چکیده
کارآفرینی سازمانی عنصر بسیار مهمی در فرآیند توسعه سازمانی و اقتصادی است. از این رو، بررسی تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز هدف این مطالعه قرار گرفت. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-بیومتریکی به شمار می‌رود. جامعه آماری پژوهش حاوی شامل کلیه مدیران شرکت گاز شیراز به تعداد 230 نفر بود. بر اساس جدول مورگان حجم نمونه 24 نفر برآورد گردید. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه استاندارد هوش سازمانی آلبرخت (2002) و فرهنگ سازمانی دینسون (2002) و برای سنجش کارآفرینی سازمانی با استفاده از پرسشنامه استاندارد اکتان و بیولت (2002) گردآوری گردید. روابط پرسشنامه با استفاده از روابط محتوا و سازه و با استفاده از روش مقاله‌بندی ساختاری بررسی و مورد تایید قرار گرفت. اطلاعات گردآوری شده توسط نرم‌افزارهای نیزول و آس پس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج به دست آمده نشان داد که هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: هوش سازمانی، فرهنگ سازمانی، کارآفرینی سازمانی، شرکت گاز شیراز.

1 دانشجوی دکتری کارآفرینی سازمانی، دانشگاه کاربردی سازمانی، دانشگاه نور، ایران. نویسنده مشاور:
Elaehe.hosseini@stu.yazd.ac.ir
مقدمه
در عصر حاضر که تغییرات و تحولات محیطی از مهم‌ترین چالش‌های فارغ‌التحصیلی سازمان‌ها به شمار می‌رود، بهره‌گیری مناسب از استعدادها و توانایی‌های افراد در توسعه ظرفیت‌ها و اکتشافات فکری جدید، مشخصاتی از آهناهای واقعی و مشتریان و بهبود مستمر خدمات و فراوردهای تولیدی، اهمیت فراوان‌داری یافته است (Verreynne, 2006). ظهور کارآفرینی در یک جامعه بستگی به زمینه‌ها و عوامل مختلف شرایط محیطی امروز سبب شده است تا سازمان‌های بزرگ نتوانند امنیت‌پذیری سرعت مدیران در این سازمان‌ها بیش از هر چیز خواستار کسب مزیت رقابتی نسبت به سایر سازمان‌ها می‌باشند که برای رسیدن به مزیت رقابتی بالا جهت رشد، نیازمند تصمیم‌گیری درست و دقیق هستند (Davis, 2016). مطالعات گوناگون نشان می‌دهند که روش‌های سازمان‌دهی و نظام‌های مدیریت سنتی که برای محیط‌های غیرگانگاک بحرانی شده‌اند، در سازمان‌های امروزی کارایی چندان ندارند (Packendorff, 2002). استفادة از ساختارهای سنتی برای مدیریت سازمان‌ها موجب می‌شود که این سازمان‌ها در حوزه‌های انسانی با مشکلات گوناگونی مواجه شوند (Rau & Hyland, 2002). از این دست مشکلات Allen & & (2002)، حقوق و ارتقای مدیران؛ Turner, Packendorff, 2002)، آموز فرهنگ و کیفیت زندگی افزایش (2002، Katz, 1995)، جهت برخورداری از نمونه‌های سازمانی برای افراد (2007، Huemann, & Keegan, 2008، Aitken & Crawford، استرس (Zika-Viktorsson, Sundström, & Engwall، تغییر نحوه جهتگیری از وضعیت محوری در تغییر و توسعه و مهم‌ترین دارایی سازمان است. این تاثیر مستقیم بر سازمان‌ها را در اثر بهبود خدمات اقتصادی، سازمان‌هایی که نیروی قدرتمند بر دیگر موضوعات محوری سازمان از جمله ساختار، استراتژی و عملکرد

