

شناسایی مقوله‌های راهبردی در رابطه هوش سازمانی با عملکرد کارکنان شرکت بیمه البرز

حسین فلسفی نژاد^۱ حسن دهقان دهنوی^{۲*} شهناز نایب‌زاده^۳

چکیده

پژوهش حاضر به شناسایی عوامل مؤثر راهبردی بر رابطه هوش سازمانی با عملکرد کارکنان در شرکت بیمه البرز می‌پردازد و از نوع ترکیبی (کیفی-کمی) می‌باشد. راهبردهای مورد نظر در بخش کیفی نظریه داده‌بنیاد مشخص شده و مشارکت‌کنندگان در این بخش با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. ابزار پژوهش نیز مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انتخاب گردید. در بخش کمی جهت برآزش مدل به‌دست‌آمده در بخش کیفی، نسبت به تهیه پرسشنامه محقق‌ساخته اقدام شد و به نمونه‌گیری به‌روش تصادفی از بین کارشناسان بیمه البرز اقدام گردید. جامعه آماری شامل ۶۷۰ نفر از کارشناسان شرکت در ادارات مرکزی و تعداد ۵۳ شعبه سراسر کشور می‌باشد. برای تبیین روابط میان متغیرهای از تکنیک معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (pls) و نرم‌افزار smart PLS استفاده شد. بخش کیفی نتایج نشان داد که مقوله‌های فرایند و استراتژی سازمان، ارتباطات برون‌سازمانی و دانش سازمانی از راهبردهای تأثیرگذار بر رابطه هوش سازمانی با عملکرد کارکنان در شرکت بیمه البرز هستند. همچنین ارتباط ابعاد و مقوله‌ها معنادار بوده و مدل به‌دست‌آمده در بخش کیفی پژوهش، مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به مدل پیشنهادی حاضر، نتایج نشان می‌دهند که هوش سازمانی با تأثیر مقوله‌های راهبردی (دانش سازمانی، فرایند و استراتژی سازمان و ارتباطات برون‌سازمانی) با ضریب مسیر ۰/۱۸۴ تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمانی دارد.

واژگان کلیدی: هوش سازمانی، راهبردها، عملکرد کارکنان

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

hossein.falsafi@gmail.com

^۲ دانشیار، گروه مدیریت، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران. (نویسنده مسئول)

h.dehghan@iauyazd.ac.ir

^۳ استاد، گروه مدیریت، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.

snayebzadeh@iauyazd.ac.ir

مقدمه

امروزه ایجاد پلت‌فرم هوش سازمانی جهت پاسخ به نیاز گروه‌ها و شرکت‌ها ضروری بوده و مدیران با استفاده از نرم‌افزارهای طراحی شده بر پایه هوش سازمانی می‌توانند اثربخشی استفاده از ساختارهای اطلاعاتی موجود را در راستای اهداف سازمان خود افزایش دهند. این ابزارها می‌توانند برای کلیه اطلاعات و داده‌های تولیدشده در سازمان مورد بهره‌برداری قرار گیرند. (هارف^۱، ۲۰۱۵). اقداماتی که به پیروزی یا شکست در یک سازمان منجر شده‌اند، اساساً بر پایه استفاده مؤثر از دانش، اطلاعات و داده‌ها می‌باشند. فعالیت هر سازمان به شدت به دانش کسب‌شده و تصمیمات درست آنی، وابسته است (توکر^۲، ۲۰۱۷). قابل ذکر است که منابع هوشی یک سازمان شامل در دسترس بودن اطلاعات، میزان ارتباط سازمان با محیط‌های داخلی و خارجی، درجه عقلانیت محیطی سازمان و میزان پیچیدگی ساختاری سازمانی می‌شوند. فقدان هوش سازمانی می‌تواند در بسیاری از جهات و در قالب عوامل متعددی خود را نشان دهد که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از عدم آگاهی یا درک درست از تغییرات محیطی، پاسخ کند به مسائل و مشکلات، سیاست‌ها و تصمیمات غیرمنسجم و غیرکارآمد، شکست در یادگیری از تجارب، ظرفیت محدود برای نوآوری، فقدان تمرکز بر ارتباط و عمل (وریارد، ۲۰۱۷). تعبیه هوش سازمانی در الگوهای ساختاری اندیشه و عمل باعث تعامل مناسب اعضای سازمان با یکدیگر می‌شود (ژائو^۳، ۲۰۱۶). در حال حاضر سازمان‌ها مدام می‌کوشند تا در رقابت، یک گام جلوتر باشند و با چرخه‌هایی نظیر متغیر تجاری، امنیت، جهانی‌سازی و موازین قانونی خود را حفظ کنند. همان‌طور که سازمان‌ها برای پاسخ‌گویی سریع‌تر و مؤثرتر به تغییرات مبارزه می‌کنند، مجبور به بررسی زیرساخت‌هایی هستند که از کسب‌وکار آن‌ها حمایت به عمل آورند؛ لذا به کمک هوش سازمانی می‌توانند توانمندی‌های خود را ارتقاء بخشند. مواجهه مدیران تصمیم‌گیرنده در صنعت بیمه با حجم عظیمی از داده‌ها باعث گردیده تا هوش سازمانی در شرکت‌های بیمه به‌عنوان متغیری تأثیرگذار در کارایی، اثربخشی و قدرت تفکر سازمان به ایفا نقش بپردازد. در این راستا چالش اصلی در رابطه با داده‌های بزرگ شامل مراحل استخراج، ذخیره‌سازی، جستجو، بازیابی، اشتراک، انتقال و آنالیز می‌گردد که نقش مؤثری در تصمیم‌گیری‌های سازمان و کسب‌وکار آن دارد (شارمن^۴، ۲۰۱۵). امروزه با پیشرفت علوم و فنون و پیدایش نیازها و چالش‌های جدید، سازمان‌ها نیز پیچیده‌تر و اداره داده‌های بزرگ مشکل‌تر شده‌است. هوش سازمانی ترکیبی از تمام مهارت‌های موردنیاز و استفاده‌شده توسط سازمان می‌باشد؛ در واقع این مهارت‌ها هستند که نهایتاً به تغییرات منتهی گردیده و در عمل و عکس‌العمل، سریع می‌شوند. در پژوهش حاضر تلاش گردیده تا با در نظر گرفتن مقوله‌های راهبردی شامل دانش سازمانی، فرایند و استراتژی سازمان و ارتباطات برون‌سازمانی مدلی ایجاد شود تا تأثیر مقوله هوش سازمانی بر عملکرد کارکنان به نحو دقیق‌تری تبیین گردد. همچنین به دنبال پاسخ به مسئله بررسی ارتباط هوش سازمانی با عملکرد کارکنان در شرکت بیمه البرز با تأثیر مقوله‌های راهبردی در چارچوب مدلی می‌باشد که تاکنون در صنعت بیمه بدان پرداخت نشده‌است.

