

مدلسازی ارتباط هوش سازمانی با نوآوری در فدراسیون والیبال با در نظر گرفتن فرهنگ سازمانی بعنوان متغیر میانجی

مریم بابایی خیمه سرایی

مریی علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، گرمسار، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۶/۱۸

Relationship of Organizational Intelligence with Innovation in Volleyball Federation Considering Organizational Culture as Intermediary Variable

Maryam Babaei Kheime Saraei

Educational Instructor, Payame Noor University, Garmsar, Iran

Received: (2019/07/05) Accepted: (2019/09/10)

Abstract

The purpose of this study was to investigate the effect of The purpose of this study was to design a model for the participation of disadvantaged athletes in the The purpose of this study is modeling the relationship between organizational intelligence and innovation in volleyball federation considering organizational culture as an intermediary variable. This research is applied, and The methods used is descriptive and Correlation analysis. The statistical population of the study consisted of all full-time employees and managers of valiball federation, in Iran. The number of them included 92 people. However, only 72 completed questionnaires. The instruments for collecting questionnaires in this research were Karl Albarecht's Organizational Intelligence Questionnaire, Hofstede's Organizational Culture Questionnaire (MHM), and a researcher-made Innovation Questionnaire, and a combination of Jimens-Jimens and others (2008), Pennyards (2006), Pegrague and Sohell (2006). Validity and reliability of these questionnaires were investigated using common methods. In order to test the hypotheses, structural equation method (Smart PLS software) was used. The results of this study showed that there is a positive and significant relationship between organizational intelligence and innovation in the volleyball federation. Also, the relationship between organizational intelligence and organizational culture as well as the relationship between organizational culture and innovation is positive and significant.

Keywords

Organizational intelligence, Innovation, Organizational culture, Volleyball Federation, Structural Equations.

چکیده

هدف از انجام این مطالعه مدلسازی ارتباط هوش سازمانی با نوآوری در فدراسیون والیبال با در نظر گرفتن فرهنگ سازمانی بعنوان متغیر میانجی است. روش انجام این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، و از نظر ماهیت، از نوع توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مدیران و کارکنان تمام وقت فدراسیون والیبال کشور می دهد که شامل ۹۲ نفر است و با توجه به محدودیت جامعه، تعیین نمونه بر اساس روش تمام شماری استفاده شده است. با این وجود تنها ۷۲ نفر پرسشنامهها را تکمیل نمودهاند. ابزار گردآوری شامل پرسشنامههای استاندارد هوش سازمانی کارل آلبرخت، پرسشنامه فرهنگ سازمانی هافستد برگرفته از کتاب مقیمی (۱۳۸۸) و پرسشنامه محقق ساخته نوآوری و ترکیبی از پرسشنامه های جیمنز-جیمنز و دیگران (۲۰۰۸)، پنیاندز (۲۰۰۶)، پراجگو و سوهل (۲۰۰۶) است. روایی و پایایی این پرسشنامهها با استفاده از روشهای رایج مورد بررسی قرار گرفته و آزمون روابط نیز بر اساس روش معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS انجام شده است. نتایج حاصل از این مطالعه حاکی از آن است که بین هوش سازمانی و نوآوری در فدراسیون والیبال رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین رابطه بین هوش سازمانی و فرهنگ سازمانی و نیز رابطه بین فرهنگ سازمانی و نوآوری نیز مثبت و معنی دار است.

واژه‌های کلیدی

هوش سازمانی، نوآوری، فرهنگ سازمانی، فدراسیون والیبال، معادلات ساختاری

Received: (2019/08/10) Accepted: (2019/10/04)

