

بررسی تأثیر هوش فرهنگی و هوش سازمانی بر چابکی سازمانی
(مورد مطالعه: سازمان تأمین اجتماعی استان فارس)

مهدی ابراهیمی نژاد

دانشیار دانشگاه شهید باهنر کرمان

فرجام زارع*

دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه لرستان

سیدسجاد حسینی

کارشناسی ارشد مدیریت بحران دانشگاه شهید باهنر کرمان

زهرا رضائی

کارشناسی ارشد مدیریت بحران دانشگاه شهید باهنر کرمان

DOI: 10.22067/pmt.v9i18.56567

چکیده

سرعت فزاینده تغییرات از یک سو و تشدید رقابت بین سازمان‌ها از سوی دیگر سبب شده است که سازمان‌ها به دنبال راهکاری جهت انعطاف‌پذیری بیشتر در پاسخ به نیازها و تغییرات محیطی باشند. به نظر می‌رسد حرکت به سوی ایجاد سازمان‌هایی که از سرعت و انعطاف‌پذیری بالایی در پاسخ به محیط متغیر برخوردارند راه‌حلی حیاتی و مؤثر باشد. یکی از عوامل مؤثر جهت همگام شدن با تغییرات و پاسخگویی به آن‌ها، چابکی است. این تحقیق می‌تواند با هدف بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار هوش سازمانی و هوش فرهنگی بر چابکی سازمانی، نقش مهمی را در این زمینه ایفا نماید. جامعه آماری این پژوهش کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان فارس (۲۰۲ نفر) می‌باشند که از این تعداد، ۱۱۵ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. نوع پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی است. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه‌های استاندارد آلبرخت (۲۰۰۲) جهت هوش سازمانی، پرسشنامه آنگک و همکاران (۲۰۰۴) جهت هوش فرهنگی و در نهایت به‌منظور سنجش چابکی سازمانی از پرسشنامه گلدمن و ناگل (۱۹۹۱) گردآوری شده است. داده‌ها از طریق نرم‌افزار آماری لیزرل و SPSS تجزیه و تحلیل شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که مدل تحقیق از برازش قابل قبولی برخوردار است. همچنین کلیه ابعاد هوش سازمانی و هوش فرهنگی به‌استثنای بعد فشار عملکرد از ابعاد هوش سازمانی، بر چابکی سازمانی تأثیر گذارند.

کلیدواژه‌ها: هوش سازمانی، هوش فرهنگی، چابکی سازمانی، هوش.

zare.fa@fc.lu.ac.ir

* نویسنده مسئول:

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۶/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۴/۱۴

مقدمه

امروزه تغییر به عنوان باثبات‌ترین مشخصه‌ای است که دنیای کسب‌وکار با آن روبرو است. در حال حاضر سازمان‌ها و شرکت‌ها با رقابتی بسیار شدید روبه‌رو هستند که از تغییرات فناوری ناشی شده است، این تغییرات باعث گردیده است که صحت مدل‌های سنتی کسب‌وکار زیر سؤال رود (Mohammadi & Amiri, 2012).

سازمان‌ها به دلیل فعالیت در محیط پویا، متحول و پرابهام، با تغییرات متنوعی روبه‌رو هستند و به دلیل فشاری که این تغییرات بر پیکره آن‌ها وارد می‌کند چاره‌ای جز پذیرش ندارند و همان‌طور که آنجلی (۱۹۹۷) مطرح می‌نماید، سازمان‌ها نمی‌توانند در جامعه، حیاتی پایدار داشته باشند مگر اینکه تغییرات را بپذیرند و خود را با تغییرات داخلی و خارجی، همگام سازند (Sadeghian & Yaghoobi, 2012).

توانایی پاسخگویی به تغییرات، چابکی نامیده می‌شود. در واقع می‌توان گفت چابکی، توانایی سازمان برای تطبیق با تغییرات و شناسایی و بهره‌گیری مؤثر از فرصت‌هایی است که در اثر تغییر به وجود می‌آید (Olfat & Zanjirchi, 2010). اما باید توجه داشت که سازمان‌های امروزی با چالش‌هایی همچون کمبود فزاینده مهارت‌ها، رقابت جهانی، طراحی و بازسازی مجدد و ... روبه‌رو هستند که به نوعی توان آن‌ها را در پاسخگویی و انطباق با تغییر تحت تأثیر قرار داده است. با وجود چالش‌های پیش‌روی سازمان‌های امروزی، توجه به فرآیند هوش سازمانی برای تقویت عملکرد و رشد و پیشرفت، اقدامی ضروری است. هوش سازمانی توانایی فکری سازمان به منظور حل مشکلات سازمانی و تأکید بر تلفیق انسان و توانایی‌های فنی وی جهت حل مسائل است (Simich, 2005).

امروزه به دلیل تنوع فرهنگی^۱ موجود در سازمان‌ها طیف وسیعی از احساسات و عواطف وجود دارد به نحوی که تفاوت در زبان، قومیت، سیاست و بسیاری از خصوصیت‌های دیگر می‌تواند به عنوان منابع تعارض بالقوه ظهور نماید و در صورت نبودن درک صحیح، توسعه روابط کاری مناسب، عملکرد و قابلیت انطباق با تغییر را با مشکل مواجه می‌سازد. از عوامل مؤثر در برطرف ساختن تعارضات احتمالی ناشی از تنوع فرهنگی موجود در سازمان، به کارگیری هوش فرهنگی است. هوش فرهنگی را استعداد به کارگیری مهارت‌ها و توانایی‌ها در محیط‌های کاری تعریف نموده‌اند (Triandis, 2006).

^۱ - Cultural Diversity

با توجه به نقش با اهمیت چابکی سازمانی، در این تحقیق بر آن شدیم تا تأثیر هوش فرهنگی و هوش سازمانی را بر این متغیر (چابکی سازمانی) در سازمان تأمین اجتماعی مورد مطالعه قرار دهیم. امروزه با توجه به نقش حائز اهمیت سازمان تأمین اجتماعی در بهبود شاخص توسعه انسانی، این تحقیق می‌تواند با بررسی و مطالعه متغیرهای مورد مطالعه، در افزایش میزان رضایتمندی ارباب رجوع از خدمات دریافتی و همچنین سرعت بخشیدن به عملکرد سازمان تأمین اجتماعی در همسویی با تغییرات، نقش بسزایی ایفاء نماید.

مبانی نظری پژوهش

چابکی سازمانی

تعاریف متعددی از چابکی سازمانی^۱ ارائه شده است. واژه چابک بیانگر سرعت و قدرت پاسخگویی هنگام مواجهه با رویدادهای داخلی و خارجی سازمان، شناسایی موفق مبانی رقابت، انسجام منابع و اقدامات مناسب در محیط دانشی و دارای تغییرات سریع می‌باشد (Nikpoor & Salajeghe, 2008). چابکی، تمرکز بر منافع^۲ است و می‌تواند به عنوان توانایی برای لمس تغییرات بلندمدت که قدرت ابتکار و نوآوری را در سازمان بکار می‌گیرد، تعریف شود. انعطاف‌پذیری، پیش‌نیاز چابکی است و می‌توان گفت وسیله‌ای ضروری است جهت ادامه دادن رقابت در محیط کار سرشار از تغییر و عدم اطمینان (Jackson & Johansson, 2003).