¹ Harraf

² Tucker

³ Xiao

⁴ Sharman

«هوش سازمانی» یکی از جدیدترین و جالب‌ترین مسائل مدیریت استراتژیک بوده و ماهیت مفهومی ظرفیت سازمان برای توسعه رفتار کارآمد به‌منظور واکنش مناسب به پویایی محیطی را برجسته می‌نماید. چنین توانایی به ارتباط یک سازمان با محیط یا روابط بین‌فردی از سیستم خود و هوش انسانی بستگی دارد که به ارتباطات نرونی وابسته است. مدل هوش سازمانی را می‌توان به‌عنوان نماینده‌ای از یک سازمان در نظر گرفت. کلیه اهرم‌های استراتژیک (رهبری، استراتژی و فرهنگ) بر شاخص‌های کلیدی، توانایی و اجرایی سازمان (نظیر ساختار، اطلاعات، تکنولوژی، شیوه‌های مدیریت، پاداش‌ها و فرصت‌های رشد) تأثیر می‌گذارند. این عوامل داخلی به‌نوبه خود بر تعامل و عملکرد کارکنان تأثیرگذار هستند (فالتا^۱، ۲۰۱۹). از نظر البرخت^۲ «کننده‌ی جمعی» بخش ضروری یا اجتناب‌ناپذیر از حیات یک سازمان نیست؛ افراد باهوش به‌دلخواه اجازه می‌دهند که چنین امری اتفاق بیفتد و رهبران نیز با رفتار خود (یعنی پذیرش و چشم‌پوشی از آن) اجازه گسترش آن را می‌دهند. نداشتن مهارت اجرایی، جنگ‌های اداری، مبارزات سیاسی در تمام سطوح، نبود هدایت، سازماندهی نامطلوب، قوانین و رویه‌های نامناسب با یکدیگر هم‌پیمان می‌شوند تا از به‌کارگیری مجموع توان مغزی یک مؤسسه که برای آن هزینه شده‌است، جلوگیری کنند؛ اتفاقی که به آن حماقت دسته‌جمعی گفته می‌شود. ممکن است انسان‌های خیلی باهوش برای انجام کارهای بزرگ توانمند باشند؛ اما نیروی جمعی مغز آن‌ها به هدر می‌رود. آلبرخت در مقابل واژه «کننده‌ی جمعی» از واژه «هوش سازمانی» استفاده می‌کند. وی تنها راه درمان ذهنی در سازمان را بهره‌گیری از هوش سازمانی می‌داند (النجار^۳، ۲۰۱۴). پوتاس^۴ (۲۰۱۰) هوش سازمانی با استفاده از توان بالقوه سازمان برای اخذ تصمیمات سریع و صحیح، سعی در یادگیری دائم، استفاده از خلاقیت و نمایش مهارت‌های متفاوت در مورد موقعیت‌های غیرمنتظره و بحرانی به سیستم برای انطباق با تغییرات کمک می‌نماید (افتخاری و الهیاری، ۱۳۹۴). وی استراتژی‌های سازمانی برای تمایل به تغییر و ارتقاء سازمانی را به‌عنوان معیار هوش سازمانی در نظر گرفته‌است. به‌طور خلاصه هوش سازمانی عبارت است از تلاشی به‌منظور تسهیل و افزایش چیزی در مدیریت سازمان.

کیوان‌آرا و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی «رابطه مؤلفه‌های مدیریت دانش و هوش سازمانی در دانشکده‌های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان» پرداختند. یافته‌های پژوهش مذکور نشان دادند که میزان مؤلفه‌های مدیریت دانش و مؤلفه‌های هوش سازمانی، کمتر از سطح متوسط بوده و همبستگی معناداری بین نمرات مؤلفه‌های مدیریت دانش و مؤلفه‌های هوش سازمانی مشاهده می‌شود.

ملک‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) به «مدل‌سازی هوش سازمانی با استفاده از روش دیمتل در دانشگاه‌های دولتی ایران» با استفاده از نظرسنجی پانلی از متخصصان و خبرگان پرداختند. نتایج پژوهش مذکور نشان دادند که ابعاد ساختاری، فرهنگی، استراتژیک، ارتباطی، اطلاعاتی، کاربردی، رفتاری و محیطی از مهم‌ترین عوامل تشکیل‌دهنده هوش سازمانی هستند.

1. Falta
2. Albrecht
3. Alnajjar
4. Potas

افتخاری و الهیاری (۱۳۹۵) به «تبیین هوش سازمانی در جهاد کشاورزی استان گیلان» با بررسی ۲۰۱ نفر از مدیران و کارکنان جهاد کشاورزی پرداختند. نتایج پژوهش مذکور نشان دادند که چشم‌انداز مشترک و تمایل برای تغییر از عواملی با بالاترین و پایین‌ترین امتیاز برای هوش سازمانی برخوردار بوده‌اند.

تراویسا^۱ (۲۰۱۵) در «مدل‌سازی ابعاد هوش سازمانی با بررسی قابلیت‌های پویا، دیدگاه نوآوری پایدار، مدیریت دانش، دیدگاه رسمی سازمانی و عملکرد پایدار سازمانی» به ارائه مدل اقدام نمود. ایستودر^۲ (۲۰۱۶) نیز در «بررسی و ارائه چارچوبی در زمینه هوش سازمانی» بیان نمود که ضروری دارد شرکت‌ها بر بهبود اسکن محیطی، سیستم مدیریت دانش و افزایش هوش جمعی برای ارتقاء نوآوری و حفظ مزیت رقابتی خود تمرکز نمایند. برای دستیابی به این اهداف، شرکت‌ها نیاز به ابزار و شیوه‌های مدیریتی مناسب دارند. این مدل نشان می‌دهد که هوش سازمانی دارای یک ساختار چندبعدی بوده و سازمان را قادر می‌سازد تا با چالش‌های زیست‌محیطی در اقتصاد جدید مقابله کند.

