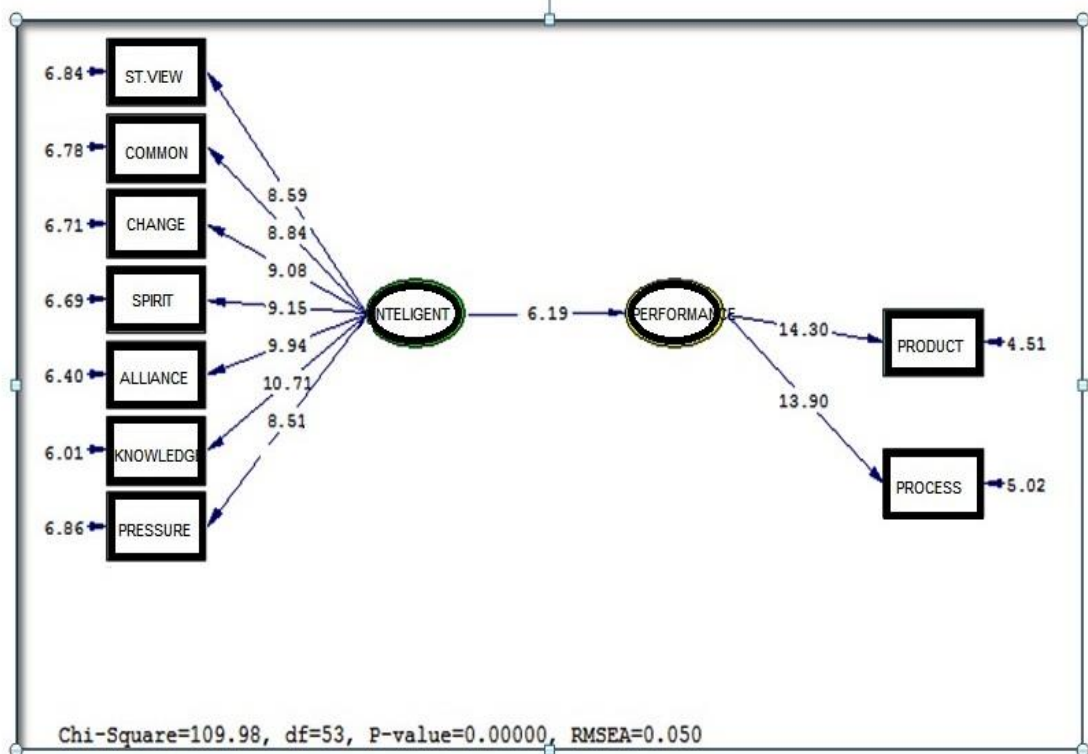
همان طور که در جدول ۲ نمایش داده شده است در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ به دست آمده است. بنابراین دلیلی برای رد فرض صفر مبتنی بر نرمال بودن داده‌ها وجود ندارد. به عبارت دیگر داده‌های تحقیق نرمال است و می توان آزمون‌های SEM و CFA را اجرا کرد.

جدول ۲. آزمون نرمال بودن داده‌ها

شاپیرو-ویک		کولموگروف-اسمیرنوف		آزمون سازه (عامل)
		درجه آزادی	معناداری	
۱۱۵	۰/۹۵	۱۱۵	۰/۱۴	چشم انداز استراتژیک
۱۱۵	۰/۸۹	۱۱۵	۰/۲۱	سرنوشت مشترک
۱۱۵	۰/۹۷	۱۱۵	۰/۱۱	میل به تغییر
۱۱۵	۰/۹۵	۱۱۵	۰/۱۳	روحیه
۱۱۵	۰/۹۵	۱۱۵	۰/۱۶	اتحاد و توافق
۱۱۵	۰/۹۷	۱۱۵	۰/۱۲	کاربرد دانش
۱۱۵	۰/۹۳	۱۱۵	۰/۱۵	فشار عملکرد
۱۱۵	۰/۹۵	۱۱۵	۰/۱۳	نوآوری در محصول
۱۱۵	۰/۹۳	۱۱۵	۰/۱۷	نوآوری در فرآیند

۷.۱ آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از مدل‌بازی معادلات ساختاری

مدل نهائی تحقیق که با استفاده از نرم افزار لیزرل تصدیق شده (Validate) در نمودار ۱ و جدول ۳ ارائه شده است. در طراحی این مدل هر سازه مورد مطالعه خود از تعدادی متغیر پنهان (عامل) تشکیل شده است. میانگین نمرات متغیرهای مربوط به هر عامل محاسبه و هر عامل خود به عنوان یک متغیر قابل مشاهده در مدل وارد شده است. فرضیه اصلی: بین هوش سازمانی و نوآوری در عملکرد رابطه معناداری وجود دارد.