تأثیر می‌گذارد (2006).
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

با توجه به این که تغییر سازمان نیازمند تغییر رفتار اعضای آن است، این آمر بدور شناسایی و یافتن تصور دقیقی از وضعیت کنونی فرهنگ آن چندان ابریخش و پایدار نخواهد بود (Denison, Kotrba, & Castano, 2012). یکی از سیاست‌های اصلی کشورها در سال‌های اخیر توجه به هوش سازمانی به منظور ارتقای کارآفرینی می‌باشد. فعالیت‌های هوش سازمانی و فرهنگی برای مراحل مختلفی که کارآفرینی در حال فعالیت در آن می‌باشد، جوایز اقامت‌های کارآفرینان باعث فعالیت‌های فرهنگی خود را تعیین کنند تا بتوانند با دیگر قوام تعامل داشته باشند. از این رو می‌توان بیان نمود که یک‌هزشگران به اباد هوش فرهنگی و رفتاری که Baluku, Kikooma, Bantu, & Richards, Yeoh, Chong, & Popović, 2019، در مرتبط به رفتار با محیط فرهنگی می‌باشند، توجه دارند. (Onderi, & Otto, 2019). هوش سازمانی به منزله پنجره پیش‌گیری کسب و کار به محیط بیرون است که این باعث می‌شود عملکرد سازمانی را شناسایی کند. کارآفرین را افزایش دهد و فرصت‌های ناشاکته را شکار نماید (Rutherford & Holt, 2007).

کارآفرینی، ماهیت مشاغل و ماهیت مهارت‌های لازم عوض شده است، این کارآفرینی است که به جای طبیعت می‌شود (Leitão & Franco, 2008). کارآفرینی کمپیوتر به حالت همبسته مدیریت، نوآوری، ایجاد شغل، رقابت و بی‌توجهی به بهره‌وری سبب مردمی در رشد و توسعه اقتصادی دارد (Nowson, 2007). نیاز سازمان‌ها به پدیده کارآفرینی و وابسته شدن به سازمان‌ها به این دلیل موجب پیش‌بینی قلمروی خاصی از این امر می‌شود که کارآفرینی سازمانی شده است (Wales, Lumpkin, & Ensley, 2006). کارآفرینی سازمانی مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی است که بهبودیابی از مراحل مختلف نواوری در یک سازمان را امکان‌پذیر کرده و راه‌فکری در نهاده بِند نواوری در سازمان‌های است. (Kuratko, 2003) با توجه به مطالعه توانان شده، پژوهش حاضر سعی در بررسی تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی دارد.

سازمان‌های مؤثر، سازمان‌های همبسته که مدیران و کارکنان علاقه و کارآفرین دارند (Hult, Snow, & Kandemir, 2003). مقیاس کارآفرینی سازمانی را یکی از مؤلف‌های کارآفرینی می‌داند (Hayton, 2005). مقیاس بر این باورند که کارآفرین سازمانی، نقش...
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

مهمی در بهبود عملکرد سازمانی (Zahra, 1993، رشد) و مزیت رقابتی سازمانی (Simsek, 2007، شروع) کارآفرینی سازمانی فراوی، ایست که از طریق افزایش فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصولات و فرآیندها منجر می‌شود (Farmer, 2015).

کارآفرینی سازمانی روی برای مقابله با تغییرات محیطی و داخلی سازمان است که در صورت عدم تحقق کارآفرینی، حیات و نگاه سازمان در بلندمدت با مشکل مواجه خواهد شد (Hornsby, Kuratko, & Zahra, 2002). کارآفرینی سازمانی مفهومی که به‌دلیل است که ابعاد و مؤلفه‌های متعددی دارد که این ابعاد شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی و خطط‌ریزی می‌باشد (Shabd, 2008).


Turró, Urbano, & Peris-Ortiz, 2014.

Burgess, 2013)

Farmer, 2015)

بپیش‌بینی، پیش‌بینی و رفتار مناسب برای رفع نیازهای آنی از طریق Hartsfield, 2008 جستجو و به کارگیری فرصت هاست که بر توسعه محتوای داشته دارد (Hough & Scheepers, 2008)

بپیش‌بینی، پیش‌بینی و رفتار مناسب برای رفع نیازهای آنی از طریق Hartsfield, 2008 جستجو و به کارگیری فرصت هاست که بر توسعه محتوای داشته دارد (Hough & Scheepers, 2008)
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارش فنی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

باور به آن است که ارزش ها و مفروضاتی است که در بین اعضای یک سازمان مشترک می‌باشد. برخی از محققان فرهنگ سازمانی را هنگامی می‌دانند که کل سازمان یا در کنار هم نگه می‌دارند. Shahzad, Luqman, Khan, & Gregory, Harris, Armenakis, & Shook (2009) فرهنگ به منزله جنبهی مختلفی از شالی، فنی و تکنیکی، آداب و رسوم مربوط به گذا و لباس، طرز فکر، ارزش‌ها، دانش، نمادها، رفتارهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، روش تهیه‌گری و ... تعیین می‌شود. پژوهشگران از فرهنگ به عنوان نرم‌افزار یاد می‌کنند که این فرهنگ در خصوص نحوه تفکر در رفتار پرای انسان این اثر را به‌عنوان راه‌نما برای برهم‌چین شدن فرهنگ سازمانی سارسر یک سازمان را احاطه کرده و بر همه چیز آن اثر گذاشته است و از همین (Shabbir, 2012) فقره 1، پیوسته تأثیر افزایشی سازمانی به شمار می‌رود.