بررسی پیشینه پژوهش مشخص می‌سازد در زمینه پدیده هوش سازمانی تحقیقات متعددی در خارج و داخل کشور صورت پذیرفته است؛ اما وجه تمایز این پژوهش با پژوهش‌های انجام‌شده در این است که در برخی از آن‌ها هوش سازمانی به‌عنوان متغیر مستقل یا وابسته با متغیرهای دیگر مورد سنجش قرار گرفته است. به عبارت دیگر رابطه دومتغیری بیشتر مدنظر می‌باشد. در این خصوص می‌توان به پژوهش‌های آروهان و همکاران (۲۰۰۷)، کبیری و همکاران (۱۳۹۵)، عارفی و همکاران (۱۳۹۶)، تهادور و همکاران (۲۰۱۷) و ابدالی و همکاران (۱۳۹۷) اشاره نمود. تعدادی از تحقیقات از نظر روش‌شناسی با روش‌های کمی انجام پذیرفته و مدل مدنظر، مدل کارل البرخت (۲۰۰۳) می‌باشد که می‌توان به پژوهش‌های خطیبی و همکاران (۱۳۹۲)، لفترو همکاران (۲۰۰۸)، قاسمی (۱۳۹۷) و ابدالی و همکاران (۱۳۹۷) اشاره نمود. همچنین مدل‌های هوش سازمانی ارائه‌شده در معدود پژوهش‌های پیشین مانند پژوهش یارویی و همکاران (۱۳۹۷) تبیین الگوی مورد نظر مربوط به قلمروی خاص بوده است. قابل ذکر است که در هیچ کدام از پژوهش‌ها به بررسی ابعاد و مولفه‌های هوش سازمانی در یک شرکت بیمه پرداخته نشده است. در برخی از تحقیقات انجام پذیرفته در خصوص مدل هوش سازمانی، ابعاد خاصی از این پدیده مدنظر می‌باشد. مانند پژوهش جانگ (۲۰۰۹) با چارچوب نظری مدیریت، (آدریانز و همکاران، ۲۰۱۲)؛ لذا خلأ پژوهشی در بررسی مجموعه ابعاد تأثیرگذار هوش سازمانی از جمله عوامل علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر و همچنین راهبردها و پیامدهای هوش سازمانی مشهود است. با توجه به موارد مذکور پژوهش حاضر با روش نظریه زمینه‌ای بر مطالعه هوش سازمانی در شرکت بیمه البرز متمرکز گردیده و به شناسایی ابعاد و عناصر هوش سازمانی در این شرکت می‌پردازد. در این راستا سؤالات اصلی پژوهش حاضر به شرح ذیل می‌باشد:

- مدل هوش سازمانی در شرکت بیمه البرز چگونه خواهد بود؟
- قدرت تبیین مقوله راهبردها در مدل هوش سازمانی شرکت بیمه البرز به چه نحوی بررسی می‌گردد؟

1. Travica, bab
2. Istudor Nicolae

روش‌شناسی

پژوهش از نظر جهت‌گیری به‌صورت بنیادی و از نظر هدف به‌صورت توصیفی بوده و قلمرو مکانی آن مجموعه شرکت بیمه البرز می‌باشد. رهیافت این مطالعه در بخش کیفی تحقیق در حوزه نظریه‌سازی داده‌بنیاد، رهیافت نظام‌مند^۱ با اثر استراوس و کوربین است. چارچوب اولیه مصاحبه براساس ادبیات تحقیق استخراج شده و برای تکمیل آن، از نظر خبرگان استفاده گردید. جامعه آماری در بخش کیفی شامل متخصصان صنعت بیمه، اساتید دانشگاه و مدیران ارشد شرکت بیمه البرز که به‌طور مستقیم با امر هوش سازمانی سروکار دارند به‌تعداد ۶۷۰ نفر کارشناسان شرکت در ادارات مرکزی و تعداد ۵۳ شعبه سراسر کشور می‌باشد. حجم نمونه براساس فرمول کوکران به‌تعداد ۲۲۵ نفر محاسبه گردید. در بخش کمی پژوهش برای برآزش مدل براساس معیارهای استخراج‌شده از بخش کیفی از نظر کارشناسان شرکت بیمه البرز استفاده گردید. مشارکت‌کنندگان در پژوهش متشکل از ۹ نفر از خبرگان آشنا با بیمه بودند که به‌صورت نمونه‌گیری هدفمند و بر مبنای رویکرد نمونه‌گیری نظری انتخاب شدند. ملاک‌های تعیین خبرگان شامل مرتبط بودن تجربه کاری، وجود تسلط نظری بر موضوع هوش سازمانی و تمایل و توانایی مشارکت در پژوهش و سهولت دسترس به آن‌ها بود.

ابزار پژوهش عبارت است از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته که در محیط کاری مشارکت‌کننده و با هماهنگی‌های قبلی صورت گرفتند. در ابتدا هدف دقیق پژوهش و لزوم اهمیت آن برای مشارکت‌کنندگان تشریح شد. سپس بدون محدودیت در ترتیب سؤالات، بحث و تبادل نظر صورت گرفت و دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان به‌دقت ثبت شدند. اشباع نظری تا مصاحبه شماره ۷ حاصل شد؛ اما برای اطمینان بیشتر، ۲ مورد مصاحبه بیشتر انجام گردید. سرانجام اطمینان حاصل شد که انجام مصاحبه بعدی به تولید مفاهیم جدید منجر نمی‌شود و در نهایت اشباع نظری حاصل شد. جهت کدگذاری و بررسی داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از نرم‌افزار مکس کیودا استفاده گردید.

به‌منظور اعتباریابی مقوله‌ها و روابط بین آن‌ها تلاش گردید تا با بازگشت‌های مکرر به داده‌های تحقیق یعنی تعامل پیوسته بین آنچه دانسته می‌شود با آنچه باید دانسته شود، نظریه به‌طور مرتب اصلاح شود تا علاوه بر تراکم مفهومی از تمایز مفهومی لازم و خاص بودن نیز برخوردار گردد. در این پژوهش به‌منظور سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا^۲ استفاده گردید؛ بدین صورت که شخص دیگری (از نخبگان این رشته) بدون اطلاع از نحوه ادغام کدها و مقولات ایجادشده توسط محقق، اقدام به دسته‌بندی کدها در مقولات کرد. سپس مقوله‌های ارائه‌شده توسط محقق با مقوله‌های ارائه‌شده توسط این فرد مقایسه شدند. در نهایت با توجه به تعداد مقولات ایجادشده مشابه و متفاوت، شاخص کاپا محاسبه گردید. همان‌طور که در جدول شماره (۱) مشاهده می‌گردد، ۱۳ مقوله توسط محقق و ۱۱ مقوله توسط فرد دیگر ایجاد شدند که از این تعداد، ۱۰ مقوله مشترک هستند.

¹ Systematic

² kappa

جدول ۱: وضعیت تبدیل کدها به مقولات توسط محقق و فرد دیگر

نظر فرد دیگر	نظر محقق		
	بله	خیر	مجموع
بله	A = ۱۰	B = ۱	۱۱
خیر	C = ۳	D = ۰	۳
مجموع	۱۳	۱	۱۴

برای اندازه‌گیری روایی کیفی محتوا با ۵ نفر دیگر از متخصصین، مصاحبه شد تا پس از مطالعه دقیق متغیرها، دیدگاه‌های اصلاحی خود را به صورت مبسوط و کتبی ارائه نمایند. در پایان نتایج این پژوهش توسط اساتید مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفت و مواردی جهت اصلاح نظریه نهایی بیان گردید.

برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نظر جهت آزمون روابط و سنجش نظرات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده گردید. ابعاد در پرسشنامه اولیه براساس یافته‌های بخش کیفی استخراج شدند. آن‌ها در اختیار خبرگان قرار گرفته و براساس نظر خبرگان، زیرمعیارها غربال شده و پرسشنامه نهایی استخراج گردید. برای آزمون مدل نیز از این پرسشنامه استخراجی استفاده شد.

جهت بررسی روایی صوری در بخش روایی کیفی، پرسشنامه‌ها برای تعدادی از پاسخ‌دهندگان ارسال شدند. برخی نقطه‌نظرات طی مصاحبه با ایشان، درک شده و تعدادی دارای ابهام بودند که مورد اصلاح قرار گرفتند. همچنین به منظور بررسی روایی کیفی محتوا اقدام به مصاحبه با تعدادی از متخصصین گردید؛ از آن‌ها درخواست گردید تا پس از مطالعه دقیق، دیدگاه‌های اصلاحی خود درخصوص متغیرها را به صورت مبسوط و کتبی ارائه نمایند. پس از جمع‌آوری ارزیابی ایشان، با مشاوره با اساتید محترم، تغییرات لازم در ابزار اندازه‌گیری مورد توجه قرار گرفتند. در نهایت برای استخراج پرسشنامه نهایی برای ارزیابی کلی مدل، به بررسی روایی تأییدی و روایی واگرا برای استخراج گویه‌ها پرداخته شد.

طبق اطلاعات جدول شماره (۲) مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) همواره بزرگ‌تر از ۰/۵ است. همچنین مقدار پایای ترکیبی نیز در تمام موارد مقداری بیشتر از ۰/۷ به دست آمده که از مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) نیز بزرگ‌تر است؛ لذا روایی همگرا تأیید می‌شود.

جدول ۲: روایی همگرایی متغیرهای تحقیق

متغیرها	AVE	CR
ارتباطات برون‌سازمانی	۰/۵۹۱	۰/۸۷۵
نوآوری سازمانی	۰/۷۷۲	۰/۸۷۱
عوامل کلان	۰/۶۸۷	۰/۸۹۴
عوامل مدیریتی	۰/۵۹۹	۰/۸۸۱
فرهنگ سازمانی	۰/۶۹۶	۰/۹۲۰
مشارکت سازمانی	۰/۶۸۶	۰/۸۶۶
فرآیند سازمان	۰/۵۹۱	۰/۸۰۹
ساختار سازمانی	۰/۵۴۵	۰/۸۵۴
دانش سازمانی	۰/۵۳۱	۰/۸۱۸
مهارت و شایستگی	۰/۵۹۴	۰/۸۷۸
منابع	۰/۸۲۴	۰/۹۰۳
فناوری	۰/۷۵۲	۰/۹۰۱
عملکرد سازمان	۰/۸۲۳	۰/۹۰۳

جدول ۳: روایی واگرایی متغیرهای تحقیق

مؤلفه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
ارتباطات برون‌سازمانی	۰/۷۷	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
نوآوری سازمانی	۰/۸۸	۰/۱۲	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
عوامل کلان	۰/۵۵	۰/۲۲	۰/۸۲	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
عوامل مدیریتی	۰/۵۹	۰/۱	۰/۷۳	۰/۷۷	—	—	—	—	—	—	—	—	—
فرهنگ سازمانی	۰/۵۸	۰/۱۳	۰/۴۷	۰/۵۵	۰/۸۳	—	—	—	—	—	—	—	—
مشارکت سازمانی	۰/۵۵	۰/۱۶	۰/۴۸	۰/۴۸	۰/۴۲	۰/۸۳	—	—	—	—	—	—	—
فرآیند سازمانی	۰/۵۱	۰/۱۷	۰/۵۰	۰/۴۸	۰/۳۷	۰/۴۵	۰/۷۷	—	—	—	—	—	—
ساختار سازمانی	۰/۷۴	۰/۳۰	۰/۶۲	۰/۵۹	۰/۶۵	۰/۶۰	۰/۶۱	۰/۷۴	—	—	—	—	—
دانش سازمانی	۰/۳۴	۰/۰۸	۰/۴۳	۰/۴۹	۰/۴۸	۰/۵۱	۰/۲۴	۰/۴۱	۰/۷۳	—	—	—	—
مهارت و شایستگی	۰/۶۵	۰/۵۵	۰/۶۰	۰/۵۶	۰/۶۱	۰/۵۶	۰/۷۱	۰/۵۵	۰/۷۷	۰/۷۷	—	—	—
منابع	۰/۴۳	۰/۴۷	۰/۴۶	۰/۳۵	۰/۴۷	۰/۳۳	۰/۵۶	۰/۵۶	۰/۲۹	۰/۷۷	۰/۹۱	—	—
فناوری	۰/۱	۰/۴۶	۰/۱	۰/۰۴	۰/۰۸	۰/۱۳	۰/۰۹	۰/۲۲	۰/۰۳	۰/۵۰	۰/۳۵	۰/۸۷	—
عملکرد سازمانی	۰/۴۳	۰/۱۳	۰/۳۳	۰/۳۵	۰/۳۳	۰/۲۳	۰/۳۹	۰/۴۲	۰/۳۴	۰/۴۷	۰/۴۰	۰/۰۰۴	۰/۹۱

همان‌گونه که از ماتریس بالا مشخص می‌باشد، جذر AVE هر سازه در هر ستون از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر است. این مطلب حاکی از قابل قبول بودن روایی و اگرایی سازه‌ها است. در مجموع با تائید روایی همگرا و واگرا، روایی کلی مدل اندازه‌گیری نیز مورد قبول واقع می‌گردد.

قابلیت اعتماد (مصاحبه یا پرسشنامه) با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی را به همراه دارد. برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد از روش‌های مختلفی استفاده می‌شود؛ این روش‌ها برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کنند به کار می‌روند (سرمد و دیگران، ۱۳۹۳). برای ارزیابی پایایی کمی پژوهش حاضر از روش آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده گردید. این روش‌ها که در جدول شماره (۴) برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری به کار می‌روند.