مقدمه

امروزه پیشرفت تکنولوژی و جریان گسترده دانش و اطلاعات نوین، موجب شده تا سازمان‌ها در محیطی فعالیت کنند که تغییرات سریع، آنها را ملزم به داشتن استراتژی‌های انطباق پذیر کند. در واقع این مسئله که سازمان‌ها چگونه می‌توانند در محیطی پویا و غیرقابل پیش بینی موفق شوند، موضوعی است که به عنوان مهم ترین چالش دنیای امروز شناخته می‌شود (۳). از این رو، جامعه امروزی نیازمند آموزش مهارت‌هایی است که با کمک آن بتواند همگام با توسعه علم و فناوری به پیش برود و هدف باید پرورش انسانهایی باشد که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند. تغییر و تحول در دهه اخیر و افزایش روزافزون رقابت، پیچیدگی، پویایی و عدم اطمینان از شرایط محیطی باعث شده تا سازمانهای بزرگ نتوانند با شرکت‌های کوچک که از انعطاف پذیری، سرعت و نوآوری بالایی برخوردارند رقابت کنند (۷). بنابراین، سازمانهای تولیدی برای ادامه، بقا و ارتقاء بهره‌وری خود در برابر تحولات و تهدیدات گسترده و مداوم محیط، نیاز به سازگاری و هماهنگی با محیط دارند (۱۶). از این رو، مدیران سعی دارند تا با شناخت و ایجاد جوی حاکی از درک مناسب، به تولید نوآوری که طی آن امکان بروز خلاقیت‌ها و افزایش عملکرد و بهره‌وری می‌شود، اهتمام ورزند (۲). به عبارت دیگر، نوآوری سازمانی باید نهادینه شود و جزء کار و فرهنگ سازمان گردد. هرگاه مدیران سطوح عالی و سیاستگذاران سازمان، خود به خلاقیت و نوآوری به عنوان فعالیتی ضروری و حیاتی باور نداشته باشند، هیچ فعالیتی در این زمینه دوام نخواهد یافت. ایجاد هسته‌های پژوهشی و نوآوری در سازمان می‌تواند کار خلاقیت و نوآوری را تسهیل و تسریع کند (۱۱). میزانی از خلاقیت و نوآوری به طور بالقوه در همه افراد وجود دارد اما به فعلیت رساندن این تواناییها مستلزم برنامه‌ریزی صحیح از طرف مدیران است (۷). در این راستا، مدیران می‌توانند از طریق تشویق کارکنان و ترغیب آنها 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 می‌تواند مؤثر واقع گردد.

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 مقوله سازمانهای باهوش و بررسی رابطه هوش سازمانی با متغیرها و عوامل درون و برون سازمانی یاری کند (۱). 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 (۹). بنابراین سازمان‌ها برای انطباق خود با تغییرات پیش‌رو و حفظ عملکرد خود ناچارند که از مفروضات و رویکردهای قدیمی خود دست کشیده و با ایجاد اصولی که انعطاف پذیری، استفاده از فناوری اطلاعات، مدیریت دانش و انطباق مداوم با تغییرات محیطی جدید را مورد تأکید قرار می‌دهند، عملکرد خود را ارتقاء و در سطوح بالا حفظ نمایند (۱۴). موضوعی که برخورداری از هوش سازمانی را می‌طلبد. کارل آلبرخت^۲ برای موفقیت در یک سازمان به داشتن عوامل انسانی هوشمند، گروه‌های هوشمند و سازمان‌های هوشمند اشاره می‌کند (۸).

این در حالی است که به عقیده دشانند (۱۹۹۳) بدون یک فرهنگ قوی و مشترک، گرایش نوآورانه یک سازمان به سختی می‌تواند رقابتی، سبب توسعه، نوآوری و افزایش عملکرد شود (۱۰). فرهنگ سازمانی، جو حاکم بر محیط سازمان است که افراد در آن فعالیت می‌کنند و رفتار آنها شکل می‌گیرد که این موضوع خود در عملکرد کارکنان سازمان نقش بسزایی دارد. با وجود یک فرهنگ قوی و منسجم و وجود خلاقیت افراد، ضمن کسب آگاهی بیشتر پیرامون اهداف و استراتژیهای سازمان، نسبت به ارزشها و هنجارها احساس مسئولیت و تعهد از کار احساس رضایت می‌کنند که این امر در کنار مدیریت قوی، موجب بهبود روحیه، انگیزش، افزایش عملکرد سازمان و بهره‌وری کارکنان می‌گردد (۱۲). به عبارت دیگر، فرهنگ سازمانی ارتقادهنده خلاقیت فردی می‌باشد و خلاقیت در فرهنگ سازمانی صحیحی رخ می‌دهد که نتیجه اش نوآوری است (۲).

در دوران پرقابیت امروزی، سازمان‌های ورزشی و فدراسیون‌های مختلف نیز در معرض تغییرات ناپیوسته‌ای قرار دارند. فدراسیون والیبال نیز از این امر مستثنی نبوده و با توجه به رشد چشمگیر این ورزش در سال‌های اخیر، لازم است تا کارکنان این سازمان در راستای نیل به اهداف سازمانی خود

1. Organizational Intelligence
2. Karl Albrecht

عرفانی و جعفری^۴ (۲۰۱۳) در مطالعه خود به طراحی مدلی برای هوش سازمانی در دانشگاه آزاد اسلامی پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های این مطالعه سبک رهبری تحول‌گرا تأثیر مستقیمی بر فرهنگ یادگیری داشته است. همچنین، یادگیری سازمانی دارای تأثیر مستقیم بر هوش سازمانی و فرهنگ یادگیری تأثیر مستقیمی بر یادگیری سازمانی دارد. در نهایت یافته‌ها نشان می‌دهد که برای ارتقای هوش سازمان، این عوامل باید مورد توجه قرار گیرند (۶).