سازمان‌های چابک، آمادگی یادگیری دارند و با استفاده بهینه از فرصت‌ها، عملکرد خود را بهبود می‌بخشند. وان آسن و همکاران (۲۰۰۱) اشاره نموده‌اند که چابکی، عکس‌العمل استراتژیک به تغییراتی است که در محیط رقابتی رخ می‌دهد و همچنین جستجوی اصول رقابتی بر حسب سرعت، انعطاف و خلاقیت^۳ می‌باشد (Abbasi, Mohammadi & Shafieipoor, 2003).

مؤسسات و سازمان‌های چابک برای رسیدگی به تغییر، عدم اطمینان و عدم قابلیت پیش‌بینی در محیط کاری خود، به شماری از قابلیت‌های متمایز، نیازمندند. این قابلیت‌ها چهار عنصر اصلی را در بر می‌گیرند که به عنوان مبنای حفظ و توسعه چابکی به شمار می‌روند:

۱- پاسخگویی^۴: به توانایی تشخیص تغییرات، واکنش سریع و بهره‌جویی از آنها اشاره دارد.

^۱ - Organizational Agility

^۲ - Concentration on Benefits

^۳ - Creativity

^۴ - Responsibility

۲- شایستگی^۱: بر توانایی کسب اهداف و مقاصد سازمان دلالت می‌کند.

۳- انعطاف‌پذیری^۲ و قابلیت سازگاری: عبارت است از توانایی جریان دادن به فرآیندهای مختلف و کسب اهداف مختلف، با استفاده از امکانات و تسهیلات یکسان.

۴- سرعت^۳: عبارت است از توانایی انجام فعالیت‌ها در کمترین زمان ممکن (Karwowski & Layer, 2007).

هوش فرهنگی

هوش فرهنگی^۴ عبارت است از توانایی برای رشد خود از طریق یادگیری پیوسته و درک مطلوب تنوعات فرهنگی، ارزش‌ها تعقل‌گرایی و درک انسان‌ها در بستر فرهنگ و تفاوت‌های رفتاری آن‌ها. مفهوم هوش فرهنگی نخستین بار توسط ایرلی و انگ (۲۰۰۳) مطرح شد. این دو، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ‌های درست به این الگوها تعریف نموده‌اند. در تعریف دیگری توسط پترسون و انگ (۲۰۰۴)، هوش فرهنگی به‌عنوان قابلیت فردی برای درک، تفسیر و اقدام اثربخش در موقعیت‌هایی می‌باشد که از تنوع فرهنگی برخوردار بوده و با آن دسته از مفاهیم مرتبط با هوش که هوش را بیشتر یک توانایی شناختی می‌دانند سازگار است (Naeiji & Abbasalizade, 2011).

هوش فرهنگی، مهارتی اکتسابی است که توان فهم یک فرهنگ یادگیری فزاینده در مورد آن و شکل دهی طرز تفکر فرد برای سازش با آن فرهنگ را ایجاد می‌کند تا هنگام برخورد با دیگر فرهنگ‌ها خود را بهتر با آن وفق دهد. هوش فرهنگی دارای چهار مؤلفه اساسی زیر است:

الف) شناختی^۵: این مؤلفه شامل آگاه شدن از هنجارها، شیوه‌ها و آداب و رسوم در فرهنگ‌های مختلف است که از طریق تجربیات آموزشی و شخصی حاصل می‌گردد (Chen; Lin & Sawangpattanakul, 2011).

ب) انگیزشی^۶: این بعد از هوش فرهنگی به افراد کمک خواهد کرد تا در محیط‌های کاری جدید دوام و پایداری بیشتری داشته باشند. فرد در تعامل با فرهنگ متفاوت و محیط بیگانه به بعد روانی و انگیزشی

1- Competency

2- Flexibility

3- Swiftness

4- Cultural Intelligence

5- Cognitive

6- Motivational

بالایی نیاز خواهد داشت. در واقع این بعد، انگیزه فرد را در راستای سازگاری با دیگران جهت رسیدن به اهداف مد نظر دارد.

ج) رفتاری^۱: انتخاب رفتار مناسب در موقعیت‌های فرهنگی مختلف به بعد رفتاری هوش فرهنگی اشاره دارد. در واقع فرد با توجه به شناختی که از فرهنگ‌های مختلف به دست می‌آورد، تلاش می‌کند تا با توجه به موقعیت‌ها، عکس‌العمل مناسبی نشان دهد. رفتارهای ظاهری و حرکات فرد که نشان‌دهنده علاقه و احترام فرد به فرهنگ‌های موجود در محیط‌های جدید هستند، در این بعد جای می‌گیرند (Romani & Tabarsa, 2009).

د) فراشناختی^۲: چگونگی درک تجربه‌های میان فرهنگی را نشان می‌دهد. این مؤلفه، شامل تدوین راهبرد پیش از برخورد بین فرهنگی، بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه‌های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی از انتظارات پیشین می‌باشد (Naeiji & Abbasalizade, 2011).

هوش سازمانی

هوش سازمانی^۳، مفهوم جدیدی در عرصه ادبیات سازمان و مدیریت در قرن ۲۱ می‌باشد. این مفهوم توسط کارل آلبرخت (۲۰۰۲) مطرح شد. آلبرخت در تعریف هوش سازمانی می‌نویسد: هوش سازمانی استعداد و ظرفیت یک سازمان در حرکت بخشیدن به توانایی ذهنی سازمان و تمرکز این توانایی در جهت رسیدن به رسالت سازمان است (Allbrecht, 2003).

برخی از دانشمندان هوش سازمانی را فرایندی اجتماعی می‌دانند که نظریه‌های زیربنایی آن بر مبنای نظریه‌های هوش فردی محض بوده که تاکنون نادیده انگاشته شده‌اند. کاربرد هوش فردی به نوبه خود نتوانسته است، ماهیت اجتماعی هوش سازمانی را مشخص کند (Elahiyan & Zavari, 2009).

هوش سازمانی توسعه و رشد دهنده سازمانی است که در آن افراد به‌طور مستمر توانایی‌های خود را افزون می‌سازند تا به نتایجی که مدنظر است دست یابند. هوش سازمانی، خلاقیت و نوآوری را در سازمان حمایت و پشتیبانی می‌نماید. سازمان‌هایی که از هوش بالایی برخوردار باشند از ویژگی‌هایی همچون داشتن آمادگی مناسب، ارائه ایده‌های نتیجه‌گرای عالی، انتخاب مواضع مناسب و گرفتن تصمیمات بزرگ در پاسخ به محرک‌های محیطی برخوردار می‌گردند (Zarei et al., 2016).

