



تعیین ارتباط بین هوش سازمانی و کارآفرینی در کارکنان مشاغل تحت وب

صادق آدینه‌وند

دانشجو کارشناسی ارشد رشته روانشناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

فریبا حسنی (مسئول مکاتبات)

استادیار، روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

hassani.fariba@gmail.com

رویا کوچک انتظار

استادیار، روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

چکیده

تحولات سریع اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و پیچیدگی‌ها و رقابتی شدن اقتصاد جوامع، چالش‌ها و مشکلات ناشی از توزیع ناعادلانه درآمد، کیفیت نامطلوب زندگی برخی گره‌های انسانی زمینه‌ای را فراهم کرده تا امروز انسان کارآفرین به‌عنوان راه‌حل اصلی مشکلات یادشده و منبع نامحدود توسعه مورد توجه قرار گرفته، کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب به‌عنوان درمانی برای مشکلات بیکاری و رشد که ناشی از بحران اقتصادی جهانی اخیر است. در این تحقیق بنیادی با روش همبستگی به تعیین ارتباط بین هوش سازمانی و کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب پرداخته شد. بدین منظور از کلیه کارکنان مشاغل تحت وب تهران، در سال جاری که در قالب شرکت‌ها، فروشگاه‌ها و سایر سازمان‌های در بستر وب فعال بودند، با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۰ نفر آزمودنی، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای انتخاب شد. داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه‌های هوش سازمانی آلبرخت (۲۰۰۲)، کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل (۱۹۹۶) جمع‌آوری شد. با استفاده از نرم‌افزار spss26 و همچنین روش‌های آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت گرفت؛ و نتایج نشان داد که بین زیر مقیاس‌های چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق و توسعه دانش، از هوش سازمانی با کارآفرینی مشاغل تحت وب همبستگی مثبت معنادار مشاهده شد.

واژگان کلیدی: هوش سازمانی، سرمایه اجتماعی، کارآفرینی، مشاغل تحت وب

۱- مقدمه

تبدیل شده است. کارآفرینان با ایده‌های خلاقانه و بسایتهایی را ایجاد کرده‌اند که اکنون بخشی از زندگی روزمره افراد است. این وبسایت‌ها علاوه بر گردش مالی بالا و سود اقتصادی قابل توجه، چهره زندگی بشر را کاملاً تغییر داده‌اند (ایوب، علم تبریزی و توانایی، ۲۰۲۰). به جرأت می‌توان گفت که بین‌المللی شدن کارآفرینی، با استفاده از اینترنت به‌طور فزاینده‌ای تسهیل می‌یابد (اعتماد، ویلکینسون^۱ و دانا، ۲۰۱۰).

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینان اینترنتی^۳ در تمام ویژگی‌های شخصیتی شامل استقلال‌طلبی، قاطعیت، تحمل ابهام، فرصت‌طلبی، مثبت‌اندیشی، خلاقیت، تحمل شکست و برخورداری از هوش هیجانی دارای سطحی بالاتر از استاندارد می‌باشند. این در حالی است که این افراد می‌توانند از اینترنت به‌عنوان ابزاری جهت تجارت الکترونیکی^۴ برای رسیدن به کسب درآمد و اشتغال استفاده کنند و در توسعه اقتصادی و بهبود وضعیت اشتغال در کشور تأثیر معناداری داشته باشند (نوروزی چشمه‌علی، ولی نفس و قاسمی، ۱۳۹۴).

کارآفرین با به‌کارگیری قوه خلاقیت خود اقدام به نوآوری نموده و به بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی می‌پردازد. در دنیای امروز کارآفرینی تحت وب برای رشد و توسعه، مستلزم به‌کارگیری و استفاده از اینترنت است و خود باعث شکل‌گیری کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب می‌شود (شریفی، کردی و علی مددی، ۱۳۹۷).

در هر سازمان علاوه بر منبع خلاق انسانی هوشمند، عوامل دیگری نیز در فرآیند عملکرد سازمان‌ها نقش مؤثری ایفا می‌کنند و ممکن است کارکنان یک سازمان باهوش و برای انجام دادن کارهای بزرگ خیلی توانا باشند، اما این هوش جمعی آن‌هاست که باعث انجام فعالیت‌های بزرگ می‌شود، آبرخت^۵ جهت موفقیت در کسب‌وکار به داشتن سه عامل انسان هوشمند، تیم‌های هوشمند و سازمان‌های هوشمند اشاره می‌نماید و برای جلوگیری از کندذهنی گروهی از عنوان هوش سازمانی^۶

تجارت الکترونیکی یکی از نتایج عصر فناوری اطلاعات است که فناوری اطلاعات جنبه‌های مختلف زندگی را دستخوش تغییر و تحول نموده است. این تغییر و تحولات تنها جایگاه فروش را تغییر نداده است، بلکه روی چگونگی انجام تجارت نیز اثر دارد. چیزی که در بازار رقابتی جهانی مطرح است. نیاز به کارکنان ماهر و آموزش‌دیده برای جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی بخصوص در مشاغل تحت وب است. از سوی دیگر، بازار اشتغال به‌هم‌ریخته و بیکاری معضل اکثر کشورهای در حال توسعه است (رحیم دل و همکاران، ۱۳۹۸).

رشد و توسعه نیازمند توجه همه‌جانبه به بسترهای مهم فنی، ساختاری و کاربردی برای درک و شناخت عملکردهای اقتصادی، اجتماعی و نحوه استفاده از تکنولوژی‌های جدید است. از این رو فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی اینترنت و کامپیوتر امروزه نقش تأثیرگذاری در دگرگونی‌های اقتصادی و اجتماعی دارند، تأکید جوامع بر استفاده از پتانسیل‌های این فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در جهت شتاب‌دهی به توسعه اقتصادی و ارتقاء سطح زندگی مردم مهم و قابل توجه می‌باشد. (آقایی، ۱۳۹۳). کارآفرینی به‌عنوان پدیده‌ای نوین در اقتصاد، نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها ایفا می‌کند. امروزه کارآفرینی در اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار، دارای نقش کلیدی است، به‌عبارت‌دیگر در یک اقتصاد پویا، ایده‌ها، محصولات و خدمات همواره در حال تغییر می‌باشند (مجتبی، ۱۳۸۸).