نمودار ۱. مدل در حالت تخمین استاندارد

جدول ۳. شاخص‌های نیکوئی برازش مدل ساختاری فرضیه اصلی

شاخص برازندگی	SRMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	NNFI	IFI
مقادیر قابل قبول	<0.05	<0.1	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	0 – 1
مقادیر محاسبه شده	0.027	0.050	0.94	0.91	0.96	0.98	0.98

۸. پیشنهادهای تحقیق

پیشنهادهای مستخرج از نتایج تحقیق

- در این پژوهش نشان داده شد که چشم انداز استراتژیک بر عملکرد نوآورانه شرکت تاثیر مستقیم و مثبت دارد. از این رو پیشنهاد می گردد روی اهداف صریح، شفاف و روشن در شرکت های مورد مطالعه تاکید تا میزان واکنش به اقدامات شرکت های رقیب زیاد باشد. همچنین با اجرای برنامه های تشویق و ترغیب نیروی انسانی روی مسؤلیت پذیری نسبت به وظایف محوله در بین کارکنان تاکید گردد. همچنین شرکت ها باید با برنامه ریزی درست بتوانند در شرایط بحران های اقتصادی به خوبی در بازار حضور داشته باشند.

- در این پژوهش نشان داده شد که میل به تغییر بر عملکرد نوآورانه شرکت تاثیر مستقیم و مثبت دارد. از این رو پیشنهاد می گردد شرکت مذکور نرخ نوآوری محصولات خود را افزایش و روی نحوه قیمت گذاری محصولات به خصوص محصولات جدید دقت کافی نمایند و همچنین نرخها به صورت عادلانه ارائه گردد. همچنین شرکت ها باید کوشش نمایند با معرفی محصولات جدید با روش های با روش های خلاقانه به بازار سعی در کسب سهم بازار داشته باشند.

- در این پژوهش نشان داده شد که سرنوشت مشترک بر عملکرد نوآورانه آنها تاثیر مستقیم و مثبت دارد. از این رو پیشنهاد می گردد ریسک پذیری به عنوان یک استراتژی موثر و مثبت در شرکت ها ترویج و تلقی گردد. همچنین مدیران ارشد برای پذیرش پروژه های ریسکی با منافع زیاد اهتمام لازم را داشته باشند.

- در این پژوهش نشان داده شد که روحیه بر عملکرد نوآورانه آن ها تاثیر مستقیم و مثبت دارد. از این رو پیشنهاد می گردد در شرکت ها به عادات و سلیقه های بسیار متفاوت گروه های مختلف مشتریان توجه کافی و وافی شود. همچنین شرکت ها برنامه های خاصی را برای ارتقای وفاداری مشتریان را قبیل تشکیل باشگاه مشتریان وفادار و ارزش گذاری های خاص و مناسبی به انجام برسانند.

۵. در این پژوهش نشان داده شد که اتحاد و توافق بر عملکرد نوآورانه آن ها تاثیر مستقیم و مثبت دارد. از این رو در پیشنهاد می گردد شرکت به کشف فرصت های جدید برای توسعه بازار و محصول اهمیت دهند و همچنین بهره گیری از فرصت های ارزشمند منابع انسانی و مالی موجود مورد توجه آنها باشد.

۶. در این پژوهش نشان داده شد که کاربرد دانش بر عملکرد نوآورانه آن ها تاثیر مستقیم و مثبت دارد. پیشنهاد می گردد ضمن برنامه ریزی دقیق جهت برون سپاری امور ممکن روی منابع تحت اختیار از قبیل نیروی انسانی و سایر منابع موجود با برنامه ریزی و انجام آموزشهای لازم نسبت به بهره برداری صحیح و مفید اقدام گردد.

۷. در این پژوهش نشان داده شد که فشار عملکرد بر عملکرد نوآورانه آن ها تاثیر مستقیم و مثبت دارد. از این رو به شرکت ها پیشنهاد می گردد روی سازمان های غیر رسمی در درون خود برای پیشبرد سریعتر و بهتر امور برنامه ریزی و اهتمام داشته باشند. همچنین آزادی عمل های لازم به کارکنان برای انجام وظایف شغلی داده شده و جلسات غیر رسمی و رودررو با مدیران شعب و نمایندگی های تابعه تشکیل گردد.

۸.۱ پیشنهاد به پژوهشگران آتی

- به پژوهشگران علاقمند پیشنهاد می شود الگوی ارائه شده را در چند صنعت دیگر (به ویژه سازمان های موسسات مشابه) مورد بررسی و تجزیه تحلیل قرار داد.
- به پژوهشگران آتی پیشنهاد می گردد به الگوی ارائه شده متغیرهای دیگری را اضافه کرده و تأثیر این متغیرها را نیز مورد بررسی و تحلیل قرار داد.
- پیشنهاد می شود در مطالعات آینده تاثیر بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد نوآوری را در شرکت به صورت منفرد بررسی تا امکان مقایسه موقعیت و وضعیت شرکت ها در بازار فراهم گردد.