¹ - Behavioral

² - Meta cognitive

³ - Organizational Intelligence

هوش سازمانی به ارزیابی قابلیت‌های سازمانی، درک وابستگی‌های سازمان و محیط و تشخیص نقاط قوت و ضعف سازمانی کمک می‌کند. سازمان‌های هوشمند، اطلاعات بیرونی را تسخیر می‌کنند و اطمینان دارند که تصمیمات درستی در سازمان اتخاذ شده است (Haji Ahmadi Ghomi, 2015).

مک مستر (۱۹۹۶) هوش سازمانی را قابلیت یک سازمان به‌عنوان یک کل، در گردآوری اطلاعات، نوآوری، تولید دانش و عمل مؤثر بر پایه دانش ایجاد شده، می‌داند. یولس (۲۰۰۵) اعتقاد دارد مفهوم هوش سازمانی پارادایم‌های جزئی‌تری از قبیل یادگیری سازمانی و مدیریت دانش را در بر می‌گیرد. ماتسودا (۱۹۹۲) هوش سازمانی را به‌عنوان توانایی فکری برای حل مسائل سازمانی می‌داند. ایشان هوش سازمانی را از دو منظر متفاوت قابل بررسی می‌داند: الف) هوش سازمانی به‌عنوان یک فرآیند ب) هوش سازمانی به‌عنوان نتیجه آن فرآیند یا حالت متناظر (Kimasi; chitsazan & Fakher, 2011).

اندیشمندانی همچون ارستین (۲۰۰۰)، کالکان (۲۰۰۵) و گانی و کوه (۲۰۰۹) در رابطه با هوش سازمانی نظریات و مدل‌هایی را ارائه نموده‌اند. در مدلی که ارستین ارائه نموده است، هوش سازمانی مشتمل بر ابعاد: (۱) سرعت عمل و عکس‌العمل (۲) انطباق با تغییر شرایط (۳) انعطاف‌پذیری و تسهیل عملکردها (۴) توانایی دوراندیشی (۵) توانایی ابتکار و نوآوری (۶) ارتباط مؤثر با ذی‌نفعان؛ می‌باشد. کالکان سه بعد را به‌عنوان ابعاد هوش سازمانی مطرح می‌نماید که عبارتند از: (۱) ظرفیت فریند اطلاعات (۲) توانایی انطباق (۳) هوش هیجانی جمعی. همچنین در مدل مفهومی ارائه شده توسط گانی و کوه، هوش سازمانی دربردارنده ابعادی همچون (۱) هوش فنی و تحلیلی (۲) هوش ادراک شیوه‌های حل مسائل و هوش زمینه‌ای می‌باشد. با توجه به اینکه مدل‌های ارائه شده در ارتباط با هوش سازمانی، تا حد زیادی دارای همپوشانی می‌باشند؛ در این پژوهش به دلیل جامعیت مدل هوش سازمانی ارائه شده توسط کارل آلبرخت، از آن استفاده گردید که ابعاد آن عبارتند از:

(۱) چشم‌انداز استراتژیک^۱: به قابلیت خلق، استنتاج و بیان هدف یک سازمان اشاره دارد (Beygzad, Alaei & Eskandari, 2010).

(۲) سرنوشت مشترک^۲: زمانی که افراد در سازمان درگیر فعالیت می‌شوند، احساس داشتن هدفی مشترک می‌نمایند، موفقیت سازمان را به صورت تیمی درک می‌نمایند و به‌طور هم‌افزایی برای رسیدن به چشم‌انداز عمل می‌نمایند (Elahiyan & Zavari, 2009).

¹ -Strategic vision

² -Shared fate

- ۳) میل به تغییر^۱: سازگاری و تمایل برای تغییر، جهت تحقق چشم‌انداز مشترک (Beygzad et al., 2010).
- ۴) اتحاد و توافق^۲: در یک سازمان هوشمند، واحدها دست به دست هم می‌دهند تا افراد را به انجام مأموریت قادر سازند. کار تیمی از الزامات موفقیت سازمان‌ها در محیط‌های پویا و پیچیده کنونی می‌باشد (Shirazi; Taheri, Goodarzi & Ghanavati, 2011).
- ۵) اشتیاق^۳: تلاش برای عمل کردن فراتر از استانداردها و رفتارهای مبتنی بر قراردادهای سازمانی.
- ۶) به‌کارگیری دانش^۴: استفاده مؤثر از دانش، اطلاعات و داده‌ها
- ۷) فشار عملکرد^۵: در یک سازمان هوشمند، هر فردی می‌داند چه چیزی باید محقق شود و به معنای بودن آن اهداف اعتقاد دارد. در چنین سازمانی مدیران به‌طور شفاف، اهداف و انتظارات خود از کارکنان را تعریف می‌نمایند، مسائل کارکنان به‌سرعت توسط مدیران رفع می‌شود و کارکنان از عملکرد خود بازخور دریافت می‌دارند (Kimasi, Chitsazan & Fakher, 2011).

پیشینه تحقیق

در رابطه با چابکی سازمانی، آرتتا و گیاجتی (۲۰۰۷) در تحقیقی تحت عنوان "تأثیر ساختار سازمانی بر چابکی سازمانی" پیچیدگی را به عنوان جانشینی برای چابکی مطرح نموده‌اند، آن‌ها معتقدند سازمان‌هایی که در فرآیندهایشان دارای پیچیدگی کمتری می‌باشد، تغییر را راحت‌تر می‌پذیرند و بنابراین چابک‌تر می‌باشند و برعکس سازمان‌هایی که از پیچیدگی بیشتری در فرآیندهایشان برخوردار هستند از چابکی پایینی برخوردار می‌باشند (Sadeghiyan & Yaghoobi, 2012).

گلدمن و همکاران (۱۹۹۳) در تحقیق "تکنولوژی و چابکی" بیان کردند که ارتباطات و اطلاعات فراگیر و جامع، از عناصر کلیدی و ارزنده‌ای هستند که به سمت تکامل و چابکی سازمانی گام بر می‌دارند. نتایج تحقیق ثابت کرد سودمندی و سهولت ادراک شده، چابکی سازمان را از طریق استفاده واقعی از فناوری اطلاعات و تمایل به استفاده از فناوری تحت تأثیر قرار می‌دهد (Goldman & Nagel, 1993).

¹ Appetite for Change

² -Alignment and Congruence

³ -Sprit

⁴ -Knowledge Deployment

⁵ -Performance Pressure

خوش سیما (۲۰۰۲) در تحقیقی تحت عنوان "ارائه مدلی جهت اندازه‌گیری چابکی سازمان‌های تولیدی با استفاده از منطق فازی" که در صنعت الکترونیک ایران انجام داد به این نتیجه رسید که هر سازمانی جهت تبدیل شدن به یک سازمان چابک بایستی دو توانمندی (پاسخگویی و انعطاف‌پذیری) و یک شایستگی (نمونه‌سازی سریع) داشته باشد (Beyginiya; Alvani & Golshan, 2011).