با گسترش سریع اینترنت، مدل‌های جدید فعالیت تجاری در حال ظهور هستند. کارآفرینی و مدل‌های نوآورانه کسب‌وکار در عصر اینترنت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (هوو، چن و پن^۱، ۲۰۱۹). در عصر اطلاعات، ایجاد یک تجارت آنلاین به رایج‌ترین رویکرد برای کارآفرینی

برده‌اند (مصری، ۱۳۹۹). هوش سازمانی نقشی اساسی در دستیابی سازمان به نوآوری فناورانه دارد و به‌عنوان نیروی محرکه سازمان مورد اهمیت است. امروزه نوآوری‌های فناورانه، به‌عنوان پاسخ مناسب نسبت به فشارهای محیط بیرونی بوده که نشأت گرفته از نیروی ذهنی سازمان است (مصلح و یاری، ۱۳۹۳).

می‌توان گفت که هوش سازمانی توانایی فکری برای پاسخگویی به مسائل سازمانی و تمرکز بر یکسان‌سازی توانایی‌های انسانی و مکانیکی برای حل مشکلات است (سلطانی، زارعی و راجاییون و محسنی، ۲۰۱۹).

مهم‌ترین نیاز یک مدیره داشتن اطلاعات دقیق برای اتخاذ تصمیم درست است. سازمان‌هایی که از مدیریت قدیمی بدون توجه به هوش سازمانی استفاده می‌کنند در تصمیم‌گیری‌ها معمولاً با مشکلات مختلفی روبرو هستند از جمله؛ داشتن داده‌های حجیم، پیچیدگی تحصیل آن‌ها و عدم توانایی پیگیری فرآیندها و نتایج تصمیمات گرفته شده و از این‌رو تصمیمات اشتباه در این سازمان‌ها نتایج خود را به‌طور روشن نشان نمی‌دهد و یا دیرنگام نشان می‌دهد. این سازمان‌ها نگاهی جامع از وضعیت جاری و آینده خود ندارند. به همین جهت، هوش سازمانی عاملی مهم و تأثیرگذار در تصمیمات راهبردی و استراتژیک سازمانی است و مدیران با توجه به ابزارهای آن بهتر می‌توانند وضعیت سازمان را مشاهده کرده و برای آینده سازمان سیاست‌گذاری کنند. شاید به‌جرئت بتوان گفت، سرعت تغییر و تحولات فناوری از سرعت ترسیم نمودار پیشرفت آن بیشتر است. چنین محیط پویایی، سازمان‌ها را برای ایجاد تحولات ساختاری، رفتاری و نظایر این‌ها به مبارزه می‌طلبد؛ بنابراین برای درک و واکنش مناسب در برابر این تغییر و تحولات، سازمان‌ها نیازمند تجهیز شدن به ابزارهای همچون هوش سازمانی می‌باشند که با هوشیاری، این تغییر و تحولات بروند و از این فرصت‌های به وجود آمده حداکثر استفاده را بکنند (آرگوت، ۲۰۱۵)

استفاده می‌نماید (امرلینگ، ریچارد و رابرت، ۲۰۱۲). ارتقای مهارت‌های هوش سازمانی می‌تواند به افزایش کارآفرینی سازمانی^۱ کمک نماید. کارآفرینی، فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد که عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و هوش سازمانی نیز جهت موفقیت در کسب‌وکار، به داشتن سه عامل انسان هوشمند، تیم‌های هوشمند و سازمان هوشمند بستگی دارد. نتایج بسیاری از محققین نیز اشاره به تأثیر بسزای هوش سازمانی بر کارآفرینی دارد (نظام، متحملیان و بزرگی، ۱۳۹۷).

با توجه به اهمیت کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب و تأثیر آن در رشد کشورهای توسعه‌یافته، بررسی و راه‌های به‌کارگیری آن در این‌گونه کشورها، سبب ایجاد مزیت رقابتی، افزایش بهره‌وری و بهبود محیط کسب‌وکار بر پایه شبکه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، شده است (رستگار، شاهکویی و صفری، ۱۳۹۸). لذا با توجه به مطالب بیان‌شده در پژوهش حاضر رابطه هوش سازمانی و سرمایه اجتماعی با کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب بررسی می‌شود.

۲- مبانی نظری تحقیق

هوش سازمانی: هوش سازمانی توانایی است که تمام توان فکری سازمان را به حرکت وامی‌دارد و این توان فکری را بر دست‌یابی به رسالت و مأموریت خود متمرکز می‌کند (آلبرخت، ۲۰۰۳).

هوش سازمانی به‌عنوان یک عامل مهم در سازمان‌ها بر بهره‌وری و کارایی سازمان تأثیر می‌گذارد. امروزه با توجه به نقش فراگیر سازمان‌ها در جوامع و تأثیر قابل‌توجه هوش سازمانی در موفقیت سازمان، بیش‌ازپیش مورد توجه قرار گرفته شده است. به همین دلیل این مقوله امروزه یکی از مفاهیمی است که سازمان‌ها به اهمیت آن پی

در عصر اطلاعات، کسی که اطلاعات دارد، دارای قدرت است. هر سازمان و شرکتی که از این قدرت برخوردار باشد در صنعت و حرفه خود در مقایسه با رقبای خود متمایز و ممتاز می‌شود. سازمان‌ها و شرکت‌ها، امروزه با سرعت حرکت و تغییر می‌کنند. اخذ اطلاعات صحیح در زمان صحیح اساس و پایه این سازمان‌ها است. دلیل دیگر استفاده از هوش سازمانی اقتصاد است. بقای سازمان‌ها و شرکت‌ها در طوفان اقتصاد رقابتی امروز بر دو محدوده متمرکز شده است (ویلنسیکی، ۲۰۱۵) شرکت‌های دانش‌محور با تغییرات و تحولات نوظهوری در محیط‌های اقتصادی، اجتماعی، فناوری، فرهنگی و سیاسی مواجه هستند. واکنش موفق این سازمان‌ها در محیط به شدت پویا و خصمانه‌ی تجاری امروز بستگی به توانایی تهیه‌ی اطلاعات لازم و یافتن راه حل در حد کفایت برای این مسائل بستگی دارد. توجه مدیران باید بر طراحی هوش سازمانی و توانمندی‌ها هوشمندانه نظیر یادگیری، ارتباطات و حافظه‌ی سازمانی متمرکز گردد (ملک‌زاده، ۱۳۸۹). در سازمانی که هوش سازمانی در آن بکار گرفته می‌شود. مدیران می‌توانند اطلاعات هزینه‌ها را از داخل سازمان استخراج نمایند و بدانند که هزینه‌ها چه هستند و تصمیم‌هایی برای کاهش و حذف آن‌ها بگیرند، تغییرات آینده را پیش‌بینی کنند و برای مسائل خود راه‌حلی مناسب داشته باشند، به‌منظور افزایش درآمد، شرکت‌ها باید علاوه بر افزایش فروش خود، مثلاً مشتریان فعلی خود را حفظ کنند، حفظ مشتریان اغلب کاری بسیار پسندیده است (زهراپی و رجائی پور، ۱۳۹۰).

