

نقش هوش فرهنگی و هوش سازمانی در گرایش به تحول و توسعه سازمانی

علیرضا طوسی*

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۱۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳

DOI: 10.30495/JISDS.2023.73395.11891

چکیده

هدف: بررسی تأثیر هوش فرهنگی و هوش سازمانی در گرایش به تحول و توسعه سازمانی
روش و ابزار: تحقیق حاضر به روش توصیفی - علی بوده است. جامعه آماری شامل مدیران و کارکنان شرکت رنگ آریا پارس بوده که به روش تصادفی ساده ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردیده‌اند. جمع آوری داده‌ها مربوط به هوش سازمانی، هوش فرهنگی و گرایش به تحول براساس پرسشنامه مقیمی و رمضان (۱۳۹۲) بوده است. روایی آن توسط اساتید و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (۰,۹۷۷) مورد تأیید قرار گرفته است. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری و به وسیله نرم افزارهای SPSS25 و Lisrel8.80 بوده است.

یافته‌ها: ابعاد و مولفه‌های هوش فرهنگی و هوش سازمانی در گرایش به تحول سازمان اثر مثبت دارد.
نتایج: نتایج نشان می‌دهد در بین مولفه‌های هوش فرهنگی، مهم‌ترین مولفه هوش فرهنگی شناختی و کم اهمیت‌ترین هوش فرهنگی رفتاری بوده و در بین مولفه‌های هوش سازمانی، مهم‌ترین مولفه، فشار عملکرد و کم اهمیت‌ترین همراستایی و همخوانی بوده است.

واژگان کلیدی: هوش سازمانی، هوش فرهنگی، گرایش به تحول سازمانی

مقدمه

دنیای امروز دنیای تحول و رقابت است و همه سازمان‌ها در حال تلاش برای رسیدن به بیشترین بهره‌وری و تولید هستند. همگی در حال تلاش و پیشی گرفتن از یکدیگر هستند و سعی بسیار در کاهش نقاط ضعف جهت افزایش نقاط مثبت خود دارند. در این میان نیروی انسانی از مهم‌ترین سرمایه سازمان است و از جمله توانایی‌ها و قابلیت‌های بالقوه‌ای است که باعث بالا رفتن اثر بخشی و کارایی سازمان می‌شود. و از آنجا که مقاومت در برابر تغییر، اجتناب‌ناپذیر است، در مدیریت کارآمد، مجموعه دلایل مشترکی از مقاومت افراد در مقابل تغییر؛ از قبیل حفظ منافع شخصی، عدم اعتماد و سوء تفاهم، ارزیابی‌های مختلف، تشکیل عادات تازه و ترک عادات دیرینه و ترس از آینده نامعلوم، خلاصه شده است. در حقیقت، فرهنگ هر سازمان، نقش مهمی در پذیرش تغییر از

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد داراب، داراب، ایران (نویسنده مسئول).

جانب کارکنان و آمادگی کارکنان برای تغییر دارد. مدیران تغییر، مقاومت در برابر تغییر را پیش بینی می کنند و برای به حداقل رساندن نتایج نامطلوب آن، گام های به موقع، برمی دارند (محمدپورزند و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶).

مسئله تحقیق

گرایش به تحول سازمانی در مدیران، به معنی گرایش به سبک رهبری تحول آفرین در آنان است. پژوهش های مربوط به رهبری تحول آفرین از سال ۱۹۷۸ با فعالیت های برنز آغاز شد، او بیان کرد که رهبران تحول آفرین صاحب بینش هستند و دیگران را برای انجام کارهای استثنائی به چالش و تلاش وا می دارند. رهبرانی تحول آفرین هستند که قادر به ترسیم مسیرهای ضروری برای سازمان های جدید هستند، زیرا آنان منشاء تغییرات هستند، بر تغییرات حاکم بر سازمان اشراف کامل دارند و بر موج تغییرات سوارند (طباطبایی مزدآبادی، ۱۳۹۴: ۱۰۹).

در دنیای تجاری امروز، تغییر^۱ و تحول به عنوان یک ضرورت مستمر مطرح شده است. در شرایط رقابتی امروز، تحول مستمر سازمانی، تنها راه رشد و توسعه محسوب می شود و سازمان ها می باید آمادگی خود را برای تغییرات مستمر حفظ نموده و انعطاف پذیری بالایی از خود نشان دهند. تحول سازمانی، مفهومی است که بر مبنای همین ضرورت شکل گرفته است و تداعی گر انعطاف پذیری، بهبود مستمر، چالش پذیری و تغییرات مداوم در سازمان است (رافرتی و گریفین^۲، ۲۰۰۶: ۶۲-۵۴). داک^۳ (۱۹۹۳) نیز عقیده دارد، در این میان، مقاومت کارکنان در برابر تغییر و تحول سازمانی، به عنوان یکی از مسائل مهم در مقوله تحول سازمانی مطرح می گردد (کاظم زاده، ۱۳۹۳: ۲). اهمیت این موضوع به قدری است که مدیریت واکنش کارکنان نسبت به تغییرات و تحولات سازمانی، به عنوان یکی از کارکردهای مهم و اساسی در مدیریت منابع انسانی مطرح شده است که می تواند به عنوان ابزاری در اختیار مدیران تعریف شود که فرایند تحولات سازمانی را تسریع و بهبود می بخشد (تانگ و گائو^۴، ۲۰۱۲: ۱۰۰-۱۱۷).