جدول ۴: آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
ارتباطات برون‌سازمانی	۰/۸۱۶	۰/۸۷۵
نوآوری سازمانی	۰/۷۰۵	۰/۸۷۱
عوامل کلان	۰/۸۴۱	۰/۸۹۴
عوامل مدیریتی	۰/۸۲۸	۰/۸۸۱
فرهنگ سازمانی	۰/۸۹۰	۰/۹۲۰
مشارکت سازمانی	۰/۷۶۷	۰/۸۶۶
فرآیند سازمان	۰/۷۰۰	۰/۸۰۹
ساختار سازمانی	۰/۷۸۴	۰/۸۵۴
دانش سازمانی	۰/۷۰۵	۰/۸۱۸
مهارت و شایستگی	۰/۸۲۴	۰/۸۷۸
منابع	۰/۷۸۶	۰/۹۰۳
فناوری	۰/۸۳۴	۰/۹۰۱
عملکرد سازمان	۰/۷۸۵	۰/۹۰۳

با توجه به اطلاعات جدول شماره (۴) مقدار ضریب پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد مدل مورد مطالعه بیشتر از ۰/۷ است؛ از این رو می‌توان ادعا کرد که پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

در پژوهش حاضر برای تبیین روابط میان متغیرهای موجود در مدل مورد نظر و آزمون مدل طراحی شده از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده گردید. مدل کلی با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی به بت‌آزمون قرار گرفت. به‌طور

کلی مدل‌سازی معادلات ساختاری از ۲ بخش مدل اندازه‌گیری^۱ و مدل ساختاری^۲ تشکیل گردید و متغیرهای مدل در دودسته متغیرهای پنهان و آشکار تقسیم‌بندی شدند (کلین^۳، ۲۰۱۰).

(۱) مدل بیرونی^۴: مدل بیرونی هم‌ارز مدل اندازه‌گیری (تحلیل عامل تأییدی) در معادلات ساختاری است و روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار را نشان می‌دهد.

(۲) مدل درونی^۵: مدل درونی هم‌ارز مدل ساختاری (تحلیل مسیر) در معادلات ساختاری است و روابط بین متغیرهای پنهان با یکدیگر را بررسی می‌کند.

یافته‌ها

تحلیل داده‌ها در ۳ مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی با نرم‌افزار مکس کیودا صورت گرفت. در کدگذاری باز، کدگذاری رویدادها و پدیده‌ها براساس داده‌ها صورت گرفت تا مفاهیم و مقوله‌ها حاصل شوند. این مرحله به تولید ۱۸۸ مفهوم منجر شد که درنهایت با پالایش و حذف همسانی‌ها و تکرار مفاهیم، ۴۸ مفهوم باقی ماند. کدگذاری محوری همان برقراری رابط بین مفاهیم است که به ایجاد گروه‌ها و مقوله‌ها منجر می‌شود. در این مرحله ۱۳ مقوله محوری شناسایی شدند که درنهایت براساس جامعیت و انتزاعی بودن مقوله انتخابی پژوهش یعنی توسعه مهارت‌ها و شایستگی‌ها که بیشترین تکرار در بین مقولات داشتند، انتخاب شدند. پس از انجام مراحل کدگذاری، مدل پارادایمی هوش سازمانی بیمه البرز به دست آمد. در مرحله کدگذاری انتخابی ۱۳ مقوله به دست آمده عملاً قابل تسویه نبود و صرفاً تعدادی از آن‌ها توسعه یافتند. در این مرحله یک‌بار دیگر از تعدادی از خبرگان مشارکت‌کننده در پژوهش خواسته شد تا در مورد فرایند تدوین مدل و مدل نهایی، نظرات خود را ارائه دهند. بیشتر آن‌ها مدل به دست آمده را تأیید نمودند. بعضی نیز نظرات اصلاحی داشتند که اصلاحات مدنظر ایشان اعمال گردید و نظر نهایی خبرگان مبنی بر تأیید مدل به دست آمد.

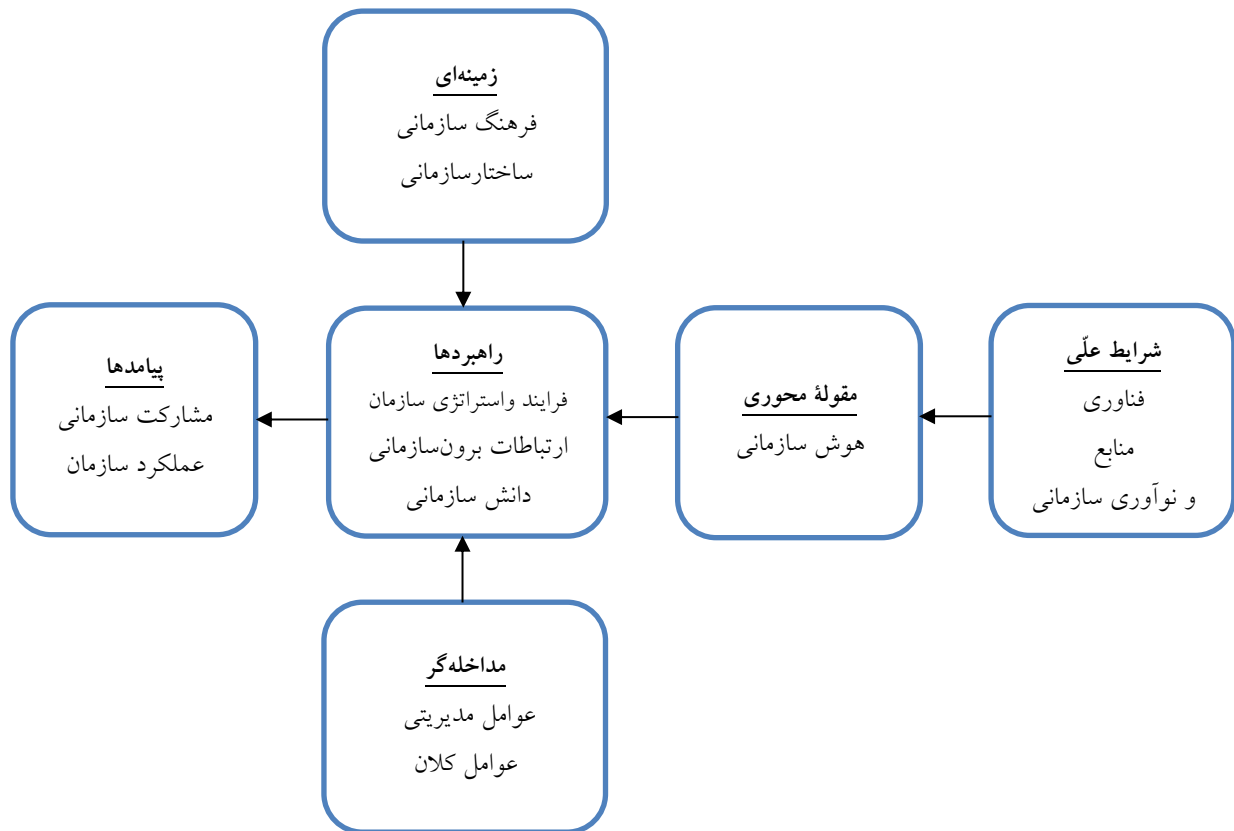
¹ Measurement Model

² Structural Model.