۱-۲- کارآفرینی

از نظر شان^۱ و همکارانش (۲۰۰۳) کارآفرینی فرآیندی است که فرصت‌های جدید ایجاد کالا و خدمات، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری می‌شود. به عبارت دیگر فرآیند توسعه و بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری جدید کارآفرینی نامیده می‌شود. (به نقل از حسینی اقدم،

۱۳۹۰).

انسان همواره خواهان ترقی و پیشرفت بوده و از زمانی که تلاش و کوشش ابتدایی بشر، تازه مفهوم کار را به خود گرفته بود تا فعالیت‌های متفکرانه و پیچیده امروزی راه درازی پیموده است. در این رهگذر بعضی انسان‌های شجاع و مسئول از طریق برنامه‌ریزی، کار و تلاش و خلاقیت و نوآوری با تشکیل سازمان‌ها و نهادی مختلف اجتماعی و اقتصادی دست‌به‌کار اقدامی تحسین‌برانگیز تحت عنوان کارآفرینی گردیده‌اند. تا هم برای خودکار و شغل ایجاد نمایند و هم موجب افزایش اشتغال و درآمد ملی در جوامع گردید (مدرسی، ۱۳۹۳). از نظر برخی از اقتصاددانان و صاحب‌نظران و دانشمندان مدیریت، موتور حرکت و رشد اقتصاد یک جامعه، کارآفرینان هستند که در محیطی رقابتی و در شرایط عدم تعادل (و نه تعادل ایستا) جامعه را به حرکت درمی‌آورند و توسعه می‌بخشند. کلید موفقیت کارآفرینی، یافتن روش‌های خلاقانه‌ای است که با به‌کارگیری فن‌آوری‌های جدید یا بازاریابی بهتر، سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر، نیازهای مشتری را به نحو احسن برآورده می‌سازند. این به معنای تولید محصولات موجود با هزینه‌های کمتر یا ارتقای کیفیت آن‌ها و یا به معنای ایجاد بازارهایی برای محصولات کاملاً جدید است. کارآفرین با شناخت صحیح از فرصت‌ها و استفاده از سرمایه‌های راکد امکاناتی را فراهم می‌کند (پسندیده و یارمحمدیان، ۱۳۹۰).

۲-۲- کارآفرینی در مشاغل تحت وب

امروزه که کار و فعالیت شکل تازه‌ای به خود گرفته است و به سوی خود کارفرمایی و خوداشتغالی در حرکت است کارآفرینی و کارآفرینان نقش کلیدی در روند توسعه و پیشرفت اقتصادی جوامع مختلف ایفا می‌کنند کارآفرینی فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد کارآفرینی عبارت از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصربه‌فردی از منابع به‌منظور

کارآفرینی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است.

تیموری، شائمی و زارعی (۱۳۹۶)، در پژوهشی به بررسی رابطه‌ی هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی در شعب بانک صادرات شهر اصفهان پرداخت و 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.

هادوی، طالب‌پور، فرهانی و نخعی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با هدف بررسی رابطه‌ی هوش سازمانی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی انجام پرداختند. بدین منظور تعداد ۲۷۳ نفر از مدیران و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. آزمودنی‌ها دو پرسشنامه هوش سازمانی آلبرخت و کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل را تکمیل نمودند. یافته‌های حاصل از تحلیل همبستگی نشان داد که بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن و کارآفرینی سازمانی ارتباط معنی‌دار وجود دارد.

علی‌پور شیرسوار و مرزبان مقدم (۱۳۹۲)، در پژوهشی به بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان پرداختند که نتایج حاصل از پژوهش بیانگر این بود که برای توسعه شرکت‌های تولیدی علاوه بر ارتقاء ابزارهای هوشمند تولیدی و توجه به فناوری باید سعی در ایجاد تعامل بین نیروی انسانی (به‌عنوان سرمایه‌های هوش سازمانی) و ابزار هوشمند شود.

اسمیت، اسمیت و شاو^{۱۱} (۲۰۱۷) در مطالعات خود یک برنامه تحقیقاتی برای درک چگونگی افزایش سرمایه اجتماعی در عصر دیجیتال توسط کارآفرینان جهت کارآفرینی ارائه می‌دهند. در این پژوهش چارچوب مفهومی را با ۱۲ گزاره تحقیقاتی توسعه می‌دهد که مشخص‌کننده چگونگی توانایی‌های فنی منحصر به فرد

بهره‌گیری از فرصت‌ها است (بامری و تمسکینی، ۱۳۹۷). بستر وب به‌عنوان پشتوانه بین‌المللی شدن، به‌ویژه در شرکت‌های نوآور کارآفرینی عمل می‌کنند. این فرآیند ممکن است با پذیرش شرکت و استفاده از اینترنت و فرآیندهای مبتنی بر اینترنت در تبدیل شرکت به یک شبکه ترکیبی در داخل و خارج مرزها شود. می‌توان فعالیت‌های شرکت خود را به‌سادگی در بازارهای بین‌المللی مقایسه کرد، به‌ویژه هنگامی که اعضای شبکه خارجی قبلاً بین‌المللی شده باشند. در بستر وب فضای مناسب و قیاس موازی برای رقابت و رشد سازمان فراهم می‌شود (اعتماد و همکاران، ۲۰۱۰). کارآفرینی اینترنتی ایجاد اشتغال در بستر اینترنت و به‌کارگیری افراد و کارکنان متخصص با تجربه برای فعالیت‌های محتوایی در اینترنت و رسانه‌های اینترنتی است برای راه‌اندازی یک کارآفرینی اینترنتی باید نیاز جامعه و افراد را پیدا کرد و در جهت رفع آن کوشید (بامری و تمسکینی، ۱۳۹۷).