سانچین و دیگران^۵ (۲۰۱۲) در مقاله خود چارچوبی برای بررسی ارتباط هوش هیجانی و هوش معنوی در پرورش خلاقیت و نوآوری در بین کارآفرینان موفق ارائه کردند. نتایج نشان می‌دهد که هیجان و احساسات مثبت موفقیت کارآفرینان را افزایش می‌دهد و این افزایش موفقیت کارآفرینان در نتیجه افزایش خلاقیت و نوآوری است (۱۷).

تیموری و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود به بررسی رابطه هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی پرداخته‌اند. 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 (۱۸).

شهلائی (۱۳۹۵) رابطه نگرش به مدیریت دانش و خلاقیت در مدیران و کارکنان فدراسیون والیبال جمهوری اسلامی ایران را مورد بررسی قرار داده است. نتایج نیز نشان داده است که متغیر نگرش به مدیریت دانش با خلاقیت ارتباط آماری مثبت و معناداری دارد. بنابراین، نگرش بالا نسبت به مدیریت دانش می‌تواند با خلاقیت بیشتر مدیران همراه باشد (۱۵).

حمیدیان‌پور و اژدری (۱۳۹۴) مطالعه‌ای به عنوان بررسی تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری را با در نظر گرفتن تأثیر خلاقیت کارکنان انجام داده‌اند. در این مطالعه با بررسی متغیرها و مطالعه پیشینه پژوهش، مشخص شد که هوش سازمانی بر خلاقیت کارکنان تأثیر دارد و خلاقیت نیز بر نوآوری تأثیر می‌گذارد (۷).

نمامیان و فیض‌الهی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان با نقش میانجی نوآوری را در شهرک صنعتی ایلام پرداخته‌اند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که فرهنگ‌های سازمانی (گروهی،

نوآوری را مدنظر قرار دهند. در صورتی که کارکنان این سازمان دانش خود را با تغییرات محیطی افزایش ندهند و از و انعطاف‌پذیری لازم برخوردار نباشند، احتمالاً جوابگوی محیط پر تلاطم داخلی و رقابتی بیرونی که با سرعت فزاینده‌ای به سمت نوآوری در حال حرکت هستند، نخواهد بود.

از این‌رو، با توجه به اهمیت هوش سازمانی، نوآوری و فرهنگ سازمانی و نقش علمی این سه متغیر در نحوه ارائه خدمات سازمان‌ها و تحقق اهداف آنها، این پژوهش طراحی مدلی که به بررسی ارتباط هوش سازمانی و نوآوری با نقش میانجی فرهنگ سازمانی بپردازد را هدف اصلی خود قرار داده است. در این زمینه نیوهام^۱ (۲۰۱۸) در مطالعه‌ای به رابطه میان نوآوری‌های محل کار و فرهنگ سازمانی در یک سازمان بخش دولتی ویکتوریا پرداخته است. یافته‌های این مطالعه ارتباط بین فرهنگ عمومی و نوآوری در محیط کار را نشان داده است که می‌تواند به نظریه بخش عمومی تعمیم داده شوند (۱۳). علاوه بر این، بر اساس یافته‌ها فرهنگ یک پیشداوری برای نوآوری‌های محل کار بود که بر توانایی کارکنان برای نوآوری تأثیر گذاشته و عامل مهمی در این زمینه محسوب می‌شود.

ترابی و همکارانش^۲ (۲۰۱۶) بررسی رابطه بین هوش سازمانی و خلاقیت کارمندان را در موردی کارمندان دفتر مرکزی جامعه هلال احمر ایران هدف تحقیق خود قرار داده‌اند. یافته‌ها نیز رابطه مثبت و معنی‌دار بین هوش سازمانی و اجزای آن با خلاقیت کارکنان را ثابت می‌کند (۱۹).

باقری و میرزایی^۳ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه میان هوش سازمانی و عملکرد مدیران بانک‌های اقتصاد مهر و ملی در اردبیل پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که بین متغیرهای هوش سازمانی و عملکرد مدیران بانک‌ها رابطه معنی‌داری وجود دارد، در حالی که بین هوش سازمانی مدیران بانک‌های اقتصاد ملی و مهر تفاوت معنی‌داری وجود ندارد (۴).

ابراهیمی فرد (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای رابطه بین هوش سازمانی و خلاقیت کارکنان را در مطالعه خود بررسی نموده و یافته‌های او بیانگر رابطه مثبت و معنی‌دار بین هوش سازمانی و اجزای آن با خلاقیت کارکنان را نشان می‌دهد (۵).

1. Newnham
2. Torabi1 et al
3. Bagheri and Mirzaei

تعیین شده است که از این تعداد ۷۲ نفر پرسشنامه‌ها را تکمیل نموده‌اند.