ون دریل (۲۰۰۸) در پژوهش خود به بررسی، توسعه و سنجش کمی هوش فرهنگی به‌عنوان یک ساختار حیاتی، در سطح سازمانی پرداخته است. ایشان معتقد است که هوش فرهنگی سازمانی رابطه مثبتی با اثربخشی و عملکرد سازمانی دارد (Van driel, 2008).

درویش، نوده‌فراهانی و خلیلی (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و عملکرد شغلی پرستاران به این نکته پی بردند که بین ابعاد رفتاری و انگیزشی هوش فرهنگی و عملکرد شغلی پرستاران رابطه معناداری وجود دارد اما وجود رابطه معنادار بین بعد شناختی هوش فرهنگی و عملکرد شغلی پرستاران مورد تأیید قرار نگرفت. در تحقیق نائیجی و عباسعلی‌زاده (۲۰۱۱) که با عنوان هوش فرهنگی و رابطه آن با ویژگی‌های کارآفرینانه مدیران سازمان‌های غیر انتفاعی انجام شد، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه عمیقی میان الگوهای چهار عاملی هوش فرهنگی (شناختی، فراشناختی، انگیزشی و رفتاری) و هریک از ویژگی‌های کارآفرینان وجود دارد. یافته‌های تحقیق ایشان بیانگر آن است که هوش فرهنگی را می‌توان به‌عنوان عامل حیاتی موفقیت برای اداره‌کنندگان سازمان‌های غیر دولتی به حساب آورد.

در رابطه با هوش سازمانی نیز تحقیقاتی صورت گرفته که می‌توان به مواردی از آن اشاره نمود. در تحقیقی که توسط جمال‌زاده، غلامی و سیف (۲۰۰۹) تحت عنوان "بررسی رابطه هوش سازمانی با یادگیری سازمانی در بین کارکنان و اعضاء هیئت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی" انجام شد، یافته‌های تحقیق نشان داد که ابعاد هوش سازمانی با یادگیری سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد. البته ابعاد سرنوشت مشترک، روحیه و میل به تغییر، درصد بیشتری از واریانس متغیر یادگیری سازمانی را تبیین نموده‌اند.

تحقیقی با عنوان "بررسی هوش سازمانی" توسط کارل آلبرخت در بین مدیران استرالیایی انجام گرفته است که چارچوب نظری بکارگرفته شده در این تحقیق توسط خود محقق طراحی شده بود. یافته‌های این تحقیق نشان داد که مدیران استرالیایی با آگاهی از میزان هوش سازمانی خود به درک و آگاهی بهتری از سازمانشان می‌توانند برسند. به‌علاوه با توجه به نتایج جالبی که به‌دست آمد مدیران می‌توانند نگاه جدیدتری به سازمان داشته باشند (Allbrecht, 2003).

آزما و همکاران (۲۰۱۲)، در پژوهشی با هدف کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباط آن با هوش سازمانی به این نتیجه رسیدند که رابطه معناداری بین کاربرد فناوری اطلاعات با میل به تغییر، کاربرد دانش و چشم-انداز مشترک وجود دارد.

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

مدل مفهومی پژوهش مبتنی بر مدل هوش سازمانی کارل آلبرخت (۲۰۰۲) با ابعاد چشم‌انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، به‌کارگیری دانش، روحیه (اشتیاق) و فشار عملکرد، مدل هوش فرهنگی آنگ و همکاران (۲۰۰۴) با ابعاد شناختی (دانشی)، راهبردی (فراشناختی)، انگیزشی و رفتاری و مدل چابکی سازمانی گلدمن و ناگل (۱۹۹۱) با ابعاد پاسخگویی، انعطاف‌پذیری، شایستگی و سرعت می‌باشد. در مدل مفهومی این پژوهش، متغیرهای هوش سازمانی و هوش فرهنگی به‌عنوان متغیرهای مستقل و متغیر چابکی سازمانی به‌عنوان متغیر وابسته می‌باشد.

با توجه به متغیرهای استفاده شده (هوش سازمانی، هوش فرهنگی و چابکی سازمانی) در مدل مفهومی پژوهش، فرضیات پژوهش به شرح زیر می‌باشند.

فرضیه‌های اصلی:

فرضیه اصلی ۱: هوش سازمانی بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه اصلی ۲: هوش فرهنگی بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه‌های فرعی:

فرضیه فرعی ۱: چشم‌انداز استراتژیک بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۲: سرنوشت مشترک بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۳: میل به تغییر بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۴: روحیه (اشتیاق) بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۵: اتحاد و توافق بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۶: به‌کارگیری دانش بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

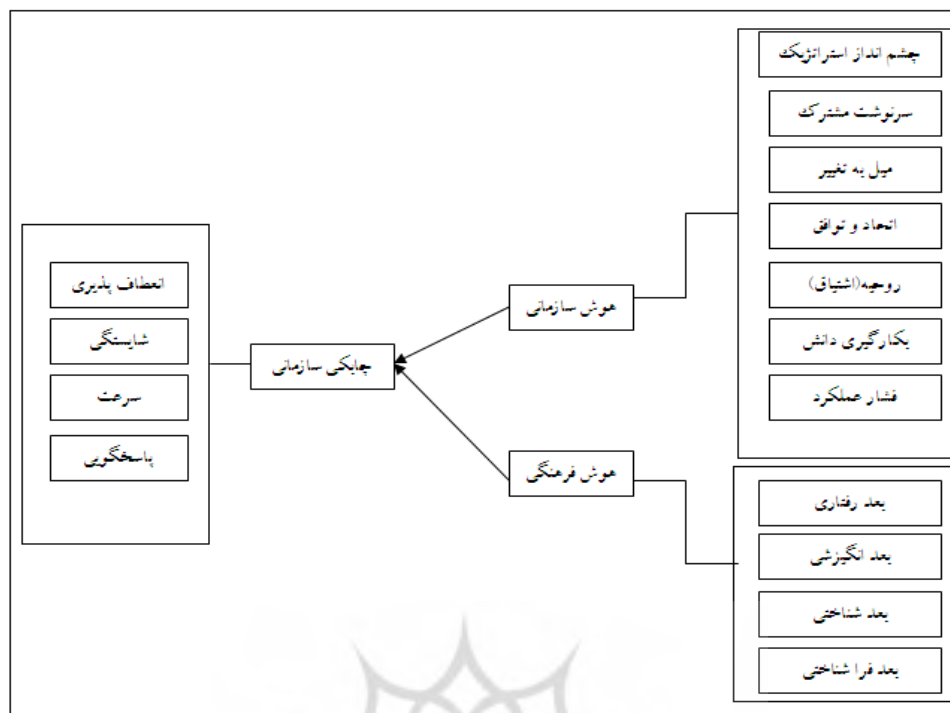
فرضیه فرعی ۷: فشار عملکرد بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۸: بعد شناختی هوش فرهنگی بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۹: بعد رفتاری هوش فرهنگی بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۱۰: بعد انگیزشی هوش فرهنگی بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.

فرضیه فرعی ۱۱: بعد فرا شناختی (راهبردی) بر چابکی سازمانی تأثیر معناداری دارد.