۳- پیشینه تحقیق

باقری و نصیری (۱۳۹۸)، به بررسی همبستگی بین مدیریت استعداد و هوش سازمانی با تمایل به کارآفرینی در مریان پرداختند و نتایج حاصل از پژوهش بین هوش سازمانی و مدیریت استعداد با تمایل به کارآفرینی مریان به این موضوع می‌پردازد. در بررسی فرضیه‌های فرعی نتایج نشان داد که بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن با تمایل به کارآفرینی و مؤلفه‌های آن رابطه مثبت وجود دارد و اینکه هوش سازمانی پیش‌بینی‌کننده تمایل به کارآفرینی مریان است.

نظام و کیاکچوری (۱۳۹۷)، در پژوهشی باهدف بررسی رابطه بین هوش سازمانی با کارآفرینی سازمانی شرکت پخش فرآورده‌های نفتی ایران پرداختند و یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین هوش سازمانی و شش مؤلفه آن (چشم‌انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق و کاربرد دانش) با

بانک اطلاعات مشاغل مورد استفاده قرار گرفت، در حدود ۴۰۰۰ نفر برآورد، سپس با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۳۵۰ نفر محاسبه شد؛ که برای انتخاب این آزمودنی‌ها در مرحله اول خوشه‌بندی شهر تهران بر اساس منطقه‌بندی ۲۲ گانه شهرداری تهران، در نظر گرفته شد و تعدادی از مناطق به‌عنوان خوشه انتخاب شد، در مرحله دوم در خوشه‌های انتخاب‌شده مجدداً اقدام به انتخاب خوشه شد و تعداد ۲۵ مرکز که کارکنان تحت وب مشغول بکار بودند برای نمونه‌گیری انتخاب شد.

۴-۱- ابزار گردآوری اطلاعات

الف. پرسشنامه هوش سازمانی:

پرسشنامه توسط کارل آلبرخت در سال ۲۰۰۲ تهیه شده است. آلبرخت معتقد است که هوش سازمانی توانایی است که تمام توان فکری سازمان را به حرکت وامی‌دارد و این توان فکری را بر دستیابی به رسالت و مأموریت خود متمرکز می‌کند. پرسشنامه متشکل از ۴۹ سؤال و دارای هفت بعد چشم‌انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش و فشار عملکرد است. سؤالات پرسشنامه بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (کاملاً موافق ۵، موافقم ۴، نظری ندارم (نه موافق و نه مخالف) ۳، مخالفم ۲ و کاملاً مخالفم ۱ است) نمره‌گذاری شده است. سؤالات مربوط به خرد مقیاس چشم‌انداز راهبردی (۲ - ۳ - ۱۵ - ۱۷ - ۲۲ - ۴۲ - ۴۸)، سرنوشت مشترک (۴ - ۹ - ۱۹ - ۳۳ - ۳۶ - ۴۴ - ۴۷)، میل به تغییر (۱۳ - ۱۴ - ۲۴ - ۲۸ - ۳۴ - ۴۳)، اتحاد و توافق (۱۲ - ۱۸ - ۲۰ - ۲۶ - ۳۸ - ۳۹ - ۴۱)، روحیه (۱ - ۵ - ۶ - ۱۰ - ۲۵ - ۳۷ - ۴۰)، توسعه دانش (۷ - ۲۱ - ۲۳ - ۲۹ - ۳۰ - ۳۱ - ۳۵)، فشار عملکردی (۸ - ۱۱ - ۱۶ - ۲۷ - ۳۲ - ۴۶ - ۴۹) تنظیم شده است. ذکر این نکته ضروری است که هوش سازمانی هر فرد از مجموع هفت خرده مقیاس

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بر روی پل ارتباطی و پیوند سرمایه اجتماعی به صورت آنلاین توسط کارآفرینان تأثیر می‌گذارد. این گزاره‌ها با شواهد حکایتی بنیان‌گذاران که تفاوت سرمایه اجتماعی کارآفرینان را در فضای آنلاین متفاوت می‌دانند، مطلع می‌شوند.

توان (۲۰۱۷)، در پژوهشی به بررسی نقش جهت‌گیری کارآفرینی در پرورش هوش رقابتی سازمان با استفاده از سرمایه اجتماعی به عنوان تعدیل‌تر برای تعیین تأثیر کارآفرینی بر هوش رقابتی در سازمان‌ها پرداخت. در این پژوهش داده‌های مقطعی پاسخ‌دهندگان از شرکت‌های شیمیایی در زمینه تجاری ویتنام از طریق رگرسین چندگانه سلسله‌مراتبی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این مطالعه شواهدی در مورد نقش پیش‌بینی‌کننده کارآفرینی برای هوش رقابتی ارائه داده است. همچنین مشخص شد که دو مؤلفه همبستگی اعتماد و هدف در سرمایه اجتماعی، برای تعدیل رابطه کارآفرینی و هوش رقابتی نقشی تعدیل‌کننده دارند.

بام، برد و سینگ^{۱۲} (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت عنوان هوش عملی کارآفرینان به بررسی هوش فعال کارآفرینان پرداختند، نتایج نشان داد که کارآفرینان دارای پتانسیل بالایی در به‌کارگیری هوش فعال و منطقی دارند. آن‌ها همچنین دریافتند که رابطه مثبتی بین هوش فعال و سبک یادگیری و رشد وجود دارد.

۴-۲ روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، بنیادی و از نظر روش، همبستگی است جامعه آماری کلیه کارکنان مشاغل تحت وب تهران، در سال جاری است که در قالب شرکت‌ها، فروشگاه‌ها و سایر سازمان‌های فعال در بستر وب مشغول به فعالیت هستند.

تعداد شرکت‌ها، فروشگاه‌ها و سایر سازمان‌های فعال در بستر وب استان تهران در سال جاری با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از کتاب اول که به صورت نرم‌افزار جامع

به دست آمده و عددی بین ۴۹ تا ۲۴۵ است؛ که به این معنا است که به هر میزان نمره به سمت بالا و نزدیک به ۲۴۵ باشد، هوش سازمانی بالاتر است و بالعکس. استالینسکی^{۱۳} (۲۰۰۴) به بررسی مؤلفه‌های پرسشنامه می‌پردازد و نتایج قابل قبولی را گزارش کرده است. در ایران پایایی پرسشنامه در پژوهش خوشرو (۱۳۹۴)، ۰/۸۷ به دست آمد که مبین مطلوب بودن پایایی پرسشنامه است. در پژوهش حاضر آلفای کرونباخ ۰/۸۰ محاسبه شد.