هوش^۵ نیز از جمله مفاهیمی است که در حوزه روانشناسی تعاریف متعددی از آن ارائه شده است. با وجود تعداد تعاریفی که از هوش ارائه شده است و یا ویژگی های متعددی که برای افراد باهوش مورد شناسایی قرار گرفته است می توان جهت گیری های واحدی را در آنها یافت و در همین راستا توماس و ارلون^۶ هوش فرهنگی^۷ را به عنوان نظامی از توانایی های تعاملی تعریف کرده اند. در واقع هوش فرهنگی ظرفیتی است که به افراد اجازه می دهد تا در مواجهه با فرهنگ های مختلف، درک و فهم درستی داشته باشند و به طور مناسب عمل کنند. ارلی و انگ^۸ (۲۰۰۳) هوش فرهنگی را ساختار مستقلی از فرهنگ می دانند که در شرایط خاص فرهنگی به کار می رود. این نوع از هوش درک و فهم تعاملات بین فرهنگی را بهبود می بخشد (احمدی وقاسمی، ۱۳۹۱: ۱۳۲).

هوش فرهنگی حوزه مدرنی از هوشمندی است که امکان میانجی گری در فضاها و فرهنگ های متنوع را مطرح می کند. مفهوم هوش فرهنگی برای نخستین بار توسط ایرلی و انگ مطرح شد. این دو اندیشمند، هوش فرهنگی را قابلیت یادگیری الگوهای جدید در تعاملات فرهنگی و ارائه پاسخ های رفتاری صحیح به این الگوها تعریف کرده اند (ارلی و انگ، ۲۰۰۳: ۱۲۳). آنها معتقد بودند در مواجهه با موقعیت های فرهنگی جدید، به زحمت می توان علائم و نشانه های آشنایی یافت که بتوان از آنها در برقراری ارتباط سود جست. در این موارد، فرد باید با توجه به اطلاعات موجود یک چارچوب شناختی مشترک تدوین کند، حتی اگر این چارچوب درک کافی از رفتارها و هنجارهای محلی نداشته باشد.

^۱ Change

^۲ Rafferty & Griffin

^۳ Duck

^۴ Tang & Gao

^۵ Intelligence

^۶ Tomas & Erlon

^۷ Cultural Intelligence

^۸ Earley & Ang

هوش سازمانی^۱ مفهومی جدید در عرصه ادبیات سازمان و مدیریت در قرن ۲۱ است؛ آلبرشت^۲ (۲۰۰۳) موفقیت سازمان را مشروط به داشتن عوامل انسان هوشمند، گروه‌های هوشمند و سازمان هوشمند می‌داند (ابزری، ۱۳۸۵: ۲۵). او برای پاسخگویی و جلوگیری از کند ذهنی گروهی از عنوان هوش سازمانی استفاده می‌کند. آلبرشت در مسئله هوش سازمانی الگویی عرضه می‌کند که دارای ابعاد هفتگانه شامل بینش راهبردی^۳، سرنوشت مشترک^۴، میل به تغییر^۵، روحیه^۶، همسویی و تجانس^۷، کاربرد دانش^۸ و فشار عملکرد^۹ است؛ آلبرشت هوش سازمانی را به عنوان استعداد و ظرفیت سازمان در حرکت قدرت ذهنی و تمرکز این قدرت ذهنی در تحقق رسالت سازمان تعریف می‌کند. بر اساس قانون آلبرشت تحت عنوان «حماقت گروهی» می‌توان این گونه بیان کرد که سازمان‌ها علاوه بر تهدید رقیبان و محیط پیرامونی، خود نیز در جهت آسیب به خود پیش می‌روند (نسبی، ۱۳۸۷: ۷۲).

در همین راستا مسئله‌ی این تحقیق چنین است که آیا شرکت رنگ آریا پارس توانسته است از این بهره‌های هوشی در جهت هدایت کارکنان و تحول شرکت استفاده کند، این تحقیق از این نظر حائز اهمیت است که می‌تواند، گامی جهت تحقق در زمینه هوش فرهنگی و سازمانی و گرایش به تحول باشد و نتایج آن نیز می‌تواند به عنوان ایجاد یک پایه تحقیقاتی مدیریتی برای سازمان‌ها و شرکت‌های دیگر قرار گیرد.