در این مطالعه، برای جمع‌آوری داده‌های میدانی و بررسی متغیرهای تحقیق نیز از پرسشنامه‌های استاندارد هوش سازمانی کارل آلبرخت و پرسشنامه استاندارد نگرش‌های فرهنگی هافستد و پرسشنامه محقق ساخته نوآوری استفاده شده است. نخستین پرسشنامه، پرسشنامه هوش سازمانی کارل آلبرخت و متشکل از ۴۹ سوال و دارای هفت بعد چشم‌انداز استراتژیک (سوالات ۱ تا ۷)، سرنوشت مشترک (سوالات ۸ تا ۱۴)، میل به تغییر (سوالات ۱۵ تا ۲۱)، روحیه (سوالات ۲۲ تا ۲۸)، اتحاد و توافق (سوالات ۲۹ تا ۳۵)، کاربرد دانش (سوالات ۳۶ تا ۴۲) و فشار عملکرد (سوالات ۴۳ تا ۴۹) است. سوالات این پرسشنامه نیز بر اساس طیف پنج‌گزینه ای لیکرت (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) طراحی شده است. به منظور بررسی فرهنگ سازمانی نیز از پرسشنامه هافستد برگرفته از کتاب مقیمی (۱۳۸۸) که مشتمل بر ۲۵ سؤال در قالب طیف لیکرت است، استفاده شده است. سنجش نوآوری نیز در این مطالعه بر اساس پرسشنامه‌ای محقق یافته انجام شده است. جهت تهیه این پرسشنامه ابتدا با بررسی پیشینه و تحقیقات گذشته، مؤلفه‌هایی را که اکثر صاحب‌نظران و محققان بر روی آن تأکید داشتند، مورد شناسایی و بررسی قرار گرفت. که در نهایت سه بعد نوآوری تولیدی، نوآوری فرایندی و نوآوری اداری به منظور تهیه پرسشنامه استخراج گردید. این پرسشنامه با توجه به این سه متغیر طراحی شده و دارای ۱۷ سوال می باشد که ترکیبی از پرسشنامه‌های جیمز-جیمز و دیگران (۲۰۰۸)، پنیادز (۲۰۰۶)، پراجگو و سوهل (۲۰۰۶) (به نقل از چوپانی، ۱۳۹۰) می‌باشد. این پرسشنامه نیز در طیف پنج‌گزینه ای لیکرت می‌باشد.

در خصوص روایی محتوایی پرسشنامه‌ها، پرسشنامه‌های مورد استفاده قبل از توزیع نهایی در اختیار تعدادی از خبرگان و صاحب‌نظرات قرار داده شد و و ابهامات مورد بازنگری قرار گرفت. برای اطمینان از پایایی پرسشنامه‌ها نیز روش آلفای کرونباخ به کار گرفته شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از متغیرها به صورت جداگانه با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه شده که نتایج در جدول زیر ارائه شده است. ضریب آلفای بالای ۰/۷ برای همه گویه‌ها و هر سه پرسشنامه بیانگر پایایی مطلوب این پرسشنامه‌ها است. روابط مد نظر این مطالعه نیز از روش معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل آزمون شده است.

منطقی، توسعه‌ای، سلسله‌مراتبی) با نقش میانجی نوآوری بر عملکرد سازمان، تأثیرات مثبت و معناداری دارند و میزان تأثیرپذیری فرهنگ گروهی با میانجی‌گری نوآوری بر عملکرد، قوی‌تر از سایر فرهنگ‌ها می‌باشد؛ به علاوه، نتایج آزمون، نشان می‌دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار است (۱۲).

شیرسوار و مرزبان مقدم (۱۳۹۲) بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکتهای تولیدی استان گیلان را هدف مطالعه خود قرار داده‌اند. نتایج حاصل نیز نشان داد که بین تک تک مؤلفه‌های هوش سازمانی با مؤلفه‌های کارآفرینی (یعنی خلاقیت، ریسک‌پذیری، استقلال طلبی، انگیزش، عزم و اراده، اعتقاد به مقدسات) رابطه معناداری وجود دارد (۱۶).

آزاد و ارشدی (۱۳۸۸) به بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر درک حمایت از نوآوری در مورد شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه رابطه بین فرهنگ سازمانی با افزایش نوآوری و بررسی تأثیر منفی فشار کاری بر نوآوری در شرکت بازرگانی دولتی ایران را نشان داده‌اند (۲).

با این همه، با توجه به محدودیت مطالعات داخلی و خارجی در زمینه بررسی تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری با توجه به میانجی‌گری فرهنگ سازمانی، به ویژه در مورد سازمان‌های ورزشی و مؤثر بودن این متغیرها در بهبود عملکرد سازمان‌های ورزشی، طراحی مدلی در این زمینه در فدراسیون والیبال با در نظر گرفتن فرهنگ سازمانی بعنوان متغیر میانجی مسأله اصلی این مطالعه قرار داده شده است.