فرهنگ سازمانی نوعی ویژگی سازمانی است که مستقل از افراد در سازمان و در نتیجه یک Szafranski, Kwantes & Boglarsky (2007)، به طور کلی می‌توان گفت که فرهنگ منبع به شکل دانش به عنوان یک سازمان، به‌صورت کل منسجم، اثرات را چالا برای مشکلات سازمانی و در نهایت منع و یا باید سببی به اهداف می‌شود (Yilmaz & Ergun, 2008).

پژوهشگران چهار نوع فرهنگ را به‌صورت گلی مخفی کرده‌اند که عبارتند از: فرهنگ سلسله‌مراتبی، فرهنگ پاراز، فرهنگ کیفیت‌گرا و فرهنگ ادکلن‌کردنی؛ فرهنگ کیفیت‌گرا به فرهنگ گروهی و نیز نیز گفته می‌شود که بر انعطاف‌پذیری و تمرکز داخلی تأکید دارد. فرهنگ ادکلن‌کردنی به فرهنگ خشونت و کارآفرینی نیز نامیده می‌شود. بر انعطاف‌پذیری با توجه به موقعیت رقابتی تأکید دارد. فرهنگ پاراز به آن فرهنگ منطقی نیز گفته می‌شود بر نیاز و کنترل با موقعیت برای رقابت و بهره‌وری بالا تأکید می‌کند و فرهنگ سلسله‌مراتبی بر تبادل نگهداری داخلی از طریق تنظیم دقیق وظیفه و اجرای قوانین ساختگی‌ها تأکید دارد (Acar, 2012; Denison, 2000). با گذشته به مدیریتی که برای فرهنگ سازمانی طراحی و ثبت نمی‌شده، می‌توان نتیجه گرفت که اغلب این اکنون به‌عنوان اساسی و اهمیت آن در بازرسی و بالندگی سازمان توجه زیادی کرده و با مقام‌هایی نظیر مشارکتی و

در نهایت منع و یا باید سببی به اهداف می‌شود (Yilmaz & Ergun, 2008).

پژوهشگران چهار نوع فرهنگ را به‌صورت گلی مخفی کرده‌اند که عبارتند از: فرهنگ سلسله‌مراتبی، فرهنگ پاراز، فرهنگ کیفیت‌گرا و فرهنگ ادکلن‌کردنی؛ فرهنگ کیفیت‌گرا به فرهنگ گروهی و نیز نیز گفته می‌شود که بر انعطاف‌پذیری و تمرکز داخلی تأکید دارد. فرهنگ ادکلن‌کردنی به فرهنگ خشونت و کارآفرینی نیز نامیده می‌شود. بر انعطاف‌پذیری با توجه به موقعیت رقابتی تأکید دارد. فرهنگ پاراز به آن فرهنگ منطقی نیز گفته می‌شود بر نیاز و کنترل با موقعیت برای رقابت و بهره‌وری بالا تأکید می‌کند و فرهنگ سلسله‌مراتبی بر تبادل نگهداری داخلی از طریق تنظیم دقیق وظیفه و اجرای قوانین ساختگی‌ها تأکید دارد (Acar, 2012; Denison, 2000). با گذشته به مدیریتی که برای فرهنگ سازمانی طراحی و ثبت نمی‌شده، می‌توان نتیجه گرفت که اغلب این اکنون به‌عنوان اساسی و اهمیت آن در بازرسی و بالندگی سازمان توجه زیادی کرده و با مقام‌هایی نظیر مشارکتی و

سال دوادوهم / شماره ۲۵ / پاییز ۱۳۹۹

1499
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارشیتی سازمانی در شرکت‌های شریز:

ماموریتی (دنسون)، توافق و مشارکت (کوئین) و فرهنگ قیلیهای (براون) از آن نام برده‌ام. اثره در چهته بهبود کارایی و بهتری سازمان‌ها، تلاش می‌شود که روابط متغیرهای مختلف ارزیابی و متغیرهای سازمانی و آثار مختلف آنها به خوبی شناسایی شوند (Keshavarz & Nasiri, 2015). مدل‌‌های مختلف درباره فرهنگ سازمانی وجود دارد، یکی از این مدل‌ها مدل دنسون (2000) است که دارای چهار بعد می‌باشد. این بعدها شامل: 1- درگیری شدن در کار، 2- میزان سازمان‌های دارای پتانسیل بالا کارکنان را توانمند می‌کند تا بتوانند قابلیت‌های مشابی انسانی را در هم سطح توزیع دهند، 3- انتقال پذیری سازمان‌های پیچیده، به سختی تغییر می‌کند، لذا یک تجربیات درونی و انتقال پیشنوی را می‌توان مربی و برتری سازمان به حساب آورد و 4- همچنین سازمان‌های سازگار بهبودیتوری مشتریان هدایت می‌شوند، ریسک می‌کند و از استیل‌های خود می‌آموزند. سازگاری در سازمان‌ها مقدار ثابت و پیچیده‌ی بیشتری داشته باشند، اثری‌ترین ترند سازمان‌های دارای این ویژگی فرهنگ‌های قویتر و متمایز‌تری داشته‌ه و به طور کافی بر رفتار مدیران نفوذ Yilmaz & Ergun, 2008. نتایج تحقیقات پژوهشگران نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگ سازمان‌ها تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد اجرایی سازمان داشته باشد (Tarba, Ahmadm, Junni, 2019). تکنیکی مبتنی بر عملکرد اجرایی سازمان داشته باشد (Stokes, & Morag, 2019). سهم نهایی از تجزیه فرآیند سازمانی بررسی رابطه میانگین برنگی نقش فرهنگی تعارض بین هوش فرهنگی و فرهنگ سازمانی می‌باشد. (Kubicek, Bhanugopan, & O'Neill, 2019)

هوش سازمانی مجموعه‌ای از توانایی‌های ذهنی یک سازمان قلمداد می‌شود (Keshavarz et al, 2018). هوش سازمانی ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش مانندی می‌باشد (1979). هوش سازمانی توانایی یک سازمان برای ایجاد و کاربرد آن به منظور سازگاری استراتژیک با محیط خود است. هوش سازمانی می‌تواند با استخراج اطلاعات درباره تجربه‌های گذشته و نجات و تحمل و استفاده از آنها شرایط فعلي را بهبود بخشید (Florin, & Atanasiu, 2008). هوش سازمانی توانایی ریشه‌ای یک سازمان برای فراهم کردن تغییر و بهتر تبادل، سنجش و استدلال به منظور حمایت از

که می‌تواند که روابط متغیرهای مختلف ارزیابی و متغیرهای سازمانی و آثار مختلف آنها به خوبی شناسایی شوند (Keshavarz & Nasiri, 2015). مدل‌‌های مختلف درباره فرهنگ سازمانی وجود دارد، یکی از این مدل‌ها مدل دنسون (2000) است که دارای چهار بعد می‌باشد. این بعدها شامل: 1- درگیری شدن در کار، 2- میزان سازمان‌های دارای پتانسیل بالا کارکنان را توانمند می‌کند تا بتوانند قابلیت‌های مشابی انسانی را در هم سطح توزیع دهند، 3- انتقال پذیری سازمان‌های پیچیده، به سختی تغییر می‌کند، لذا یک تجربیات درونی و انتقال پیشنوی را می‌توان مربی و برتری سازمان به حساب آورد و 4- همچنین سازمان‌های سازگار بهبودیتوری مشتریان هدایت می‌شوند، ریسک می‌کند و از استیل‌های خود می‌آموزند. سازگاری در سازمان‌ها مقدار ثابت و پیچیده‌ی بیشتری داشته باشند، اثری‌ترین ترند سازمان‌های دارای این ویژگی فرهنگ‌های قویتر و متمایز‌تری داشته‌و به طور کافی بر رفتار مدیران نفوذ Yilmaz & Ergun, 2008. نتایج تحقیقات پژوهشگران نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگ سازمان‌ها تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد اجرایی سازمان داشته باشد (Tarba, Ahmadm, Junni, 2019). تکنیکی مبتنی بر عملکرد اجرایی سازمان داشته باشد (Stokes, & Morag, 2019). سهم نهایی از تجزیه فرآیند سازمانی بررسی رابطه میانگین برنگی نقش فرهنگی تعارض بین هوش فرهنگی و فرهنگ سازمانی می‌باشد. (Kubicek, Bhanugopan, & O'Neill, 2019)