منابع:

- [۱] ابرابری، تراویس و جین گریوز (۱۳۸۸) "هوش هیجانی (مهارت ها و آزمون ها)"، ترجمه: مهدی گنجی، تهران، نشر ساوالان.
- [۲] بهرامی نژاد، زهرا؛ رستم پور رشیدی (۱۳۹۰) "سازمان باهوش؛ گشودن پنجره در امتداد افق یادگیری فراگیر"، توسعه مدیریت، شماره ۹۰، ۱۷-۲۲.
- [۳] بیک زاده، جعفر؛ علائی، محمدباقر و کریم اسگندری (۱۳۸۹) "بررسی رابطه هوش سازمانی مدیران با عملکرد آنان در سازمان های دولتی استان آذربایجان شرقی"، پژوهش های مدیریت، شماره ۸، ۱۴۳-۱۶۳.
- [۴] جعفری، پروش؛ علی رضا فقیهی (۱۳۸۸) "میزان مؤلفه های هوش سازمانی در سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی"، دانش و پژوهش در علوم تربیتی، شماره ۲۳، ۴۵-۶۶.
- [۵] جمال زاده، محمد؛ غلامی، یونس و محمدحسن سیف (۱۳۸۸) "بررسی رابطه هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در بین کارکنان و اعضای هیأت علمی منطقه یک دانشگاه آزاد اسلامی و ارائه الگوی جهت ارتقاء یادگیری سازمانی"، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، شماره ۲، ۶۳-۸۶.
- [۶] سیدعلوی، بلال؛ حمید عربلو (۱۳۹۰) "تعیین سطح هوش سازمانی کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی"، فصلنامه رسالت مدیریت دولتی، شماره ۱، ۹۹-۱۱۹.
- [۷] طاهری گودرزی، حجت؛ فنوتی، اکبر و محمود آقاحسینعلی شیرازی (۱۳۹۰) "رابطه زیرسیستم تحول سازمانی در سازمان یادگیرنده با هوش سازمانی در شرکت مخابرات استان خوزستان"، فراسوی مدیریت، شماره ۱۸، ۷-۲۴.
- [۸] طبرسا، غلامعلی؛ حاتمی، سکینه و رقیه ابدالی (۱۳۹۱) "تبیین ارتباط هوش سازمانی و خلق دانش (مورد مطالعه: کارکنان یک شرکت صنعتی)"، پژوهش نامه مدیریت تحول، شماره ۷، ۱۱۰-۱۳۲.
- [۹] آفقیهی، ابوالحسن؛ بهروز رضایی منش (۱۳۸۴) "اخلاق اداری: سیری در گذشته و حال"، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۴۷، ۲۵-۵۰.
- [۱۰] افلاح میر شمس، بوداقی فیض؛ خواجه و حسین نوبر، دنلواز بیتا اصغری، (۱۳۹۱) "بررسی رابطه بین سازمانی هوش و خلاقیت کارکنان در دانشگاه آزاد واحد اسلامی تهران مرکزی در سال ۱۳۸۸"، فراسوی مجله مدیریت، (۶) 21، 149-166.
- [۱۱] گنجی، حمزه (۱۳۸۲) "روانشناسی عمومی"، تهران، نشر ساوالان.
- [۱۲] امان، نورمن لسل (۱۳۷۸) "اصول روانشناسی «اصول سازگاری آدمی»"، ترجمه و اقتباس محمود ساعتچی، تهران، امیرکبیر.
- [۱۳] مختاری پور، مرضیه (۱۳۸۹)، رابطه استراتژیک هوش سازمانی و مدیریت دانش، توسعه مدیریت، ۱۷، ۸۲-۲۵.
- [۱۴] مصلح، عبدالمجید ویاری بوزنجانی، احمداله (۱۳۹۳)، تاثیر هوش سازمانی بر نوآوری فناورانه در شرکت های دانش بنیاد، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۲، (۷۳)، ۶۳-۹۴.



[۱۵] Albrecht, Karl, (2003), Organizational Intelligence survey. Australian Institute of Management: (www.KarlAlbrecht.com).

[16]Albrecht , Karl , (2003) , Organizational Intelligence& Knowledge Management :Thinking Outside the Silos , the Executive Perspective:(www.KarlAlbrecht.com).

[۱۷]Canci, N. (2020). Long term operation with the DarkSide-50 detector. *Journal of Instrumentation*, 15(03), C03026.

[18] Diggins, C. (2004), "Emotional Intelligence: The Key to Effective Performance and to Staying Ahead of the Pack at Times of Organizational Change", *Human Resource Management International Digest*, V. 12, N. 1, 5-33.

[19]Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L.)2011(. Effects of innovation types on firm performance. *Int. J.ProductionEconomics* , 133, 662-676.

[20]López-Nicolás, C., & meñno-Cerdán, A.)2011(. Strategic knowledge management innovation and performance. *International Journal of Information Management* , 31, 502–509,

[21]Marjani A B. and Soheilipour M (2012), "The Relationship between Organizational Intelligence and Staff Performance Based on the Model of Karl Albrecht (The case of Iran Branch, China National Petroleum Company)", *International Journal of Business and Social Science*, V. 3, N. 4, 152-158.

[22]Uygur, A. and Ulusoy G. (2013), "Manager and Employee Perceptions on Organizational Intelligence's Effects on Performance in Enterprises. An Application", *International Journal of Humanities and Social Science*, V. 3, N. 2,108-124.