روش تحقیق

روش این پژوهش از نظر هدف، کاربردی، و از نظر ماهیت، از نوع توصیفی - همبستگی است. بدین صورت که پس از گردآوری داده‌ها در مورد متغیرهای تحقیق با بررسی روابط و میزان تأثیر آنها بر یکدیگر با استفاده از شیوه توصیفی و استنباطی به بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق پرداخته شده است. در این مطالعه، به منظور تدوین مبانی نظری پژوهش از روش مطالعات کتابخانه‌ای استفاده شده است.

جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران و کارکنان تمام وقت فدراسیون والیبال کشور بود که تعداد آنها در زمان انجام پژوهش ۹۲ نفر بود. با توجه به محدودیت جامعه، برای تعیین نمونه از روش تمام شماری استفاده شده و نمونه برابر با جامعه

جدول ۱: ضریب آلفای کرونیخ پرسشنامه‌های هوش سازمانی، فرهنگ سازمانی و نوآوری

عوامل	تعداد	ضریب آلفا
پرسشنامه هوش سازمانی		
چشم‌انداز استراتژیک	۷	۰/۹۰۳
سرنوشت مشترک	۷	۰/۸۱۹
میل به تغییر	۷	۰/۷۹۸
روحیه	۷	۰/۸۵۱
اتحاد و توافق	۷	۰/۸۶۶
کاربرد دانش	۷	۰/۸۸۳
فشار عملکرد	۷	۰/۹۰۳
کل پرسشنامه	۴۹	۰/۹۶۷
پرسشنامه نوآوری		
نوآوری تولیدی	۷	۰/۹۰۴
نوآوری فرایندی	۶	۰/۸۰۸
نوآوری اداری	۴	۰/۷۵
کل پرسشنامه	۱۷	۰/۹۲۱
پرسشنامه فرهنگ سازمانی		
کل پرسشنامه	۲۵	۰/۹۴۶

پژوهش کمتر از ۲۰۰ نفر می‌باشد که خود عاملی است برای عدم استفاده از نرم افزارهای کوواریانس محوری همچون لیزرل و یا AMOS (حمزه لو و همکاران، ۱۳۹۷)، از این رو باید از نرم افزارهای واریانس محور مانند SmartPLS استفاده نمود. از این رو، به منظور بررسی اهداف این مطالعه از روش معادلات ساختاری استفاده گردید. شکل ۱ بیانگر ضرایب مدل و شکل ۲ معنی‌داری ضرایب را نشان می‌دهد. در این مدل، متغیر هوش سازمانی، سازه مکنون برون‌زا و متغیرهای نوآوری و فرهنگ سازمانی نیز سازه‌های مکنون درون‌زای مدل می‌باشند. نتایج بدست آمده نیز مؤید روابط پیش فرض در مدل مفهومی و گواه بر تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری و فرهنگ سازمانی و همچنین تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری است. این روابط بر اساس شکل ۲ از نظر آماری نیز معنی‌دار است.

بر اساس نتایج بدست‌آمده ضریب مسیر برای تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری برابر با ۰/۶۸ می‌باشد که مقداری مثبت است و معنی‌داری آن نیز ۱۷/۳۲ است که مقداری بالاتر از ۱/۹۶ است. در نتیجه تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری معنی‌دار است. همچنین نتایج بدست‌آمده ضریب تأثیر هوش سازمانی بر فرهنگ سازمانی را برابر با ۰/۴۵ و معنی‌داری آن را برابر با ۱۰/۳۱ نشان داده است. از آنجایی که معنی‌داری