هوش سازمانی مجموعه‌ای از توانایی‌های ذهنی یک سازمان قلمداد می‌شود (Keshavarz et al, 2018). هوش سازمانی ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش مانندی می‌باشد (1979). هوش سازمانی توانایی یک سازمان برای ایجاد و کاربرد آن به منظور سازگاری استراتژیک با محیط خود است. هوش سازمانی می‌تواند با استخراج اطلاعات درباره تجربه‌های گذشته و نجات و تحمل و استفاده از آنها شرایط فعلي را بهبود بخشید (Florin, & Atanasiu, 2008). هوش سازمانی توانایی ریشه‌ای یک سازمان برای فراهم کردن تغییر و بهتر تبادل، سنجش و استدلال به منظور حمایت از
تأثیر هوش و فرآیند سازمانی بر گزارشی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

تصمیم‌گیری کارا و ارتقای می‌باشد. هوش سازمانی باید قابلیت دهنه سازمان است، یعنی در واقع پیش‌بینی‌های فنی و انسانی که در حل مشکلات سازمانی مورد استفاده قرار می‌گیرند را تجميع می‌کند (Jung, 2009). مولفه‌های حیاتی در هوش سازمانی را می‌توان یادگیری سازمانی، حافظه سازمانی، دانش سازمانی، ارتباطات سازمانی و فراموش سازمانی دانست (Nazarpoori, Rahimi, & Aghdam, 2015). هوش سازمانی شاخص هنچ بعد است: 1) بیان استراتژیک: هوش سازمانی نیازمند وجود یک نظریه، یک مفهوم، یک اصل سازمان‌دهنده و یا تعیینی از چه در جستجوی و ارائه آن است، می‌باشد. (2) سروشیت مشترک: همه افرادی که در یک سازمان هستند از جمله عوامل ذی نفع همانند تامین کنندگان، شرکا و گاهی مالکان سازمان، با یکدیگر که راسانش چسبت. (3) تمایل به تغییر: تغییر بین‌گانگ، چالش‌ها، موافقی برای کسب تجربیات جدید و مهیج و شانس برای رسیدن به امری جدید می‌باشد. (4) جرات و شهامت: جرات و شهامت در واقع رضایت برای انجام امری فراتر از استانداردهای تعمین شده کاری است. (5) اتحاد و توافق: هر گروهی که بیش از یک دوچرخه از افراد در آن حضور داشته باشد، بدون وجوه مجموعه‌ای از قوانین عملکردی، افراد این گروه با یکدیگر برخورد خواهند داشت. (6) کاربرد دانش: امروزه به دلیل استفاده از ارتباط از دانش اطلاعات و داده‌ها شرکت‌های متحدثی به سوی موفقیت یا شکست سوق می‌پایند. (2) فشار عملکرد: در یک سازمان هوشمند به فرد خود باید دارای گزارش‌های برای عملکرد باشد، یعنی احساسی از این امر داشته باشد که به چه یاد برسد و نسبت به مانگری و روابط هدف‌ها خود آگاه باشد (Albrecht, 2003).

به عنوان نظر هوش معنوی در نواوری و خلاقیت گزارشی سازمانی داد که Chin, Raman, Yeow, & Eze (2012) هوش معنوی بر خلاقیت و نواوری گزارشی سازمانی مؤثر است. (2014). همچنین برخی پژوهشگران راهبرد مبانی هوش معنوی در خلاقیت و نواوری میان مدیران و گزارشی سازمانی برای مورد بررسی قرار داده‌اند. اینه در این فکر، هوش معنوی و هوش هیجانی بر نواوری و تکنولوژی مدیریت تأثیر دارد. این مدیافکسیون، قادر به نشان دادن مفهوم هوش معنوی مدیران گزارشی نیاز که نشان می‌گردد در خلاقیت و نواوری بازی می‌کند. (Chin, Raman, Yeow, & Eze, 2012). همچنین مطالعه‌های بر روی تأثیر رابطه

سال دوازدهم / شماره ۲۵ / پاییز ۱۳۹۹ ۱۳۹۹
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

هوش هیجانی بر کارآفرینی سازمانی در معاونت دانشجویی دانشگاه تهران نشان داد که

Tajpour, Moradi, & Moradi, 2015

با توجه به ادبیات مطرح شده در این زمینه پژوهشگران از مدل هوش سازمانی آلبرخت


كرداند شکل (1). با توجه به این نکته که هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر هوش و

فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی میباشد، فرضیهای پژوهش این گونه تدوین

شدند:

فرهنگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

هوش سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنادار دارد.