گرایش به تحول سازمانی

همگام با پیشرفت‌های روز دنیا و علم مدیریت پویا، سازمان‌ها می‌باید تحولاتی آگاهانه و نوآوری‌های مفید را به مرحله اجرا بگذارند. شدت و تاثیر کارایی تغییر و تحولات سازمانی به اندازه‌ای است که نیاز به روش‌های جدید و تکامل یافته برای مقابله و هماهنگی و تطبیق با آن را ایجاد می‌نماید. مدیران پویا و کارآمد امروزه می‌بایست علاوه بر وظایفی مانند برنامه‌ریزی، سازماندهی و نظارت باید اثربخشی و بکارگیری علم تغییر و تحول سازمانی را نیز سرلوحه امور خود قرار دهند. امروزه در سطح گسترده و عمومی، سازمان‌ها با تغییر و تحول مواجه‌اند در حالی که برخی از آنان برای سازگاری و همسازی با این گونه تغییر و تحولات آماده نمی‌باشند. بنابراین مدیریت سازمان‌ها علاوه بر این که باید در برابر محیط متغیر، سازگار و انعطاف‌پذیر باشند بلکه باید توانایی تشخیص مشکلات و بکارگیری برنامه‌های تغییر و تحول سازمانی را دارا باشند. زیرا سازمان‌ها ایستا نیستند و به طور مداوم و مستمر با عوامل خارجی و درونی در کشمکش می‌باشند. تغییر بینش مخاطبین قوانین جدید و تغییرات فناوری عواملی برای انطباق و سازگاری سازمان با تغییرات محیطی است. تحول سازمانی یکی از مهمترین عوامل بهره‌وری در سازمان‌ها و جامعه منابع انسانی است. شکوفایی و رشد هر جامعه‌ای منوط به ارتقاء و پرورش منابع انسانی و توانمندسازی نیروهای آن جامعه است. در این راستا مسئولان سازمان‌ها با یاری کارشناسان رفتاری و منابع انسانی می‌بایست توجه خاصی را به پرورش کارکنان مبذول دارند (یاری، ۱۳۹۵: ۱۲). باید توجه داشت که سازمان پیوسته از حالی به حالی دیگر در تغییر است، اعم از این که مدیر نقش تغییر (غیر کردن) را ایفا کند یا خیر. به این نکته فلسفی نیز باید توجه داشت که بدون تغییرپذیری، تغییردهی ممکن نیست (کاظم زاده، ۱۳۹۳: ۱۴-۱۳).

تحول سازمانی به معنای اعمال تغییرات و رویکردهای جدید در سازمان است که با هدف بهبود فرایندها و رویه‌های سازمانی به انجام می‌رسد. این تغییرات عمدتاً در شکل سازمانی، نحوه فعالیت‌ها و حتی ماهیت سازمانی قابل تشخیص است (پاردو دل وار و

^۱ Organizational Intelligence(OI)

^۲ Albrecht

^۳ Strategic Vision

^۴ Shared Fate

^۵ Appetite For Change

^۶ Heart

^۷ Alignment and Congruence

^۸ Knowledge Deployment

^۹ Performance Pressure

همکاران^۱، ۲۰۱۲: ۱۸۶۰-۱۸۴۳). از منظر دیگر، تحول‌سازمانی به معنای بکارگیری نگرش‌ها، تجهیزات، رویه‌ها و فرایندهای جدید در سازمان است به نحوی که سازمان بتواند نیازهای جدید خود را، با اهداف جدید یا انتظارات جدید وفق دهد و به شکل کارآمدتری بتواند با محیط در حال تغییر خود، منطبق گردد (بوردام^۲، ۲۰۱۰: ۲۴۵-۲۵۸).

هوش فرهنگی

کلاوس باده^۳ (۱۹۹۶) تنوع فرهنگی جوامع انسانی را به عنوان پدیده دیرینه عبور انسان‌ها از مرزها و عبور مرزها از انسان‌ها توضیح می‌دهد. در واقع، در عصر امپراطوری‌ها و در دوره استعمار، دولت‌های استعمارگر با اشغال سرزمین‌های دیگر، مرزهای خود را گسترش داده و تلاقی فرهنگی نیز یکی از نتایج جنگ‌ها و سلطه‌جویی‌های آن دوره بوده است. تنوع فرهنگی به معنای وجود واقعی و مادی فرهنگ‌های متفاوت در یک واحد اجتماعی خانوادگی، آموزشی، حرفه‌ای، اداری، هنری، ورزشی، جغرافیایی، دولتی، کشوری و نظایر آن است. چند فرهنگی^۴ بودن یکی از موضوعات مهم اجتماعی، سیاسی و فرهنگی بسیاری از جوامع مدرن به شمار می‌آید. گرچه پدیده جامعه چند فرهنگی نسبتاً کهن بوده و منشأ و تاریخ آن در کشورهای مختلف، متفاوت است، اما اهمیت آن، به ویژه در عصر جهانی شدن، آشکار شده است (احمدی وقاسمی، ۱۳۹۱: ۱۳۰).