³ Kline

⁴ Outer Model

⁵ Inner Model



شکل ۱: مدل پارادایمی هوش سازمانی در بیمه البرز

جهت سنجش برازش مدل اندازه‌گیری از پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد. پایایی برای سنجش پایداری درونی بوده و شامل ۳ معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ^۱ و پایایی ترکیبی^۲ (CR) است. قابلیت اعتماد (پایایی) با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی را به دست می‌دهد؛ به عبارت دیگر همبستگی میان ۲ مجموعه از نمرات در ۱ آزمون معادل که به صورت مستقل بر ۱ گروه آزمودنی مشخص شده‌است. پس از سنجش روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری از طریق روابط بین متغیرهای مکنون مورد ارزیابی قرار گرفت. برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک^۳ و شاخص بررسی اعتبار افزونگی^۴ می‌باشد، استفاده گردید. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد؛ شاخص افزونگی که به آن Q^2 (شاخص استون و گیسر^۵) نیز می‌گویند، مقادیر مثبت این شاخص‌ها، نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد (هنسلر و همکاران، ۲۰۰۹).

1 Cronbach

2 Composite Reliability

3 CV Com

4 CV Red

5 Stone and Geisser criterion

6 Henseler et al

جدول ۶: شاخص‌های اشتراک و شاخص افزونگی

شاخص افزونگی (CV Red)	شاخص‌های اشتراک (CV Com)	متغیر
۰/۴۷۵	۰/۴۰۵	ارتباطات برون‌سازمانی
۰/۲۵۴	۰/۲۳۳	فرآیند سازمان
۰/۲۲۱	۰/۲۲۶	دانش سازمانی
۰/۳۲۶	۰/۳۹۶	هوش سازمانی
۰/۳۹۸	۰/۴۰۴	عملکرد سازمان

در جدول شماره (۶) مقادیر هر یک از شاخص‌های مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته مشخص است. همان‌طور که مشاهده می‌شود شاخص‌ها مثبت و بزرگ‌تر از صفر می‌باشد؛ لذا می‌توان گفت مدل از کیفیت و اعتبار قابل‌قبولی برخوردار است.

تنن هاوس و همکاران (۲۰۰۵) شاخص کلی برازش^۱ (GOF) را برای بررسی برازش مدل معرفی نموده‌اند. ملاک کلی برازش را می‌توان با محاسبه میانگین هندسی میانگین مقادیر اشتراکی^۲ و ضریب تعیین (R^2) به دست آورد. برای این شاخص، مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی توصیف شده‌اند.

$$GOF = \sqrt{(Commuality) \times (R Square)}$$

جدول ۷: مقادیر اشتراکی و R^2

R^2	مقادیر اشتراکی	متغیر
۰/۸۰۰	۰/۵۹۱	ارتباطات برون‌سازمانی
۰/۴۹۳	۰/۵۹۱	فرآیند سازمان
۰/۴۱۳	۰/۵۳۱	دانش سازمانی
۰/۵۷۶	۰/۵۹۴	مهارت و شایستگی
۰/۴۵۹	۰/۸۲۳	عملکرد سازمان

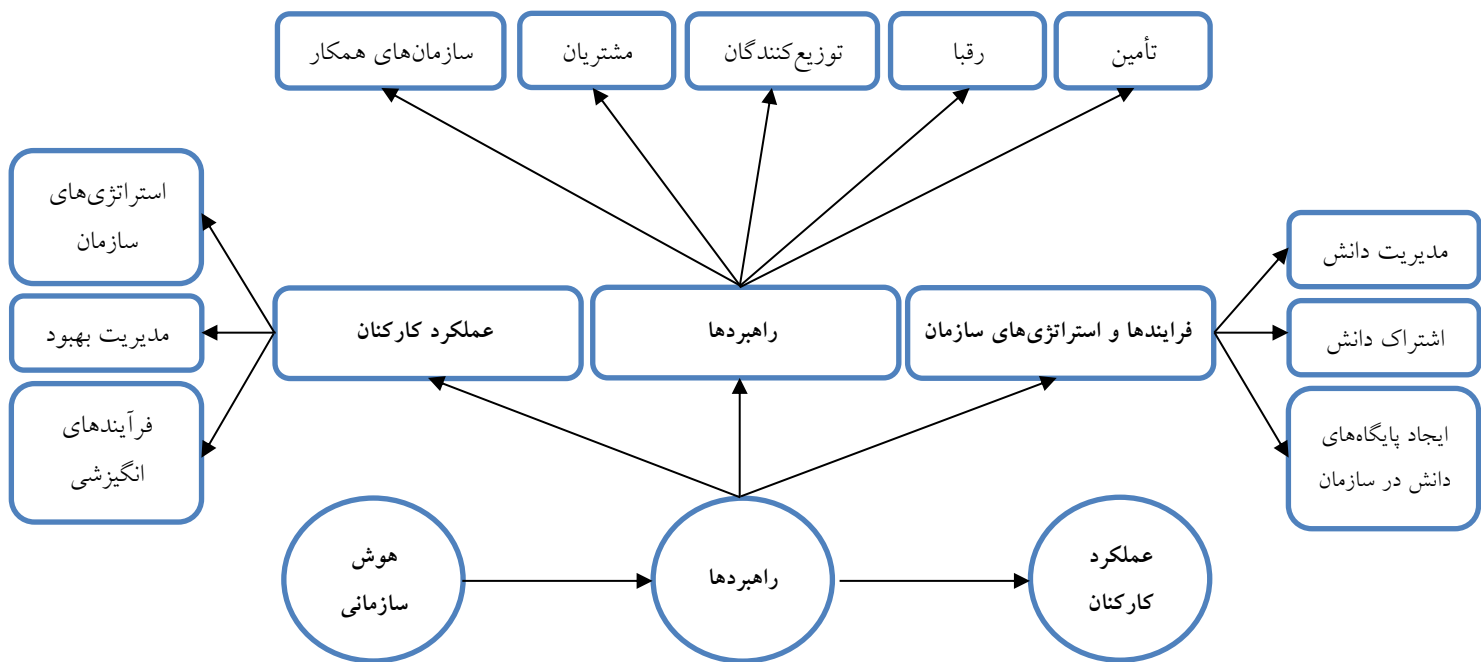
¹ Goodness of fit

² Commuality

همان‌طور که در جدول شماره (۷) مشاهده می‌شود تنها متغیرهای درون‌زا دارای مقدار R^2 هستند. پس از انجام محاسبات، مقدار شاخص GOF عددی برابر ۰/۶۴۰ به دست می‌آید که شاخصی قوی است و نشان از کیفیت بالای کلی مدل دارد. اثر متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های تحقیق بر اساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده‌اند؛ مدل اندازه‌گیری (اثر هر یک از متغیرهای قابل مشاهده با متغیر پنهان) و مدل ساختاری (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) محاسبه شده‌است. ضرایب مسیر و معناداری آن‌ها در جدول شماره (۸) قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۸: ضرایب مسیر