سلام دوادهم/ شهره ۲۵ پاییز ۱۳۹۹

1399
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارشی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

روش شناسی

با توجه به این که پژوهش حاضر به بررسی تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارشی سازمانی پرداخته شده است، روش پژوهش توصیفی- پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مدیران شرکت گاز شیراز به تعداد ۳۳۰ نفر بود. بر اساس جدول نمونه‌گیری مولفگان حجم نمونه ۱۴۰ نفر برآورد گردید. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد هوش سازمانی البرخت (۲۰۰۲)، پرسشنامه استاندارد فرهنگ سازمانی دنیسون (۲۰۰۰) و همچنین برای سنجش گزارشی سازمانی از پرسشنامه

سال دوازدهم / شماره ۲۵ / یاپیز ۱۳۹۹
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارشی سازمانی در شرکت‌های خیر: 

استنداردهای اکانت و بیولوژی (2008) گزارشی شده است. این برسنامه شامل 48 گروه با و
با مقیاس پنج تابی لیکرت تنظیم گردید.

به منظور تعیین رویاهای برسنامه از روایی ظاهری، محتمالی و سازه استفاده شد. در
روایی ظاهری برسنامه‌ها قبل از توزیع، مراحلی چون در اعضای نمونه
و برخی از خبرگان دانشگاهی به لحاظ اشکال و پیشرفت‌ها در اصلاح شد. در روایی محتمالی در
قالب روش دلیلی و با کمک فرم‌های ضریب نسبی روایی محتما و شاخه روایی محتما (کمک دن‌
از خبرگان)، شامل اعضای مصاحبه شوده و خبرگان دانشگاهی، محتما
برسندامه از نظر وجود سوال‌های اضافی یا اصلاح سوال‌ها، مورد بررسی قرار گرفت. فرم
شاخه روایی محتما نشان داد که همه سوال‌هایی مربوط به متغیرها از نظر ساده بودند و
 واضح بودند از وضعیت مناسبی برخوردند (میزان این ضریب برای هر یک از سوال‌ها بالاتر
از 0/87 بود). با توجه به این که مقدار ضریب نسبی روایی محتما در راه همه سوال‌ها بالاتر
از 0/79 به دست آمد، لذا هیچ سوالی نیاز به حذف نداشت. روایی سازه (هوش
سازمانی، فرهنگ سازمانی، گزارشی سازمانی) نیز از دو نوع روایی هم گرا و واگرا با کمک
نرم‌افزار لیزرل مورد بررسی قرار گرفت. بررسی روایی همگرا یافتگانه نشان داد ضرایب
معناداری همه برهای عاملی بالاتر از 0/196 (آماره T) در سطح اطمینان 95 درصد است.

میانگین واریانس استخراج شده همه مؤلفه‌ها بالای 0/5. است. همینطور، با پایایی تکنیکی
همه مؤلفه‌ها زیر گردر از میانگین واریانس استخراج شده آن است. نیترن‌این روایی همگرا
سازه‌های مدل تابید می‌شود. در بررسی روایی واگرا نیز از آزمون فرزل و لارکر (1981)
استفاده شد. در این پژوهش یافته‌ها از یک طرف افزایش یافته و یا با پایایی تکنیکی مجدید شد.
مقادیر این دو ضریب برای هر سه سازه پژوهش بالای 0/70 به دست آمد که نشان دهنده
با پایین اندازه‌گیری است.
با توجه به جدول (1) می‌توان عنوان کرد که روایت واگر و همگی برای این پژوهش مور ایجاد است. به منظور بررسی روابط علت و معلولی متغیرهای پژوهش از تحلیل همبستگی پیرسون استفاده گردید. تحلیل همبستگی ابزاری آماری برای تعیین نوع و شدت رابطه میان دو متغیر است. در این راستا ضریب همبستگی یکی از میارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی میان دو متغیر است. مفهوم معانادار ضریب همبستگی این است که یا آیا همبستگی به دست آمده بین دو متغیر را می‌توان تصادفی دانست یا واقعاً میان دو متغیر همبستگی وجود دارد.