نمودار (۱): مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق، جامعه آماری و گردآوری اطلاعات

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است، زیرا از نتایج یافته‌های آن می‌توان برای بهبود عملکرد سازمانی استفاده نمود. از نظر ماهیت و روش با توجه به این که به دنبال یافتن روابط بین پدیده‌ها بوده، توصیفی-پیمایشی می‌باشد زیرا اطلاعات مورد نیاز از وضع موجود نمونه آماری و با استفاده از پرسشنامه به دست آمده است. همچنین از نگاه نوع داده‌ها، پژوهش کمی به شمار می‌رود. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات، پرسشنامه است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری لیزرل (تحلیل عاملی تأییدی و فن تحلیل مسیر) و SPSS انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان فارس می‌باشد. تعداد کل افراد جامعه آماری ۲۰۲ نفر می‌باشند که با استفاده از فرمول نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد نمونه آماری ۱۱۵ نفر تعیین گردید. از این تعداد، ۸۵ نفر از پاسخگویان را مردان و ۳۰ نفر را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین ۱۸ نفر از پاسخگویان را افراد دارای سنین بین ۲۵-۳۰ سال، ۳۵ نفر بین ۳۰-۳۵ سال، ۳۳ نفر بین ۳۵-۴۰ سال و ۲۹ نفر نیز از سنین بالای ۴۰ سال برخوردار بودند. از حیث

سابقه خدمت، ۱۲ نفر از پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه‌ها کمتر از ۵ سال سابقه خدمت، ۲۵ نفر بین ۵-۱۰ سال سابقه خدمت، ۲۶ نفر بین ۱۰-۱۵ سال سابقه خدمت، ۲۸ نفر بین ۱۵-۲۰ سال سابقه خدمت و ۲۴ نفر نیز از سابقه خدمت بالای ۲۰ سال برخوردار بودند.

$$n = \frac{N \times (Z_{\alpha/2})^2 \times (P \times (1-P))}{(N-1) \times \varepsilon^2 + (Z_{\alpha/2})^2 \times (P \times (1-P))}$$

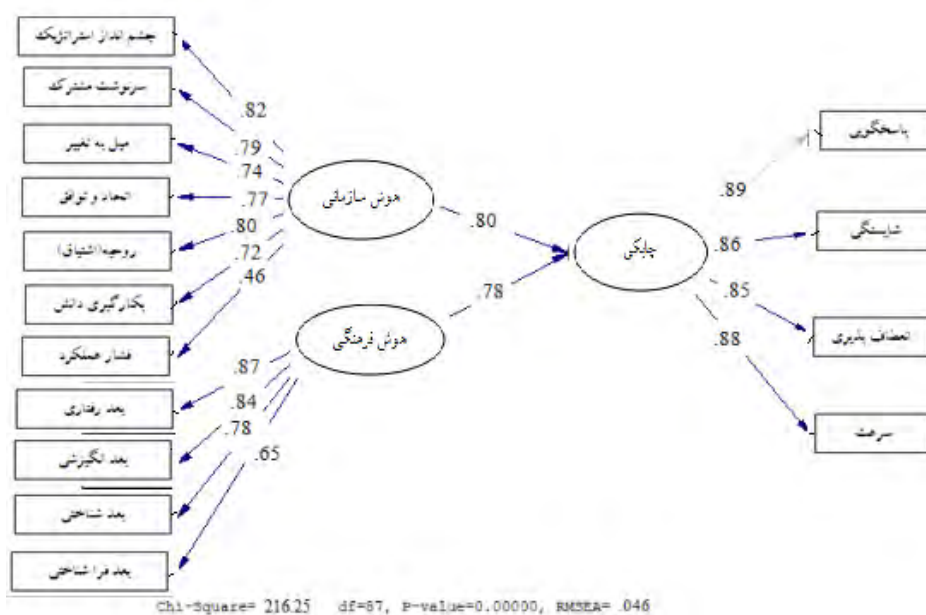
ابزار گردآوری داده در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که به منظور سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استاندارد آلبرخت (۲۰۰۲) جهت هوش سازمانی و پرسشنامه آننگ و همکاران (۲۰۰۴) جهت هوش فرهنگی و در نهایت به منظور سنجش چابکی سازمانی از پرسشنامه گلدمن و ناگل (۱۹۹۱) استفاده شده است. از آنجاکه پرسشنامه‌های استفاده شده در این پژوهش استاندارد می‌باشند، می‌توان گفت روایی^۱ و پایایی آن‌ها مورد تأیید می‌باشد ولی با این وجود، به منظور اطمینان بیشتر از پایایی پرسشنامه‌ها از آلفای کرونباخ استفاده شده است؛ به این صورت که این پرسشنامه‌ها ابتدا در یک نمونه ۳۰ تایی مورد پیش‌آزمون قرار گرفت که مقادیر آلفای کرونباخ برای پرسشنامه‌های هوش سازمانی، هوش فرهنگی و چابکی سازمانی به ترتیب برابر با ۰/۸۱، ۰/۸۴۱ و ۰/۸۳۵ می‌باشد. از آنجاکه مقادیر به دست آمده بیشتر از ۰/۷۰ می‌باشند می‌توان گفت که پایایی ابزار تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. در رابطه با روایی پرسشنامه، از نظرات استادان و صاحب‌نظران برای رفع اشکالات احتمالی آن استفاده شد و در نتیجه ابهامات و نارسایی‌های آن برطرف گردید که این امر بیانگر وجود روایی ظاهری و محتوایی قابل قبول برای ابزار بکار رفته در این تحقیق می‌باشد. پرسشنامه‌های گردآوری شده، از طریق نرم‌افزارهای آماری لیزرل (تحلیل عاملی تأییدی و فن تحلیل مسیر) و SPSS مورد تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌ها و نتایج پژوهش

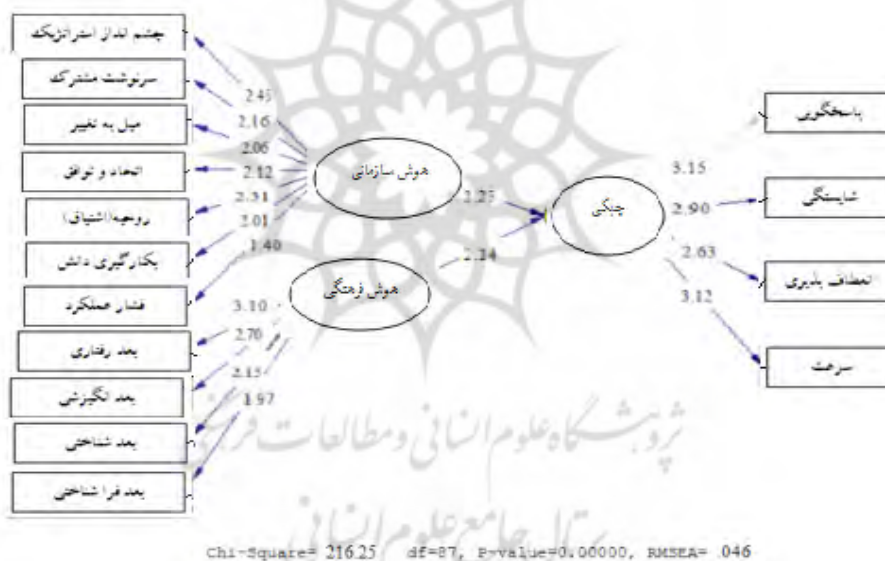
ارزشیابی برازش مدل مفهومی تحقیق

به منظور بررسی تأثیر هوش سازمانی و هوش فرهنگی بر چابکی سازمانی و آزمون فرضیات تحقیق از آزمون تحلیل عاملی تأییدی با استفاده فن تحلیل مسیر از طریق نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. در ادامه مدل مفهومی پژوهش در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد در اشکال ۲ و ۳ در ذیل مورد بحث قرار می‌گیرد.