مسیر	ضریب مسیر	آماره تی
هوش سازمانی ← ارتباطات برون‌سازمانی	۰/۳۲۰	۵/۷۱۷
هوش سازمانی ← فرآیند سازمان	۰/۲۵۱	۵/۲۵۴
هوش سازمانی ← دانش سازمانی	۰/۲۳۰	۴/۵۶۹
هوش سازمانی ← عملکرد سازمان	۰/۱۸۴	۴/۱۳۲
هوش سازمانی ← راهبردها	۰/۳۵۷	۵/۶۴۳
راهبردها ← عملکرد سازمان	۰/۵۱۶	۶/۴۷۴



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

بررسی تأثیر کلیه ابعاد مدل، شدت اثر شرایط بر یکدیگر و آماره احتمال آزمون که در تمامی موارد بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵ درصد یعنی ۱/۹۶ می‌باشد، نشان می‌دهد که تأثیرات مشاهده شده معنادار هستند؛ لذا با اطمینان ۹۵ درصد مجموع تأثیرات ابعاد مدل مثبت و معناداری می‌باشد. برازش مدل نیز نشان از تأیید مدل به دست آمده در بخش کیفی دارد. همان‌گونه که در جدول شماره (۷) مشاهده می‌شود، تأثیر هوش سازمانی بر راهبردها با مقدار ۵/۶۴۳ معنادار و مثبت است و مقدار ضریب مسیر به دست آمده نیز ۰/۳۵۷ می‌باشد. همچنین میزان تأثیر راهبردها بر عملکرد سازمانی با مقدار ۶/۴۷۴ معنادار و مثبت است و مقدار ضریب مسیر نیز ۰/۵۱۶ می‌باشد؛ لذا مشخص می‌گردد که تأثیر هوش سازمانی بر مقوله عملکرد سازمانی با تأثیر مقوله‌های راهبردی با مقدار ۴/۱۳۲ مثبت و معنادار است و ضریب به دست آمده به میزان ۰/۱۸۴ می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر راهبردها در مدل هوش سازمانی شامل مؤلفه‌های ارتباطات برون‌سازمانی، فرایند و استراتژی سازمان و دانش سازمانی می‌باشد:

مقوله راهبردی فرایند و استراتژی سازمان شامل معیارهای استراتژی سازمان، فرایند انگیزشی و مدیریت بهبود است. نتایج نشان می‌دهند در صورت پیاده‌شدن شیوه‌های عملکردی چرخه عقلایی شرکت و اجرای آن به نحوه تصحیح دوره‌ای به همراه سازوکارهای تشویقی برای نوآوری افراد شرکت و استفاده از سیستم‌های مدیریتی مناسب و استفاده از چرخه بهبود و پردازش اطلاعات و تحلیل آن برای تصمیم‌گیری در راستای بهبود فرایندها، مدیران می‌توانند از آن به‌عنوان فاکتور تأثیرگذاری در توسعه هوش سازمانی خود استفاده نمایند.

مقوله راهبردی ارتباطات برون‌سازمانی شامل معیارهای، تأثیر سازمان‌های همکار، مشتریان (ارباب‌رجوع)، رقبا، توزیع کنندگان و تأمین کنندگان است. توجه به مواردی مانند تأثیر سایر شرکت‌های بیمه بر هوش سازمانی شرکت و توانمند نمودن آن، شنیدن صدای مشتریان بدون تعصب و جانب‌داری و ایجاد فضای دریافت صدای مشتری، شبکه فروش (توزیع) اعم از نمایندگان و کارگزاران و شرکت‌هایی که به‌نوعی مستقیم یا غیرمستقیم با مأموریت سازمان به‌عنوان تأمین یا توزیع‌کننده خدمات یا محصول در ارتباط هستند، همگی می‌توانند به‌عنوان راهبرد برای مدیران شرکت در راستای بهبود و توسعه هوش سازمانی شرکت بیمه البرز مفید واقع شوند.

مقوله راهبردی دانش سازمانی شامل مؤلفه‌های مدیریت دانش، اشتراک دانش، ایجاد پایگاه‌های دانش در سازمان و آموزش است. هوش سازمانی در معنای دیگر شامل کسب دانش و اطلاعی از عواملی می‌باشد که بر شرکت تأثیرگذار هستند. توانایی و میزان بهره‌گیری از دانش موجود شرکت، میزان دسترسی به اطلاعات، دسترسی ساده به دانش سازمانی و سعی بر اجرا و تطبیق و یادگیری از هوش سازمانی، همگی ابزارهایی کارآمد در راستای توسعه هوش سازمانی می‌باشند. با مقایسه تحقیقات گذشته مشخص می‌گردد که مقوله‌های راهبردی این تحقیق با تحقیقات هلال (۲۰۰۰)، جنیدعلی (۲۰۱۷)، پتاس و همکاران (۲۰۱۰)، وردیا (۲۰۱۲)، کاظمی و همکاران (۲۰۱۲)، تهادور و همکاران (۲۰۱۷)، کالکان (۲۰۰۵) و ژیانو و همکاران (۲۰۱۸) مشابه می‌باشد.

مقوله عملکرد سازمانی نیز شامل، ارزیابی عملکرد و کارآمدی است. براساس یافته‌های پژوهش حاضر یکی دیگر از پیامدهای هوش سامانی در شرکت بیمه را باید در حوزه عملکرد دانست که شامل اقداماتی مانند ارزیابی عملکرد و کارایی کارکنان شرکت، مقایسه پیوسته بین هدف‌های تعیین شده و عملکرد واقعی و هدف‌گذاری متناسب با شرایط انجام پذیرفته، داشتن مهارت در پیدا کردن راه‌حل‌های جدید و توانایی درک صحیح و جامع وضعیت شغلی فرد در سازمان است؛ در واقع بهبود عملکرد در شرکت بیمه با توجه به حساسیت‌های مالی شرکت بسیار حائز اهمیت است.

قابل ذکر است که هوش سازمانی با ایجاد شفافیت و پردازش اطلاعات می‌تواند به شفاف‌سازی اقدامات مالی کمک نماید. این بخش از تحقیق با تحقیقات سیمیچ (۲۰۰۵)، پتاس و همکاران (۲۰۱۰)، یویگور و یولسوی (۲۰۱۳)، فهامی و همکاران (۲۰۱۳)، ژیانو و همکاران (۲۰۱۸) و ارستین و همکاران (۲۰۱۱) در مقوله پیامدها یکسان می‌باشند.