ب. پرسشنامه کارآفرینی:

پرسشنامه استاندارد کارآفرینی سازمانی مارگریت هیل است که در سال ۱۹۹۶ طراحی شده است؛ که ابعاد افعال سازمانی، نگرش فردی، انعطاف‌پذیری، و وضعیت پاداش، رهبری کارآفرین، فرهنگ کارآفرین را مورد بررسی قرار می‌دهد. پرسشنامه دارای ۴۸ سؤال است که به روش نمره دهی لیکرت پنج گزینه‌ای (خیلی زیاد ۵، زیاد ۴ تا حدی ۳، کم ۲ و خیلی کم ۱) نمره دهی شده است. ذکر این نکته ضروری است که کارآفرینی سازمانی هر فرد از مجموع نمرات شش خرده مقیاس به دست آمده و عددی بین ۴۸ تا ۲۴۰ است؛ که به این معنا است که به هر میزان به عدد ۲۴۰ نزدیک‌تر باشیم سرمایه اجتماعی بیشتر و به هر میزان به ۴۸ نزدیک‌تر باشیم کارآفرینی سازمانی کمتر است. در پژوهش‌شان^{۱۴} (۲۰۰۳) به مؤلفه‌های این پرسشنامه پرداخته شد و مورد تأیید قرار گرفت، در ایران این پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. در پژوهش حسینی اقدام (۱۳۹۰) پایایی کارآفرینی ۰/۸۵ به دست آمد؛ و در پژوهش حاضر آلفای کرونباخ ۰/۸۱ محاسبه شد.

روش اجرا:

در ابتدای پژوهش بعد از انتخاب موضوع، طرح تحقیق پی‌ریزی و فرضیه‌ها مطرح شد. سپس جمع‌آوری

اطلاعات از طریق منابع اسنادی و کتابخانه‌ای و مرور تحقیقات صورت گرفته درباره هوش سازمانی و سرمایه اجتماعی با کارآفرینی مشاغل تحت وب مورد مطالعه قرار گرفت. در ادامه جامعه با استفاده از سایت کتاب اول بررسی شد و سپس به تعیین نمونه پژوهش بر اساس جامعه تحقیق با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای پرداخته شد لذا تعداد ۳۵۰ آزمودنی با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای در بین کارکنان مشاغل تحت وب در مناطق مختلف تهران انتخاب شده و اقدام به توضیح پرسشنامه‌ها به صورت میدانی انجام شد و مورد آزمون قرار گرفتند. در نهایت پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، اطلاعات جمع‌آوری شده برای تجزیه و تحلیل وارد نرم‌افزار SPSS 26 شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۵- نتایج

۵-۱- اطلاعات دموگرافیک افراد نمونه

جدول ۱- فراوانی و درصد فراوانی افراد بر اساس جنسیت

منبع: یافته‌های پژوهشگر

جنسیت	فراوانی	درصد
مرد	۱۹۶	۵۶/۰
زن	۱۵۴	۴۴/۰
جمع	۳۵۰	۱۰۰/۰
تحصیلات	فراوانی	درصد
فوق‌دیپلم	۴۸	۱۳/۷
کارشناسی	۱۷۲	۴۹/۱
کارشناسی ارشد	۱۳۰	۳۷/۱
جمع	۳۵۰	۱۰۰/۰

همان‌گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود جنسیت شرکت‌کنندگان در این پژوهش بدین صورت بود که ۵۶ درصد (۱۹۶ نفر) مرد و ۴۴ درصد (۱۵۴ نفر) زن بودند و تحصیلات شرکت‌کنندگان در این پژوهش بدین صورت بود که ۱۳/۷ درصد (۴۸ نفر) فوق‌دیپلم، ۴۹/۱ درصد

برای ارائه تصویری واضح‌تر از وضعیت متغیرهای (۱۷۲ نفر) کارشناسی و ۳۷/۱ درصد (۱۳۰ نفر) کارشناسی ارشد بودند. بررسی شده در این پژوهش، ابتدا میانگین و انحراف معیار محاسبه شد که در جداول ۲ ارائه شده است:

۲-۵- بررسی توزیع متغیرهای پژوهش

جدول ۲- آمار توصیفی متغیر کارآفرینی و هوش سازمانی، منبع: یافته‌های پژوهشگر

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد
کارآفرینی	۱۳۵/۵۲	۱۹/۳۵
هوش سازمانی	میانگین	انحراف استاندارد
چشم‌انداز راهبردی	۲۲/۳۹	۵/۰۲
سرنوشت مشترک	۲۱/۹۴	۵/۶۵
میل به تغییر	۲۲/۲۵	۵/۶۰
روحیه	۱۹/۷۵	۴/۸۴
اتحاد و توافق	۲۳/۱۰	۵/۷۵
توسعه دانش	۲۱/۹۱	۶/۲۰
فشار عملکردی	۲۰/۷۸	۵/۲۴
نمره کل هوش سازمانی	۱۵۲/۱۲	۲۰/۶۴

۳-۵- بررسی مفروضه‌ها

قبل از انجام بررسی فرضیه‌های پژوهش مفروضات آن شامل نرمال بودن داده‌ها، استقلال خطاها و هم خطی چندگانه موردبررسی قرار می‌گیرد. نتایج بررسی پیش‌فرض‌ها در جدول ۳ ارائه شده است:

با توجه به جدول ۲ میانگین کارآفرینی ۱۳۵/۵۲ است. و همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، میانگین هوش سازمانی ۱۵۲/۱۲ و مؤلفه‌های آن شامل چشم‌انداز راهبردی ۲۲/۳۹، سرنوشت مشترک ۲۱/۹۴، میل به تغییر ۲۲/۲۵، روحیه ۱۹/۷۵، اتحاد و توافق ۲۳/۱۰، توسعه دانش ۲۱/۹۱ و فشار عملکردی ۲۰/۷۸ است.

جدول ۳- نتایج بررسی مفروضه‌ها پژوهش، منبع: یافته‌های پژوهشگر

متغیر	توزیع نرمال بودن داده‌ها		بررسی هم خطی چندگانه	
	چولگی	کشیدگی	تلرانس	تورم واریانس
چشم‌انداز راهبردی	/026	-۲/03	/84	1/18
سرنوشت مشترک	-/14	-/32	/73	1/36
میل به تغییر	-/39	-/19	/70	1/42
روحیه	/25	-/10	/90	1/10
اتحاد و توافق	-/34	-/45	/84	1/19
توسعه دانش	-/40	-/34	/74	1/33
فشار عملکردی	-/15	-/46	/80	1/24

۵-۴- نرمال بودن داده‌ها

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون آماری سؤالات لازم است تا از وضعیت نرمال بودن داده‌ها اطلاع حاصل شود. تا بر اساس نرمال بودن یا نبودن آن‌ها، آزمون‌های مختلف استفاده شود.