1 مقدار مصرف متوسط (MSV)
2 مقدار مصرف متوسط (ASV)
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارشی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

۱۱ درصد در رده ۰-۳۰ سال بوده‌اند. از نظر سابقه کاری ۱۷ درصد دارای سابقه ۰-۵ سال و ۴۳ درصد دارای سابقه بیش از ۵ سال بوده‌اند.

در این بخش فرضیه‌های پژوهش با استفاده از آزمون‌های مناسب بررسی و ارزیابی می‌شود. با توجه به این که توزیع داده‌ها نرمال و مقیاس از نوع فاصله‌ای است، برای بررسی روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. در جدول (۲) همبستگی بین متغیرها در جدول ثابت است.

جدول ۲- نتایج آزمون همبستگی پیرسون (منبع: یافته‌های پژوهش)

<table>
<thead>
<tr>
<th>منبع</th>
<th>فرهنگ سازمانی</th>
<th>کارآفرینی سازمانی</th>
<th>مقادیر</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>سابقه به کار</td>
<td>۳/۴۹۳</td>
<td>۰/۶۹۸</td>
<td>۰/۳۲۲</td>
</tr>
<tr>
<td>سابقه</td>
<td>۰/۶۹۸</td>
<td>۰/۶۹۸</td>
<td>۰/۳۲۲</td>
</tr>
<tr>
<td>کارآفرینی سازمانی</td>
<td>۰/۳۲۲</td>
<td>۰/۳۲۲</td>
<td>۰/۶۹۸</td>
</tr>
</tbody>
</table>

نتایج تحلیل همبستگی نشان داد که هر سه متغیر ادبیه مثبت و معناداری با یکدیگر دارند. از طرف دیگر نتایج جدول (۲) نشان داد که هر سه به بعد در وضعیت مناسبی قرار دارند. با استفاده از مدل معادلات خاصی استفاده از ترم‌ها و لیزر می‌توان به بررسی فرضیه‌های پژوهش پرداخت. در جدول (۳) می‌توان نتایج حاصل از آزمون مدل و میزان اثر هرکدام از متغیرهای پژوهش را در اعضای شرکت گاز شیراز مشاهده کرد.

جدول ۳- میزان ضریب تأثیر آماره آزمون (منبع: یافته‌های پژوهش)

<table>
<thead>
<tr>
<th>ردهفه‌‌ی آماره</th>
<th>ضریب تأثیر</th>
<th>سایر</th>
<th>آماره تی</th>
<th>مسیر</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>آماره تی اقتصادی</td>
<td>۰/۶۲</td>
<td>۲۳/۸۳</td>
<td>۰/۶۲</td>
<td>۲۳/۸۳</td>
</tr>
<tr>
<td>آماره تی اقتصادی</td>
<td>۰/۶۲</td>
<td>۲۳/۸۳</td>
<td>۰/۶۲</td>
<td>۲۳/۸۳</td>
</tr>
<tr>
<td>آماره تی اقتصادی</td>
<td>۰/۶۲</td>
<td>۲۳/۸۳</td>
<td>۰/۶۲</td>
<td>۲۳/۸۳</td>
</tr>
</tbody>
</table>

با توجه به محاسبات انجام شده می‌توان نتیجه گرفت که مدل از اجزای مناسبی برخوردار است. حال نتیجه به سنجش شاخص‌های جزئی بررسی می‌رسد. تفاوت

سال دوازدهم / شماره ۲۴ / پاییز ۱۳۹۹
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارش‌های سازمانی در شرکت گاز شیراز:

شاخص‌های برازش با شاخص‌های سه گانه برازش کلی در این ابتدای کشور که شاخص‌های جزئی در مورد مناسب بودن خصوصی مدل و نه اجزای آن قضاوت می‌کنند، و شاخص‌های جزئی برازش (نسبت‌های بحرانی و سطح معنا‌داری آنها) نشان می‌دهند که هیچ بارهای عاملی معناداری جدول

جدول 4- نتایج آزمون مدل سازی معادله‌های خاص برای برازش مدل مفهومی پژوهش

|| برازش قابل قبول | مقدار |
|---|---|
| شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) | 0.98 |
| شاخص برازندگی (GFI) | 0.87 |
| شاخص برازندگی (IFI) | 0.93 |
| میانگین مربعات خطاهای نمایش (RMSEA) | 0.03 |
| نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی (CMIN) | 31/4 |
| شاخص تعیین برازندگی (AGFI) | 0.83 |
| شاخص برازش اصلاح شده (NFI) | 0.94 |