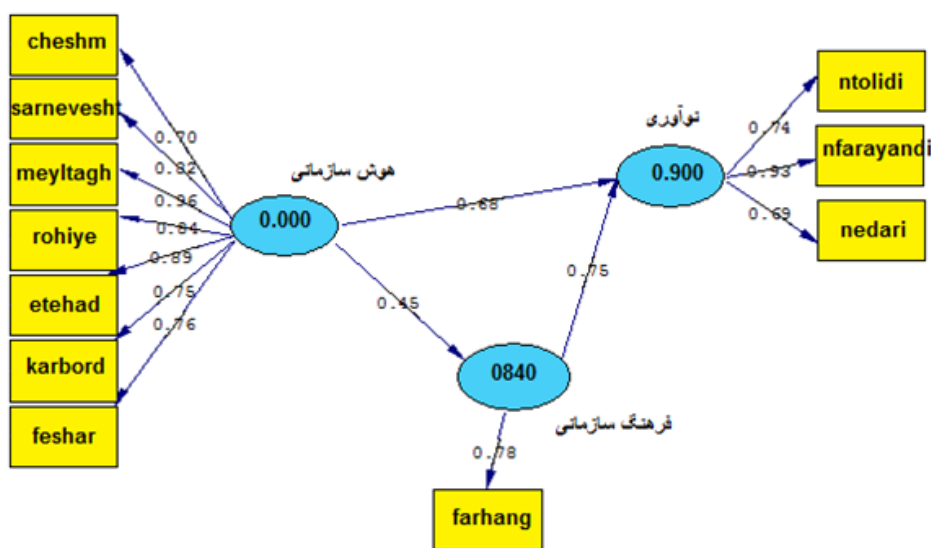
یافته های تحقیق

نتایج به دست‌آمده در مورد ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بیانگر این است که ۷۳/۶ درصد از پاسخگویان را مردان (۵۳ نفر) و ۲۶/۴ درصد (۱۹ نفر) را نیز زنان تشکیل می‌دهند. از نظر مدرک تحصیلی ۸/۳ درصد افراد دارای مدرک دیپلم و فوق دیپلم، ۴۴/۴ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۳۷/۵ درصد افراد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۹/۷ درصد افراد دارای مدرک دکتری بودند. از نظر سابقه خدمت، ۱۳/۹ درصد دارای سابقه خدمت بین ۱ تا ۵ سال بوده‌اند و همچنین، ۳۸/۹ درصد افراد بین ۶ تا ۱۵ و ۲۵ درصد افراد بین ۱۶ تا ۲۰ سال دارند. افراد بالای ۲۰ سال نیز ۲۲/۲ درصد افراد را به خود اختصاص داده‌اند. از نظر گروه سنی نیز، افراد کمتر از ۳۰ سال نزدیک به ۱۴ درصد از پاسخ‌دهندگان را به خود اختصاص داده‌اند. افراد دارای ۳۱ تا ۴۰ سال ۴۴/۴ درصد، ۴۱ تا ۵۰ سال، ۲۵ درصد و افراد بالای ۵۰ سال نیز ۱۶/۷ درصد از پاسخ‌دهندگان را شامل می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت اکثر پاسخ‌دهندگان را آقایان، افراد دارای تحصیلات کارشناسی، دارای سابقه خدمت ۶ تا ۱۵ سال و همچنین گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال تشکیل می‌دهد.

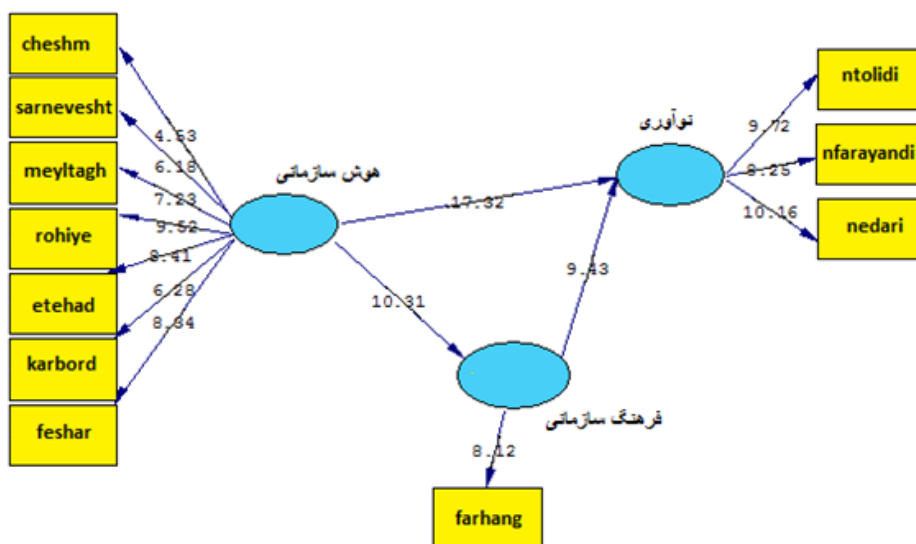
برای آزمون الگوی نظری پژوهش و برازش آن بر اساس داده‌های گردآوری شده، از آنجایی که تعداد نمونه‌های

بزارش مدل تحقیق از شاخص‌های ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، معیار AVE، مقدار t-values، ضرایب R2 و GOF استفاده گردید. بررسی و تأیید این شاخص‌ها نشان می‌دهد که مدل ارائه شده از برازش مناسبی برخوردار است

بدست‌آمده بالاتر از ۱/۹۶ است، در نتیجه اثرگذاری هوش سازمانی بر فرهنگ سازمانی پذیرفته می‌شود. بر اساس نتایج ضریب تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری نیز برابر با ۰/۷۵ است. معنی‌داری این ضریب نیز برابر با ۹/۴۳ است که مقداری معنی دار بوده و بنابراین، تأثیر فرهنگ سازمانی بر نوآوری نیز مورد پذیرش واقع می‌شود. به منظور بررسی