کجی و کشیدگی جهت بررسی ادعای مطرح شده درباره توزیع داده‌های یک متغیر هنگامی که توزیع نرمال مدنظر باشد مورد استفاده قرار می‌گیرد. لذا با توجه به اینکه یک ملاک معمول برای ارزیابی نرمال بودن، بررسی کجی (چولگی) است. برخی معتقدند که کجی باید بین $+2$ و -2 باشد تا نرمال بودن توزیع پذیرفته شود. همان‌گونه که نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد نمرات کجی تمامی متغیرها در این محدوده قرار دارد، بنابراین می‌توان پذیرفت که نمرات آن‌ها از توزیع نرمال پیروی کند.

در این پژوهش (جدول ۳) نزدیک به ۱ است بنابراین هم خطی چندگانه بین متغیرهای پژوهش وجود ندارد. از طرفی عامل تورم واریانس^{۱۵} (VIF) شدت همخطی چندگانه را در تحلیل رگرسیون کمترین مربعات معمولی ارزیابی می‌کند. (VIF) بیان می‌دارد چه مقدار از تغییرات مربوط به ضرایب برآورد شده بابت همخطی افزایش یافته است. شدت همخطی چندگانه را با بررسی بزرگی مقدار (VIF) می‌توان تحلیل نمود. به‌عنوان یک قاعده تجربی مقدار (VIF) بزرگ‌تر از ۵ باشد همخطی چندگانه بالا است. در این پژوهش با توجه به اینکه (VIF) متغیرهای پژوهش کمتر از ۵ است در نتیجه هم خطی چندگانه بین متغیرهای پژوهش وجود ندارد.

۵-۶- استقلال بین خطاها

جدول ۴- نتایج آماره دوربین و استون در مدل رگرسیون،

منبع: یافته‌های پژوهشگر

آماره دوربین و استون	استقلال بین خطاها
۱/۸۰	آماره دوربین و استون

با توجه به جدول ۴ مقدار آماره دوربین و استون به دست آمده در پژوهش حاضر بین $1/5$ و $2/5$ قرار دارد نشان می‌دهد استقلال بین خطاها وجود دارد و خطاها باهم همبستگی ندارند. این آماره نشان‌دهنده روایی مدل رگرسیون است.

۵-۷- بررسی فرضیه پژوهش

بین هوش سازمانی و کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب رابطه وجود دارد.

جدول ۵- همبستگی بین هوش سازمانی و کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب، منبع: یافته‌های پژوهشگر

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	ضریب همبستگی	سطح معناداری
چشم‌انداز راهبردی	کارآفرینی	*۰/۱۱	۰/۰۳
سرنوشت مشترک		**۰/۳۶	۰/۰۰۰۱
میل به تغییر		**۰/۴۲	۰/۰۰۰۱
روحیه		**۰/۱۷	۰/۰۰۱

۵-۵- بررسی هم خطی چندگانه در تحلیل رگرسیون

با توجه به اینکه توان رابطه خطی بین متغیرهای مستقل مربوط به مدل با شاخصی اندازه‌گیری می‌شود که تلرانس نامیده می‌شود. با توجه به اینکه تلرانس یک نسبت است، مقدار آن بین صفر و یک تغییر می‌کند. مقدار نزدیک به یک به این معنی است که در یک متغیر مستقل بخش کوچکی از پراکندگی آن توسط سایر متغیرهای مستقل توجیه می‌شود. مقدار نزدیک به صفر به این معنی است که یک متغیر تقریباً ترکیب خطی از سایر متغیرهای مستقل است و داده‌ها دارای رابطه خطی مشترک چندگانه هستند. با توجه اینکه تلرانس متغیرهای مدل رگرسیون

۰/۰۰۰۱	۰/۳۰**		اتحاد و توافق
۰/۰۰۰۱	۰/۳۸**		توسعه دانش
۰/۰۹۹	۰/۰۸		فشار عملکردی
۰/۰۰۰۱	۰/۵۰**		نمره کل هوش سازمانی
**در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * در سطح ۰/۰۵ معنادار است.			

کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب رابطه وجود دارد. با توجه به نتایج به دست آمده در مورد این فرض می‌توان متوجه شد که ضرایب همبستگی معنادار مثبت شده است. لذا بین هوش سازمانی و کارآفرینی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، بدین معنی که با بالا رفتن هوش سازمانی، کارآفرینی افراد نیز افزایش می‌یابد. همچنین نتایج نشان داد که بین زیر مقیاس فشار عملکردی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق هادوی و همکاران (۱۳۹۴)، علی پور شیرسوار و مرزبان مقدم (۱۳۹۲)، باقری و نصیری (۱۳۹۸)، نظام و کیاچوری (۱۳۹۷)، تیموری و همکاران (۱۳۹۶)، توآن (۲۰۱۷) و بام و سینگ (۲۰۱۱) نتایج مشابهی در مورد ارتباط هوش سازمانی با کارآفرینی را ارائه داده‌اند و تأیید کننده یافته‌های این فرضیه پژوهش است.

در تبیین این نتایج می‌توان گفت، هوش سازمانی را با داشتن ویژگی‌هایی همچون چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق و توسعه دانش امری ضروری برای سازمان کارآفرین تلقی کرد چراکه در سازمان کارآفرین راهبردهای اساسی و مهم در سازمان شناسایی و کلیه کارکنان آن را پذیرفته و به‌عنوان چشم‌انداز سازمان تلقی می‌شود. کارکنان خود را عضوی از سازمان می‌دانند و با اصلاح و تغییرات نگرش‌ها با عملیات و رفتار سازمانی هماهنگ می‌شوند، روحیه و اشتیاق در آن‌ها شکل گرفته و با اتحاد و توافق بر سر تعامل و تعادل در رفتارهای سازمانی صورت می‌پذیرد و در نهایت با کسب منابع ارزشمند فکری و

همان‌طور که جدول ۵ نشان می‌دهد بین نمره کل هوش سازمانی ($r=0/50$) و مؤلفه‌های آن شامل چشم‌انداز راهبردی ($r=0/11$)، سرنوشت مشترک ($r=0/36$)، میل به تغییر ($r=0/42$)، روحیه ($r=0/17$)، اتحاد و توافق ($r=0/30$) و توسعه دانش ($r=0/38$) با کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب ارتباط معنادار وجود دارد ($p<0/05$)؛ زیرا سطح معناداری به دست آمده کمتر از پنج صدم است. در نتیجه با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن شامل چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق و توسعه دانش با کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب رابطه مثبت معنادار وجود دارد؛ اما بین مؤلفه فشار عملکردی ($r=0/08$) با کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب دو ارتباط معنادار وجود ندارد ($p>0/05$).