¹ - Reliability



نمودار (۲): مدل مفهومی تحقیق در حالت تخمین استاندارد



نمودار (۳): مدل مفهومی تحقیق در حالت ضرایب معناداری

جدول (۱): شاخص‌های برازش مدل مفهومی پژوهش

شاخص‌ها	RMSEA	P-Value	Df	Chi-Square
مقادیر شاخص‌ها	۰/۰۴۶	۰/۰۰۰	۸۷	۲۱۶/۲۵

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، باید ابتدا برازندگی کلی مدل مفهومی تحقیق مورد بررسی قرار بگیرد. بهترین شاخص مناسب در نرم‌افزار لیزرل، X^2 (Chi-Square) تقسیم بر df می‌باشد که هر چه کوچک‌تر از ۳ باشد، مدل دارای برازش بهتری می‌باشد. این مقدار در مدل مفهومی این تحقیق ۲/۴۸ به دست آمده است که نشان‌دهنده برازش خوب مدل می‌باشد. شاخص دیگر، RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) می‌باشد. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود. زمانی که مقدار این آماره کمتر از ۰/۰۵ باشد نشان می‌دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار می‌باشد. در صورتی که بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸ باشد، برازش قابل قبول و اگر بین ۰/۰۸ و ۰/۱ باشد برازش متوسط و اگر بزرگ‌تر از ۰/۱ باشد برازش ضعیف است. در مدل مفهومی این تحقیق مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۴۶ می‌باشد که حاکی از برازش قابل قبول مدل است. در مورد شاخص P-Value، برخی معتقدند که باید بالای ۰/۵ باشد و برخی دیگر زیر ۰/۵ را قبول دارند. در کل روی این شاخص اجماع وجود ندارد.

آزمون فرضیات تحقیق

به‌منظور تأیید یا رد فرضیات از ضرایب استاندارد و اعداد معناداری استفاده می‌گردد. منظور از عدد معناداری در نرم‌افزار لیزرل همان Sig در نرم‌افزار Spss می‌باشد با این تفاوت که در رابطه با معنادار بودن یک ضریب، عدد معناداری آن باید بزرگ‌تر از ۱/۹۶ یا کوچک‌تر از ۱/۹۶- باشد و در کل برای تأیید یا رد فرضیات تحقیق بکار می‌رود. هر چقدر که عدد معناداری از ۱/۹۶ بزرگ‌تر باشد نشان‌دهنده آن است که متغیر مستقل تأثیر بیشتری بر روی متغیر وابسته دارد. منظور از ضریب استاندارد، مقادیر همبستگی بین دو متغیر می‌باشد که هر چه این ضریب بیشتر باشد نشان‌دهنده آن است که متغیر مستقل اثرگذاری بیشتری بر روی متغیر وابسته دارد. نتایج به دست آمده از مدل مفهومی تحقیق در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۰/۹۵ همه مفروضات تحقیق مورد به‌استثنای فرضیه رابطه معنادار بین فشار عملکرد و چابکی سازمانی تأیید قرار گرفته‌اند. با توجه به داده‌های موجود در جدول ۲، همچنین می‌توان پی برد که رابطه بین بعد فراشناختی هوش فرهنگی و چابکی سازمانی نیز در مقایسه با سایر ابعاد هوش فرهنگی ضعیف می‌باشد.

جدول (۲): نتایج حاصل از تحلیل مسیر (معادلات ساختاری)

فرضیه	مسیر	ضریب استاندارد	عدد معناداری
اصلی ۱	هوش سازمانی	چابکی سازمانی	۲,۲۵
اصلی ۲	هوش فرهنگی	چابکی سازمانی	۲,۱۴
فرعی ۱	چشم‌انداز استراتژیک	چابکی سازمانی	۲,۴۵
فرعی ۲	سرنوشت مشترک	چابکی سازمانی	۲,۱۶
فرعی ۳	میل به تغییر	چابکی سازمانی	۲,۰۶
فرعی ۴	روحیه	چابکی سازمانی	۲,۳۱
فرعی ۵	اتحاد و توافق	چابکی سازمانی	۲,۱۲
فرعی ۶	به‌کارگیری دانش	چابکی سازمانی	۲,۰۱
فرعی ۷	فشار عملکرد	چابکی سازمانی	۱,۴۰
فرعی ۸	بعد شناختی	چابکی سازمانی	۲,۱۵
فرعی ۹	بعد فراشناختی	چابکی سازمانی	۱,۹۷
فرعی ۱۰	بعد انگیزشی	چابکی سازمانی	۲,۷۰
فرعی ۱۱	بعد رفتاری	چابکی سازمانی	۳,۱۰

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق به دنبال مرور مبانی نظری هوش سازمانی و هوش فرهنگی به‌عنوان سازه‌های چندبعدی و بررسی ارتباط آن‌ها با چابکی سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان فارس می‌باشد. یافته‌های این مقاله بیانگر وجود ارتباط بین هوش فرهنگی و هوش سازمانی با چابکی سازمانی می‌باشد به‌نحوی که وجود ارتباط بین تمامی شاخصه‌های فرعی هوش فرهنگی و هوش سازمانی، به‌استثنای بعد فشار عملکرد، با چابکی سازمانی تأیید شد. همچنین این رابطه و همبستگی در خصوص بعد فراشناختی از ابعاد هوش فرهنگی نیز ضعیف‌تر می‌باشد.

از طریق تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق، ارتباط بین سرنوشت مشترک و چابکی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. نتایج یافته‌ها در رابطه با این فرضیه با تحقیق سینکولا (۱۹۹۴) و همچنین تحقیقات لی، هیت و بتیس (۱۹۹۶) همسو می‌باشد. در تبیین این امر می‌توان چنین عنوان نمود که میل به سرنوشت مشترک و احساس یکدلی در میان کارکنان سازمان موجب تقویت گروه‌های غیر رسمی و افزایش بهره‌وری و نیز کارایی در کارکنان شود. کارکنانی که احساس کنند سرنوشت آنان در سازمان به یکدیگر گره خورده است سعی بیشتری در ایجاد همکاری و مشارکت و حفظ و اعتلای سازمان دارند.