شکل ۱: ضرایب مسیر مدل مفهومی



شکل ۲: معنی داری ضرایب مسیر مدل مفهومی

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه داد، باید به خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی با آنها پاسخ‌های بدیع و تازه تدارک دید (۲). به عبارت دیگر، در شرایط امروزی، همان‌گونه که در دنیای انسانی و در حیات پرتلاطم بشری انسان‌هایی موفق و کارا خواهند بود که از درجه هوشی بالایی برخوردارند، در دنیای سازمانی نیز وضع به همین گونه است (۷). سازمان‌ها و شرکت‌ها برای حیات و بقا خود در دنیای پر رقابت امروزی نیازمند نوآوری و کارآفرینی هستند سازمان‌ها باید فرصت‌های جدید را کشف و از آنها به نحو احسن استفاده کنند. هوش سازمانی با امکان ایجاد بینش استراتژیک، تغییرگرایی، کاربرد دانش و ایجاد روحیه و فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان این امکان را فراهم می‌کند 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 می‌دهند، بنابراین هوش سازمانی در یک سازمان بسیار مهم و ضروری است. (۱۸). در این میان، یکی از عوامل مؤثر در بروز نوآوری در یک سازمان، بسترسازی در بین انسان‌ها جهت ایجاد فرهنگی است که همگان در تلاش برای رشد دادن دیگری هستند و بدین صورت با تأثیر به روی یکدیگر به پیشرفت جامعه کمک می‌کنند که فرهنگ سازمانی با تثبیت نظام اجتماعی، شرایطی را فراهم می‌کند که کارکنان با احساس اطمینان از امنیت شغلی، فضایی را که آینده‌ای غیرمعمول از تعهد پرهیجان همراه با سخت‌کوشی و پذیرش نظارت‌های دقیق است برای سازمان به وجود می‌آورند. به عبارت دیگر، خلاقیت گروهی و فردی که در سایه هوش سازمانی شکل می‌گیرد، در ترکیب با فرایندهای صحیح وقتی با فرهنگ رخ می‌دهد سبب نوآوری می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت، اگر هوش سازمانی اولین قدم به سوی نوآوری باشد، اما به تنهایی منجر به نوآوری نمی‌شود. این در حالی است که سازمان‌ها از طریق فرهنگ سازمانی که پرورش‌دهنده نوآوری باشد بیشتر نوآور شده و خلاقیت را به نوآوری تبدیل می‌کنند.

در این راستا، نتایج بدست‌آمده حاصل از برازش مدل مورد نظر و بررسی رابطه بین هوش سازمانی و نوآوری با نقش میانجی فرهنگ سازمانی در فدراسیون والیبال کشور بیانگر

این است که رابطه مثبت و معنی‌داری بین هوش سازمانی و نوآوری وجود دارد. موضوعی که هم‌سو با نتایج مطالعاتی همچون ترابی و همکارانش^۱ (۲۰۱۶)، حمیدیان‌پور و اژدری (۱۳۹۴) و شیرسوار و مرزبان مقدم (۱۳۹۲) همخوانی دارد. همچنین بر اساس نتایج، بین هوش سازمانی و فرهنگ سازمانی رابطه مثبت و معنی‌داری برقرار است. نتیجه‌ای که در مطالعاتی مانند عرفانی و جعفری (۲۰۱۳) نیز مشاهده شده است. رابطه مثبت و معنی‌دار بین فرهنگ سازمانی و نوآوری از دیگر نتایج این مطالعه است که مؤید نتایج مطالعاتی مانند نیوهام^۲ (۲۰۱۸)، نامامیان و فیض‌الهی (۱۳۹۴) و آزاد و ارشدی (۱۳۸۸) است. بنابراین، می‌توان فرهنگ سازمانی را عامل میانجی تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری در فدراسیون والیبال دانست. از این‌رو با توجه به اینکه هوش سازمانی فرد را در تصمیم‌گیری سازمانی توانمند می‌کند و هوش سازمانی، داشتن دانشی عمیق نسبت به همه عوامل مربوط به رقبا و محیط‌های اقتصادی است که تأثیر زیادی بر کیفیت تصمیمات مدیریتی و همچنین ارتقای فرهنگ سازمانی و بروز نوآوری در سازمان می‌شود، می‌توان توجه به هوش سازمانی و تقویت آن را به عنوان یک نیاز اصلی در فدراسیون والیبال مطرح نمود. همچنین، برنامه‌ریزی برای گزینش و به کارگیری کارکنان دانش‌مدار و دارای استعدادهای خلاقانه، فراهم نمودن محیط مناسب برای افراد خلاق، ارتقای آگاهی و آموزش مداوم آنها، به کارگیری مدیران خلاق به منظور برقراری یک فرهنگ سازمانی مطلوب، ارائه آموزش‌های مناسب و همچنین انسجام سازمانی با وجود صداقت و روراستی بین افراد، احترام به نظرات سایر اعضای سازمان و مشارکت افراد در اهداف و تصمیمات تأثیر گذار، شناسایی و حل مسائل با همفکری کارکنان و فراهم کردن شرایط ابراز ایده از دیگر پیشنهادات این مطالعه بر اساس نتایج بدست‌آمده است.