در نتیجه بین هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن شامل چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، میل به تغییر، روحیه، اتحاد و توافق و توسعه دانش با کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب همبستگی مثبت معنادار وجود دارد. مثبت بودن رابطه یعنی با افزایش هوش سازمانی کارکنان مشاغل تحت وب، کارآفرینی آن‌ها افزایش می‌یابد و بالعکس.

۶- نتیجه‌گیری

در مطالعه حاضر تعیین ارتباط بین هوش سازمانی و کارآفرینی کارکنان مشاغل تحت وب مورد بحث و بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که بین هوش سازمانی و

۸- پیشنهاد های پژوهش

افزایش ارتباطات با مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی برای یافتن چالش‌های آنان و ایجاد کارآفرینی مناسب برای رفع چالش مربوطه، بخصوص در دوران بیماری کرونا که اهمیت خرید و فروش آنلاین بسیار حاضر اهمیت است.

افزایش ارتباطات سازمان با محیط کسب‌وکار خود در جهت افزایش سرمایه اجتماعی تا هم تأمین‌کنندگان مواد اولیه و هم بازار مصرف تضمین شود و برحسب داشته‌ها کارآفرینی رخ دهد.

انتخاب مدیران و سرپرستان بخش‌های مختلف سازمان با توجه به میزان شناخت آن‌ها از بازار کسب‌وکار در راستای سرمایه اجتماعی و داشتن تأمین‌کننده و یا فروشنده که موجب افزایش کارآفرینی گردد.

انجام پژوهش‌هایی مستقل بر اساس زیر مقیاس‌هایی همچون فشار عملکردی و فهم متقابل که بر کارآفرینی مشاغل تحت وب مؤثر نبوده‌اند در جهت کشف عمیق‌تر دلایل آن.

انجام پژوهش به تفکیک نوع شغل در مشاغل تحت وب و همچنین به تفکیک میزان تجربه و تفکیک جنسیت پیشنهاد می‌شود.

اطلاعاتی گامی بلند برای کارآفرینی برداشته می‌شود. هوش سازمانی کمک می‌کند که اطلاعات مدیریتی موجود در سازمان که نیاز به تحلیلی برای تصمیم‌گیری دارند، سازمان‌دهی و هدفمند شوند. اطلاعاتی همچون مأموریت اصلی سازمان و یا شرکت، اطلاعات منابع انسانی، اطلاعات تولید و ساخت، اطلاعات خدمات ارائه شده است. می‌توان گفت در واقع به کمک تکنولوژی هوش سازمانی راه‌حلی برای به‌کارگیری این اطلاعات و ایجاد هوشمندی در مدیران یافت است. تا آگاهانه تصمیم‌گیری نمایند و تصمیم آنان مبنی بر واقعیات و درک آگاهانه آنان از تغییرات فعلی و آتی و استفاده از سوابق در سازمان باشد (سیدعلوی و عرب لو، ۱۳۹۰).

۷- محدودیت‌های پژوهش

ناهمگن بودن میزان تجربه افراد گروه نمونه یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر است. بالطبع برخورداری از تجربیات مختلف و همچنین سوابق کاری گوناگون می‌تواند در نگرش فرد تغییراتی به همراه داشته باشد که همین امر به ناهمگن بودن گروه نمونه منجر شده است. از همین رو عدم کنترل تجربه افراد یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر تلقی می‌شود.

پژوهش حاضر در دوران بیماری کرونا انجام شد؛ که این امر در برخی از سازمان‌ها با محدودیت حضور تعدادی از کارکنان کلیدی و باتجربه را موجب شده بود.

منابع

- آقائی، بابک؛ آقائی، هادی (۱۳۹۳). نقش فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی کامپیوتر، اینترنت بر توسعه کارآفرینی. دومین همایش ملی فناوری های نوین در مهندسی برق و کامپیوتر، فسا.
- باقری، محیا؛ نصیری، فخرالسادات (۱۳۹۸). بررسی همبستگی مدیریت استعداد و هوش سازمانی با تمایل به کارآفرینی، مدیریت بهره‌وری فرا سوی مدیریت، ۱۳(۵۹)، ۱۹۳-۱۷۳.
- بامری، عرفان؛ تمسکنی، مجتبی (۱۳۹۷). بررسی کارآفرینی الکترونیکی و راه کارهای کسب و کار موفق. همایش بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش‌بنیان، مشهد، موسسه تعاونی دانش‌بنیان کمرآوش.
- پسندیده، محمدحسین؛ یارمحمدیان، محمدحسین (۱۳۹۰). بررسی مفاهیم کارآفرینی و چشم‌انداز این بحث در جامعه ایران. کنفرانس ملی کارآفرینی، تعاون، جهاد اقتصادی، نایین.
- تیموری، هادی؛ شائمی، علی؛ زارعی، مریم (۱۳۹۶). رابطه ابعاد هوش سازمانی و کارآفرینی سازمانی، مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۵(۸۳)، ۱۳۴-۱۱۵.
- حسینی اقدم، سیدسجاد (۱۳۹۰). «مقایسه میزان کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی شهر تبریز و رابطه با ویژگی‌های شخصیتی کارکنان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- خوشرو، علی رضا (۱۳۹۴). «بررسی رابطه بین هوش سازمانی با عملکرد شغلی کارکنان صف بانک سپه در شهر تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
- حسینی اقدم، سیدسجاد (۱۳۹۰). «مقایسه میزان کارآفرینی سازمانی در دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی شهر تبریز و رابطه با ویژگی‌های شخصیتی کارکنان». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- رحیم دل، سمیه؛ پراژنگ، امیرعباس؛ احمدی جشفقانی، حسین علی (۱۳۹۸). رابطه فناوری اطلاعات با کارآفرینی و اشتغال (مورد مطالعه: تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر اشتغال در ایران). اولین کنگره ملی پژوهش، کارآفرینی و توسعه ملی با رویکرد حمایت از تولید ملی، تهران، موسسه رویش فردای جوان.
- رستگار، عبدالغنی؛ شاهکویی، مبینا؛ صفری، سوگند (۱۳۹۸). کارآفرینی دیجیتال: چستی، چرایی و چگونگی. نخستین کنفرانس ملی مدیریت، اخلاق و کسب‌وکار، شیراز، موسسه آموزش عالی آپادانا.
- زهرایی، سیدمحمد؛ رجایی‌پور، سعید (۱۳۹۰). بررسی رابطه‌ی میان هوش و سلامت سازمانی در دانشگاه‌های شهر اصفهان در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲(۶)، ۱۷۴-۱۵۵.
- سیدعلوی، سیدبلال؛ عرب لو، حمید (۱۳۹۰). تعیین سطح هوش سازمانی کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم و تحقیقات، خط مشی گذاری عمومی در مدیریت (رسالت مدیریت دولتی)، ۲(۱)، ۱۱۹-۹۹.
- شریفی، وحیده؛ کردی، مراد؛ علی مددی، فروغ (۱۳۹۷). بررسی روش‌های کارآفرینی در اثربخشی کسب‌وکارهای اینترنتی. کنفرانس ملی اندیشه‌های نوین و خلاق در مدیریت، حسابداری مطالعات حقوقی و اجتماعی، خوی، دانشگاه آزاد اسلامی زرقان - آموزش عالی علامه خویی وابسته به وزارت علوم تحقیقات و فناوری.
- علی‌پور شیرسوار، حمیدرضا؛ مرزبان مقدم، عفت (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین هوش سازمانی و کارآفرینی در شرکت‌های تولیدی استان گیلان، رشد فناوری، ۹(۳۶)، ۵۱-۴۷.
- مجتبی، ناهید (۱۳۸۸). چستی و چرایی کارآفرینی و کارآفرینی سازمانی در یک نگاه، بررسی‌های بازرگانی، دوره جدید ۷، شماره ۳۴، ۵۸-۳۹.
- مصری، مهران (۱۳۹۹). بررسی تأثیر هوش سازمانی بر