رابطه بین میل به تغییر و چابکی سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. میل به تغییر منجر به یادگیری بیشتر در جهت انطباق و همسازی با تغییرات صورت گرفته (انعطاف‌پذیری) می‌شود. تغییر بیانگر موقعیتی جدید و مهیج برای رسیدن به چیزی نو می‌باشد. اگر در کارکنان میل به تغییر کم‌رنگ باشد، سازمان از حالتی پویا

برخوردار نمی‌گردد و در دنیای در حال تغییر و رقابتی امروزی نمی‌تواند موفق باشد. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های جمال‌زاده، غلامی و سیف (۲۰۰۹) همخوانی و مطابقت دارد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در بین ابعاد هوش سازمانی، فشار عملکرد دارای پایین‌ترین ارتباط و همبستگی با چابکی سازمانی می‌باشد و در نتیجه فرضیه مورد نظر نیز مورد تأیید قرار نگرفت. این امر می‌تواند بیان‌کننده عدم انطباق کارکنان و اعضاء سازمان با عملکرد و نقشی که در سازمان ایفا می‌کنند، باشد و می‌تواند موجبات افت چابکی سازمانی گردد. بنابراین وجود پست‌های سازمانی دارای ابهام و انجام چندین نقش سازمانی توأمان منجر به کاهش چابکی سازمانی می‌گردد.

در بخش یافته‌های تحقیق مشخص شد که بین چشم‌انداز استراتژیک و چابکی سازمانی رابطه وجود دارد. از آنجاکه هر سازمانی نیازمند یک نظریه، یک مفهوم و یک اصل سازماندهی است، می‌تواند با قابلیت خلق، استنتاج و بیان اهداف و رسالت خود، چشم‌اندازی را که در پی دستیابی و نیل به آن می‌باشد، تشریح نماید. در نتیجه این امر، کارکنان می‌دانند که سازمان قصد نیل به چه جایگاهی را دارد؛ بنابراین خود را مهبیای رسیدن به آن اهداف و پاسخگویی به تغییرات می‌نمایند و زمینه را جهت دستیابی به چابکی سازمانی فراهم می‌سازند. یافته‌های تحقیق در این بخش با یافته‌های عزیزی (۲۰۰۷) همخوانی دارد.

با مطالعه یافته‌های تحقیق پی می‌بریم که رابطه بین اتحاد و توافق و چابکی سازمان مورد تأیید قرار گرفته است. اتحاد و توافق، به یکی شدن افراد جهت انجام مأموریت‌های سازمان اشاره دارد. کار تیمی از الزامات موفقیت سازمان‌ها در محیط‌های پویا و پیچیده کنونی به شمار می‌رود. می‌توان اشاره کرد که اگر روحیه تیمی و کار مشارکتی در سازمان به وجود آید، کارکنان با توجه به اتحاد و همدلی که بین آن‌ها شکل گرفته، بهتر می‌توانند در اعتلای سازمان و دستیابی به اهداف سازمان و برآورده ساختن نیازهای مشتریان/ارباب‌رجوع، قدم بردارند و زمینه چابکی سازمانی را فراهم سازند.

در این تحقیق، رابطه بین به‌کارگیری دانش و چابکی سازمانی مورد تأیید قرار گرفته است. اگر سازمان‌ها دانش و اطلاعات را در سازمان بکار گیرند و کارکنان خود را در رابطه با دانش و معلومات جدید آموزش دهند، می‌توانند موفقیت بیشتری در نیل به اهداف داشته باشند. امروزه بیش‌ازپیش، اقداماتی که به پیروزی یا شکست سازمان منجر می‌شود بر پایه استفاده مؤثر/ناموثر از دانش، اطلاعات و داده‌هاست. فعالیت هر سازمان، به دانش کسب شده، تصمیم‌های درست، قضاوت، ذکاوت، حس مشترک، شایسته‌سالاری افراد و نیز صحت اطلاعات کاربردی که در هر لحظه با ساختار سازمان عجین شده است، وابسته می‌باشد. یافته‌های تحقیق انجام شده توسط طبرسا (۲۰۱۱) نیز با یافته‌های این تحقیق هماهنگی دارد.

آخرین بعد از ابعاد هوش سازمانی که ارتباط آن با چابکی سازمانی مورد مطالعه قرار گرفته است، روحیه (اشتیاق) می باشد. ارتباط این بعد با چابکی سازمانی مورد تأیید قرار گرفته شده است. عنصر روحیه نشان-دهنده تمایل به فعالیت فراتر از معیارهاست. در یک سازمان با روحیه پایین، کارکنان فقط کارهای خود را به درستی انجام می دهند در حالی که در یک سازمان با روحیه بالا، کارکنان بیش تر از حد انتظار تلاش می نمایند، انرژی آن ها دائم در حال افزایش می باشد، از اینکه عضو سازمان هستند احساس غرور می نمایند، موفقیت یا شکست سازمان را موفقیت و شکست خود دانسته و در جهت پیشبرد اهداف سازمان تلاش بیشتری می نمایند.

در میان ابعاد هوش فرهنگی، بعد رفتاری بیشترین رابطه را با چابکی سازمانی دارا می باشد. نقش برجسته بعد رفتاری در این تحقیق را می توان این گونه تفسیر نمود که افرادی که در بعد رفتاری از وضعیت مطلوبی برخوردار باشند، در توسعه بازار و بهبود عملکرد سازمان هایشان موفق تر هستند (Moon, 2010). یافته های این تحقیق همچنین با مطالعاتی که توسط چنگ (۲۰۰۷) انجام شد مطابقت دارد. ایشان اشاره نمودند مدیرانی که از نظر رفتارهای فرهنگی باهوش تر عمل نمایند، تعارض های شدید محیط های کاری را بهتر حل می نمایند (Cheng, 2007).

تحلیل روابط علی نشان می دهد که بعد شناختی هوش فرهنگی نیز متغیر تأثیرگذاری بر چابکی سازمانی می باشد. به عبارت دیگر می توان انتظار داشت با تقویت بعد شناختی، شاهد بهبود چابکی سازمانی باشیم. مهم ترین نکته در برقراری ارتباطات فرهنگی، یافتن نقاط اشتراک با طرف مقابل و تأکید بر آنهاست. کارکنانی که در مقوله هوش فرهنگی از بعد شناختی بالایی برخوردارند، می توانند به لایه های درونی فرهنگ های دیگر راه یابند. نتایج این بخش با بیشتر پژوهش های مرتبطی که تاکنون انجام شده است همخوانی دارد. برای مثال می توان به یافته های تحقیقی که عباسعلی زاده (۲۰۰۷) روی شرکت های کوچک و متوسط در صنعت نفت ایران انجام دادند، اشاره نمود.