1. Torabi et al

2. Newnham

References

1. Akgun, E. A.; Byrne, J. & Keskin, H. "Organizational intelligence: a structuration view". *Journal of Organizational Change Management*, 2007, 20(3), pp.272-289.
2. Azad. Naser, Arshadi. Iman "Investigating the Effect of Organizational Culture on Understanding the Protection of Innovation", 2009, *Journal of Bazargan Review*, No. 36.
3. Azizi. Mahdi, Sadeghi. Hamid, Karami. Reza, "Investigating the Mediating Role of Organizational Learning in the Relationship between Organizational Intelligence and Organizational Agility", 2015, *Journal of Educational Management Innovations*, 11 (1).
4. Bagheri Toolarood, Fatemeh, Mirzaei Daryani, Shahram. "An investigation into the relationship between the organizational intelligence and the performance of Melli and Mehr Eghtesad banks managers in Ardabil", 2015, *International Journal of Organizational Leadership* 4(2015) 374-391.
5. Ebrahimifard, Sh. "The relationship between organizational intelligence and the employee creativity". *International Conference on Management*. 2014, Tehran: Institute of Safiran Farhangi Mobin Ferdowsi, http://www.civilica.com/Paper- ICOM01-ICOM01_0048.html.
6. Erfani Khanghahi, Masoumeh, jafari, Parivash. "A Model for Organizational Intelligence in Islamic Azad University (Zone 8)", 2013, *Mathematics Education Trends and Research* 1-10.
7. Hamidian Pour. Fakhriyeh, Azhdari.Kasra, "Investigating the Effect of Organizational Intelligence on Innovation: Considering the Impact of Creativity of Employees", 2015, the *International Conference on New Orientations in Management, Economics and Accounting*.
8. Hariri.Najla, Taremi.Fatemeh, "Assessment of Organizational Intelligence in Iran's Science and Information Technology Research Institute", 2012, *Journal of Information Science and Librarianship*, 5(19)
9. Howson, Cindi. *Successful Business Intelligence- secrets to Making BI akiller App*, McGraw- Hill companies. 2008
10. Klein Padilha, Gomes Giancarlo , "Innovation culture and performance in innovation of products and processes: a study in companies of textile industry", 2016, 13(4) , 285-294.
11. Mathisen.G.E, Einarsen.S and Mykletun.R. "Creative leaders promote creative organizations". *International Journal of Manpower*, 2012, 33(4), 367 – 382.
12. Namamian. Sadegh, "The Effect of Organizational Culture on Organizational Performance with Mediator of Innovation (Case Study: Ilam Industrial Town)", 2015, *Ilam Culture*, 16 (46-47)
13. Newnham. Leonie Catherine, "The relationship between workplace innovation and organizational culture: a case study of a Victorian public sector organization ", 2018, *Doctor of Philosophy (PhD), Management, RMIT University*.
14. O'Toole, J. and Bennis, W., "What's Needed Next: A Culture of Candor," *Harvard Business*, 2009.
15. Shahlaei. Javad, "Relationship between Attitude to Knowledge Management and Creativity in Managers and Employees of the Islamic Republic of Iran Volleyball Federation", 2017, *Journal of Innovation and Creativity in Humanities*, 5 (4), 33-52
16. Shirsavar. Hamid reza, Marzban moghadam. Effat, "The Relationship between Organizational Intelligence and Entrepreneurship in Guilan Province Manufacturing Companies", 2013, *Quarterly Journal of Parks and Growth Centers*, 9 (36).
17. Suan Chin.S.T, Raman.K, Yeow.J.A and Cyril Eze.D.U. "Relationship Between Emotional Intelligence And Spiritual Intelligence In Nurturing Creativity And Innovation Among Successful Entrepreneurs: A Conceptual Framework". *International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management, Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2012, 57 (4), 261 – 267.
18. Teimouri. Hadi, Shaemi. Ali, Maryam. Zareie, "The Relationship between Organizational Intelligence and Organizational Entrepreneurship Dimensions", 2017, *Journal of Management Studies (Improvement and Development)*, 25(83), 134-115.
19. Torabi, Abd-Al-Rasoul, Khalili, Farzaneh and Mohamdreza Moghadam, "To Study the Relationship between Organizational Intelligence and the Employee creativity (Case Study:

Headquarter Staffs of Iranian Red Crescent Society)", International Journal of Advanced Biotechnology and Research (IJBR), 2016, 7 (4), 1003-1009