- Information Technology Capabilities on Internet Entrepreneurship by Means of Innovation Capability. *AMC Indian Journal of Entrepreneurship*, 3(1), 27 – 41. DOI: 10.17010/amcije/2020/v3i1/151772
- Baum, J. R., Bird, B. J., Singh, S. (2011). The Practical Intelligence OF Entrepreneurs: Antecedents and A Link With New Venture Growth. *Personnel Psychology*, 64(2).
- Emmerling, R., Boyatzis, R. E., Emmerling, R. J. (2012). Emotional and social intelligence competencies: cross cultural implications. *Cross Cultural Management: An International Journal*.
- Etemad, H., Wilkinson, I., Dana, L. P. (2010). Internetization as the necessary condition for internationalization in the newly emerging economy. *J Int Entrep* 8, 319–342.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial Motivation, *Human Resource Management Review*, 13 (2), 421-435.
- Smith, C., Smith, J. B., Shaw, E. (2017). Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 18-34.
- Soltani, Z., Zareie, B., Rajabiun, L., Agha Mohseni Fashami, A. (2019). The effect of knowledge management, e-learning systems and organizational learning on organizational intelligence. *Kybernetes*, 49(10), 2455-2474.
- Stalinski, S. (2004). Organization Development *Journal. Organizational Intelligence: A Systems Perspective*, 22(2), 55-67.
- Tuan, L. T. (2017). Organizational social capital as a moderator for the effect of entrepreneurial orientation on competitive intelligence. *Journal of Strategic Marketing. Informa UK Limited*, 25(4), 301-315.
- Wilensky, H. L. (2015). Organizational intelligence: Knowledge and policy in government and industry, 19.
- Wu, Y. J., Chen, S. C., Pan, C. (2019). Entrepreneurship in the Internet Age: Internet, Entrepreneurs, and Capital Resources. *International Journal on Semantic Web and Information Systems*, 15(4), 21-30.
- سکوت سازمانی با میانجی‌گری عدالت سازمانی. اولین کنفرانس بین‌المللی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری، ساری. مصلح، عبدالمجید؛ یاری بوزنجانی، احمداله (۱۳۹۳). تأثیر هوش سازمانی بر نوآوری فناورانه، مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ۲۳(۷۳)، ۶۳-۹۴.
- مدرسی، جمیله؛ مدرسی، مهدی (۱۳۹۳). «کارآفرینی». تهران: ترمه.
- نوروزی چشمه علی، الهام؛ ولی نفس، عبدالعزیز؛ قاسمی، محمد (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان اینترنتی در حوزه کسب و کار. کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی، مشهد، موسسه تحقیقاتی رایمند پژوه.
- نظام، مجید؛ متحملیان، سیدهادی؛ بزرگی، فرشاد (۱۳۹۷). نقش هوش سازمانی بر ارتقای کارآفرینی سازمانی. اولین همایش ملی کارآفرینی، چالوس.
- نظام، مجید؛ کیاکجوری، داود (۱۳۹۷). رابطه بین هوش سازمانی با کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت پخش فراورده‌های نفتی ایران منطقه تهران). اولین همایش ملی کارآفرینی، چالوس.
- هادوی، فریده؛ طالب‌پور، مهدی؛ فرهانی، ابولفضل؛ نخعی، اعظم (۱۳۹۴). مدل ارتباطی هوش سازمانی و ابعاد آن با کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران، پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی، ۴(۲)، ۱۱۶-۱۰۳.
- Albrecht, K. (2003). The power of minds at work: organizational intelligence in action, American Management Association.
- Argote, L. (2015). Organizational Learning [electronic resource]: Creating, Retaining and Transferring Knowledge/by Linda Argote.
- Ayough, A. Alemtabriz, A. Tavanaei, M. (2020). Investigating the Impact of Technological Distinctive Competencies and

- 2 Wilkinson
- 3 Internet entrepreneurs
- 4 e-commerce
- 5 Albrecht
- 6 Organizational intelligence
- 7 Ammerling, Richard & Robert
- 8 Organizational entrepreneurship
- 9 Wilensky
- 10 Shane
- 11 Smith, Smith & Shaw
- 12 Baum, Bird & Singh
- 13 Stalinski
- 14 Shane
- 15 Variance inflation factor