در ارتباط با بعد فراشناختی، یافته های تحقیق، ارتباط ضعیف این بعد با چابکی سازمانی را نشان می دهند و این امر بدان معناست که تجربه های میان فرهنگی به خوبی درک نشده است و جهت تقویت این بعد از هوش فرهنگی باید پیش از برخورد میان فرهنگی، راهبرد تدوین گردد. بررسی مفروضات در حین برخورد و تعدیل نقشه های ذهنی در صورت متفاوت بودن تجارب واقعی با انتظارات پیشین نیز از عوامل مورد اشاره است.

با تحلیل داده‌های تحقیق، فرضیه ارتباط بین بعد انگیزشی هوش فرهنگی و چابکی سازمانی نیز مورد تأیید قرار گرفت. این امر نشان‌دهنده علاقه فرد به آزمودن فرهنگ‌های دیگر و تعامل با افرادی از فرهنگ‌های مختلف می‌باشد. بر اساس این فرضیه، افراد زمانی از عهده تعاملات اثربخش فرهنگی برمی‌آیند که انگیزش و اعتماد به نفس زیادی داشته و به توانایی خود باور داشته باشند.

References

- Abbasalizadeh, M. (2007). *Investigation of cultural intelligence with managers successful motivation in oil ministry of Iran*, M. Sc thesis, management college of Islamic Azad university of Tehran Markaz. (in Persian).
- Abbasi, S.; Mohammadi, M., & Shafieepur, D. (2013). The role of organizational agility capabilities in the successful performance of the national production, *Journal of World Sciences*, 3(5), 17-32. (in Persian).
- Allbrecht, K. (2003). *The power of minds at work: organizational intelligence in action*, New York, Amazon.
- Azizi, A. (2007). *Organizational intelligence and its relationship with management of organizational knowledge development in agricultural jihad organization of Fars province*, M. Sc thesis Payamnoor university of Shiraz. (in Persian).
- Azma, F.; Mostafapour, M. A., & Rezaei, H. (2012). The application of information technology and its relationship with organizational intelligence. *Procedia Technology*, 1(10), 94 ° 97.
- Beyginia, A.; Alvani, S. M., & Golshan, A. (2010). Investigation of information technology acceptance on organizational agility, *Journal of Daneshvar- Behavior*, 18(50), 113-130. (in Persian).
- Beygzad, J.; Alaei, M. B., & Eskandari, K. (2010). Investigation of relationship between managers organizational intelligence with organizational performance in public organizations of province of east Azarbayjan, *Journal of Management Researches*, 3(8), 143-163. (in Persian).
- Cheng, L. (2007). Cultural intelligence (CQ): A Quest for cultural competence, *Communication Disorders Quarterly*, 1(29), 36-42.
- Chen, A.; Lin, Y., & Sawangpattanakul, A. (2011). The relationship between cultural intelligence and performance with the mediating effect of cultural shock: a case from Philippine laborers in Taiwan, *International Journal of Intercultural Relations*, 35, 246° 258.
- Darvish, H.; Nodeh Farahani, M.; Khalili, M., & Shabani, F. (2013). Investigation of relationship between cultural intelligence and job performance of nurses, *Journal of Scientific and Research of Nurse College*, 23(82), 15-40. (in Persian).

Eskandari, F., & Samadi, A. (2016). Examination of relationship between cultural intellectual on organizational health, *Journal of Public Management Researches*, 4(12), 45-61. (in Persian).

Elahiyan, A. & , Zavari, M. E. (2009). Organizational intelligence: originator of business intelligence, *Tadbir Journal*, 49-52. (in Persian).

Goldman, S., & Nagel, R. (1993). Management, technology and agility: the emergence of a new era in manufacturing. *International Journal of Technology Management*, 2(8), 18° 38.

Jackson, M., & Johansson, C. (2003). An agility analysis from production system perspective international manufacturing systems, *Journal of Behavioral and Applied Management*, 6(14). 482-488.

Jamalzadeh, M.; Gholami, Y., & Seyf, M. (2009). Investigation of relationship between organizational intelligence and organizational learning, *Journal of Leadership and Educational Management*. 2(3), 63-86. (in Persian).

Haji Ahmadi Ghomi, M. H. (2015). Evaluation of organizational intelligence in the supreme audit court, *Journal of Audit Knowledge*, 15(60), 97-220. (in Persian).

Karwowski, W., & Layer, J. (2007). A Review of enterprise agility: concepts, frameworks, and attributes. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 3(37), 445-460.

Kimasi, M; Chitsazan, H., & Fakher, I. (2010). Comparative investigation of organizational intelligence between privative and public banks, *Journal of Advertise Management*, 3(9), 131-146. (in Persian).

Lei, D.; Hitt, M., & Bettis, R. (1996). Dynamic core competencies through meta-learning & strategic context, *Journal of Management*, 4(22), 549-569.

Mohammadi, A., & Amiri, Y. (2011). Presentation of structural model for access to agility by information technology in production organizations, *Journal of Information Technology Management*, 4(13), 115-134. (in Persian).

Moon, T. (2010). Organizational cultural intelligence: dynamic capability perspective, group & organization management, *International Journal of Industrial Ergonomics*, 2(35), 456-493.

Naeiji, M. J., & Abbasalizadeh, M. (2010). Cultural intelligence and its relationship with entrepreneur features of nonprofit organizations in Iran, *Journal of Entrepreneur Development*, 3(12), 27-44. (in Persian).

Nikpoor, A., & Salajeghe, S. (2009). Investigation of relationship between organizational agility and job satisfaction of public organizations employee, *Journal of Management Researches*, 3(12), 169-184. (in Persian).

Olfat, L., & Zanjirchi, M. (2010). Dynamic analysis: new approach in evaluation of organizational agility, *Journal of Management Researches In Iran*, 5(14), 21-44. (in Persian).

Sadeghiyan, R., & Yaghoobi, N. (2011). Investigation of organizational forget and organizational agility, *Journal of Public Management Researches*, 5(17), 103-120. (in Persian).

Shirazi, M.; Taheri goodarzi, H., & Ghanavati, A. (2010). Relationship between subsystem of organizational transformation in learning organization with organizational intelligence in communication company of Khoozestan, *Journal of human Resource Development*, 2(18), 7-24. (in Persian).

Simic, I. (2005). Undergraduate psychology major: organizational learning as a component of organizational intelligence. Information and marketing aspect of the economically development of the balkman countries, *Journal: ISBN945-90277-8-3* (University of National and world economy, Sofia, Bulgaria).

Sinkula, J. M. (1994). Market information processing & organizational learning, *Journal of marketing*, 4(58), 34-45.

Tabarsa, G., A. (2011). Relationship between organizational intelligence and knowledge creation, *Journal of Transformational Management*, 4(7), 14-28. (in Persian).

Triandis, C. (2006). Cultural intelligence in organizations, *Journal of organizational management*, 1(32), 20-26.

Zarei, A.; Moghaddam, S., & Shahriyari, M. (2016). Examination of role of organizational intelligence and organizational learning in diagnosing relationship between knowledge management and organizational innovation, *Journal of Innovation and Creativity*, 4(5), 1-32. (in Persian).

Zamani, A., & Tabarsa, G. A. (2009). Manager s cultural intelligence, *Tadbir Journal*, 49-53. (in Persian).