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به این که هدف پژوهش تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارش‌های سازمانی بوده است، فرضیه اصلی پژوهش از طریق دو فرضیه فرعی مورد ناچیز قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که ارتباط مشتبه و معناداری بین فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی با گزارش سازمانی وجود دارد. به این معنی که با افزایش فرهنگ و هوش سازمانی در مدیران سازمان، گزارشی از افزایش می‌باشد. فرضیه اصلی پژوهش نشان داد که فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی بر گزارش‌های سازمانی در شرکت گاز شیراز تأثیر مناسب و

سال دوازدهم / شماره ۲۵ / پاییز ۱۳۹۹
تأثیر هوش و فرنهگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی در شرکت گاز شیراز:

مقدمه

در این مطالعه به این مفاهیم که در انسانی که فرنهگ و هوش سازمانی، در سازمان بخشی از جوامع از طریق تمرین و یکپارچگی و هماهنگی مدیران و کارکنان در کارایی کارآفرینی و کارآمدی شرکت به دنبال ترقه و بازخوردهای افراطی، می‌توان نتیجه گرفت مدیران در این دو تاثیرات سازمانی بالاترین همان و راه‌برد مناسب با دیگران را دارا هستند.

در رابطه با فرضیه اول یعنی تأثیر مشت و معدود فرنهگ سازمانی بر کارآفرینی سازمانی با ضریب تأثیر 0.61 می‌توان گفت به‌طور عمومی در بین کارآفرینان و مهندس در این ترکیب کارآفرین سازمانی برای تمامی جوامع به خصوص برای جوامع در حال توسعه از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد. پژوهش‌های مبنای می‌کند مدیران ارائه در سازمان می‌پیشنهاد می‌سازند و هزینه‌های حاصل از تصمیمات مرتباً از ارزیابی کننده (Tajpour, Hosseini, & Moghaddam, 2018) در فرنهگ، هنگاوا و پاورهای مورد تایید است که بتوان به‌وسیله آن‌ها عادات موجود در محیط را شناسایی و تفسیر کرد و به‌عنوان یکی از عوامل برای رشد و تحقق سازمان، در شرایط پرتراهم و رقابتی امرز، در نظر گرفته.

نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها در رابطه با فرضیه دوم مبنای داد که هوش سازمانی با ضریب تأثیر 0.61 بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مشت و معدود داده که از نظر مهارت‌های هیجانی، به‌طور خوبی به تفاوت‌های رشد در سازمان‌ها و یادآوری کارآمد می‌باشد. آن‌ها دارای مفاهیم با فرضیه سازمانی که موجب گردید افزوده و کارآمد باشد. لذا به نظر می‌رسد هوش سازمانی در فرآیند کارآفرینی سازمانی نشان برجسته‌ای ایفا می‌کند. همچنین هوش سازمانی باعث می‌شود که افراد به سمت فعالیت‌های تحقق سوی پیشنهای دارد.

سال دوادهم / شماره ۴۵ / پاییز ۱۳۹۹
تأثیر هوش و فرهنگ سازمانی بر گزارشیتی و فرهنگ سازمانی در شرکت گاز شیراز:

همین راستا، برخی پژوهشگران عنوان گردند که سرمایه‌های ثانویه افراد برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش می‌دهد و به افراد کمک می‌کند تا سایر منابع مفيد از قبل سرمایه‌های فریبکی و مالی را ارائه‌تر کسب کند (Khorram, & Zorrieh, 2019).

کارآفرینی سازمانی به آن دسته از محصولات یا فرآیندهای نوآوری اشاره دارد که از میدان مدیریت کارکنان خود می‌شود و از این طریق منجر به افزایش فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی می‌شود. این ساختار و همگلی بین مدیران سازمان که عنوان سرمایه‌های هوش سازمانی به‌رای ارتنگ کارآفرینی سازمانی می‌باشد، باعث می‌شود تا روحیه همکاری و ایجاد هدف مشترک در کلیه عضو سازمان بهبود یابد. تلاش مدیران برای ایجاد هماهنگی در سازمان باعث عملکرد بهتر در سازمان می‌شود که این کار باعث چلگذیری کاهش کارآفرینی در سازمان می‌شود.

منابع


Hartsfield, S., Johansen, D., & Knight, G. (2017). Entrepreneurial orientation, strategy, and marketing capabilities in the performance of born global