در پژوهش حاضر با توجه به خلأ پژوهشی هوش سازمانی در شرکت‌های بیمه‌ای، صرفاً به اکتشاف عناصر و مؤلفه‌های هوش سازمان در شرکت بیمه و در بخش کمی به برآزش مؤلفه‌های مقوله راهبردها پرداخته شد؛ اما می‌توان در مطالعات بعدی از رویکرد تلفیقی استفاده کرد. نتایج نشان دادند که عملکرد کارکنان یکی از مضامین مهم هوش سازمانی است؛ در این راستا می‌توان از برخی مشتریان و ذی‌نفعان برون شرکت جهت نظارت بر امورات مالی و غیرمالی شرکت دعوت به همکاری کرد.

فهرست منابع فارسی

- ابدالی، اعظم و محبوبه سادات فدوی، ۱۳۹۷، رابطه بین ادراک از هوش سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی در بین کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان، سومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی، <https://www.civilica.com/Paper-ESCONF03-ESCONF03-089.html>.
- یارویی، رضا؛ فتح ناظم؛ خدیجه ابوالعالی. (۱۳۹۷). شناسایی عوامل مؤثر بر هوش سازمانی با استفاده از نظریه بنیانی، مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه، فصلنامه پژوهش در نظام آموزشی، دوره ۱۲، ویژه‌نامه، بهار ۱۳۹۷، صص ۴۱۵-۴۳۵.
- عارفی، مهدیه؛ محمدرضا ذبیحی و حمیدرضایی فر، ۱۳۹۶، بررسی رابطه بین هوش سازمانی و توسعه منابع انسانی با توجه به نقش تعدیل‌گری فن‌آوری اطلاعات (مطالعه‌ای بر شعب بانک سرمایه شهر مشهد)، کنفرانس سالانه پارادایم‌های نوین مدیریت در حوزه هوشمندی، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس، دانشگاه تهران، <https://www.civilica.com/Paper-OICONFERENCE03-OICONFERENCE03-082.html>.
- کبیری دهکردی، مهناز؛ زمانی دهکردی، بهزاد؛ کیومرثی، فرشاد. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین هوش سازمانی و هوش تجاری با مدیریت (مطالعه مورد شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری)، مدیریت: مطالعات مدیریت و کارآفرینی: زمستان ۱۳۹۵، سال دوم - شماره ۴ از ۶ تا ۴۷.

- خطیبی، الهام؛ عالمه کیخا و محمدرضا شهبازی، ۱۳۹۲، بررسی و سنجش هوش سازمانی در صنعت بیمه براساس مدل کارل آلبرخت، ششمین کنفرانس مدیریت دانش، تهران، موسسه اطلاع‌رسانی نفت، گاز و پتروشیمی، https://www.civilica.com/Paper-IKMC06-IKMC06_06_06.html
- کیوان آرا، محمود و همکاران، (۱۳۹۰)، بررسی رابطه مؤلفه‌های مدیریت دانش و هوش سازمانی در دانشکده‌های دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، نشریه مدیریت اطلاعات سلامت، دوره ۸، شماره ۵، صص ۶۷۳-۶۸۰.

فهرست منابع انگلیسی

- Xiao Jianhua, Liu Cao, Lufang Zhang, (2018) "OIQ or OEQ, which matters more: evidence from China", *Journal of Organizational Change Management*, Vol.31Issue:2, pp.252-267, <https://doi.org/10.1108/JOCM-10-2016-0223>.
- Tucker AL, Nembhard IM, Edmondson AC. (2017) Implementing new practices: an empirical study of organizational learning in hospital intensive care units. *Manage Sci*, 53:894-907.
- Theoretical Framework of Organizational Intelligence: A Managerial Approach to Promote Renewable Energy in Rural Economies 1 June 2016; Accepted: 2 August 2016; Published: 12 August 2016.
- Malekzadeh Gholamreza, Mostaffa Kazemi, Mohammad Lagzian Saeed Mortazavi, (2016) "Modeling organizational intelligence using DEMATEL method in Iranian public universities", *Journal of Modelling in Management*, Vol. 11 Issue:1, pp.134-153, <https://doi.org/10.1108/JM2-12-2013-0062>(in Persian)
- Sharman, M. (2015). *Organizational intelligence*. New Orleans, Published by Quid Pro Books
- Istudor Nicolae 1, Minodora Ursacescu 2, *, Cleopatra Sendroiu 3 and Ioan Radu. (2015).
- Travica Bob. (2015). Modeling organizational intelligence: Nothing googles like Google, *Online Journal of Applied Knowledge Management*, A Publication of the International Institute for Applied Knowledge Management, Volume 3, Issue 2, 2015.
- Harraf A., Wanasika I., Tate K. Organizational agility. *J Appl Bus Res*. 2015; 31 (2):675-686. [Google Scholar]
- Alnajjar M., (2014). Improving Quality of Work- Life: Implications for Human Resources. *The Business Review*, Cambridge, 6(1):173-177
- Sepahvand, Reza, Esmaeili, Mahmoud Reza, Kkalani, Saba and Ghodsi, Masood. (2014). Exploring the Relationship between Knowledge Management and Organizational Intelligence. *Applied mathematics in Engineering, Management and Technology* 2 (2) 2014:402-407. (in Persian)
- Allahyari, M.S., &Eftekhari, H. (2013). Relationship between job satisfaction and organizational commitment of agricultural extensionexperts of Guilan Province. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 3 (1), 65-72. (in Persian)
- Veryard, R. (2013). Building organizational intelligence. <https://leanpub.com/orintelligence>.

- Potas, N., Ercetin, S., & Kocak, S. (2010). Multi-dimensional organizational intelligence measurements for determining the institutional and managerial capacity of girls' technical education institution. *African Journal of Business Management*, 4 (8), 1644- 1651.
- Jayanthi Ranjan, Business Justification with Business Intelligence, *The Journal of information and Knowledge Management System*, Vol 38 No. 4, 2008, pp. 461-475.
- Hassan Danaei Fard, Seyyed Mojtaba Emami, Qualitative Research Strategies: A Thought-Based Data Theory, *Management Thought*, Volume 1, Number 2 – Autumn & Winter 2007, pp69-93 (inPersian)
- Simic, I. (2005). Organizational learning as a component of organizational intelligence.
- Albrecht, K. (2003). Organizational Intelligence & Knowledge Management: Thinking outside the Silos: The Executive Perspective. Available at: karlalbrecht.com/downloads/OI-WhitePaper-Albrecht.pdf.
- Author: Parkinson; Translated by: Iran Nine Paris, Mehdi; *Journal of anagement Development*. August 1999- Number4 (2 Pages - From 59 to 60) (in Persian).
- Matsuda, T. (1992). Organizational intelligence: its significance as a process and as a product. *Processing of International Conference of Economics/Management and Information Technology*. Tokyo. Japan.
- Mohammad hayati, <http://www.hayati314.blogfa.com/posti3.asp> (inPersian)
- Strauss, A., & Corbin, J. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.