گرچه بهره‌هوشی^۵ از سال‌های دور مورد توجه روان‌شناسان قرار داشته و آزمون‌های بسیاری برای سنجش و تقویت آن ارائه گردیده است، اما ابعاد جدید هوش مانند هوش عاطفی و هوش فرهنگی تنها در سال‌های اخیر مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند. همراه با روند جهانی شدن، عبارات گوناگونی مانند "شایستگی بین فرهنگی"^۶ یا "شایستگی جهانی"^۷ در طول چندین سال، برای نام‌گذاری توانایی و مهارت افراد برای سازگاری و انجام وظیفه به طور اثربخش در فرهنگ‌های مختلف، مورد استعمال بود. اما مفهوم هوش فرهنگی، به عنوان نوعی خاص از هوش، برای اولین بار توسط ارلی و انگ^۸ از محققان مدرسه کسب و کار لندن مطرح شد و به عنوان تئوری جدیدی در دنیای مدیریت و روان‌شناسی سازمانی پدیدار گشت. بعدها کنسرسیومی از اساتید آمریکا و انگلیس و آسیا، هوش فرهنگی را ارزیابی سیستماتیک ظرفیت فرد برای رویارویی با افرادی از فرهنگ‌های متفاوت تعریف کردند (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۸۸: ۶۸).

در تعریف پیازه^۹ از هوش می‌توان ماهیت هوش فرهنگی را تا حد زیادی ردیابی کرد. وی هوش را عبارت از حالت تعادلی می‌داند که کلیه استعدادهای سازشی از نوع حسی و حرکتی و نیروهای شناختی و اکتسابی و هم چنین کلیه تبادلات جذبی و انطباقی که بین جسم و محیط صورت می‌گیرد بدان گرایش پیدا می‌کنند (پیازه، ۱۳۵۷: ۳۷).

هوش فرهنگی فراشناختی نوعی آگاهی و هشیاری فرهنگی است در تعامل با دیگران از زمینه‌های مختلف فرهنگی. هوش فرهنگی فراشناختی نشان از فرآیندهایی دارد که افراد به کار می‌گیرند تا دانش فرهنگی را کسب و درک کنند. این دانش شامل آگاهی و کنترل بر فرآیند تفکر افراد در رابطه با فرهنگ می‌شود. عامل فراشناختی هوش فرهنگی یک مؤلفه منتقدانه است که حداقل سه کاربرد و برون‌داد مهم دارد: نخست، اندیشیدن در مورد افراد و وضعیت‌هایی را که زمینه‌های فرهنگی متفاوت دارند، ارتقا می‌دهد. دوم، اندیشیدن انتقادی در مورد عادات، مفروضات و مرزهای فرهنگی را موجب می‌گردد. سوم، به افراد امکان

¹ Pardo del var et al.

² Bordum

³ Klaus

⁴ Multicultural

⁵ Intelligence Quotient

⁶ Cross Cultural Competency

⁷ Global Competence

⁸ Earley & Ang

⁹ Piaget

می‌دهد که نگاشت‌های ذهنی را ارزیابی و مرور کنند و این عامل به طور مؤثری دقت فهم آنها را افزایش می‌دهد (وان داین و آنگ، ۲۰۰۶: ۱۰۸).

هوش فرهنگی شناختی نوعی دانش فرهنگی فردی از هنجارها، تمرین‌ها و عرف‌ها در محیط‌های مختلف فرهنگی است. در گوناگونی گسترده و مسلم فرهنگ‌های دنیای معاصر، هوش فرهنگی شناختی، دانش همگانی فرهنگی و هم چنین دانش فرهنگ‌های مختلف را نشان می‌دهد. عامل شناختی هوش فرهنگی نوعی مؤلفه انتقادی است، زیرا دانش راجع به شباهت‌های فرهنگی و تفاوت‌های آن، تصمیم‌گیری و عملکرد در وضعیت‌های چند فرهنگی است (همان: ۱۰۹).

هوش فرهنگی انگیزشی نوعی قابلیت فردی برای توجه مستقیم و صرف انرژی در راستای تفاوت‌های فرهنگی است. منظور از هوش فرهنگی انگیزشی، توانایی فرد برای معطوف کردن توجه و انرژی خود به سمت و سوی سازگاری و انطباق با فرهنگ‌های جدید است. به طور اخص، هوش فرهنگی انگیزشی اشاره به انگیزه درونی و خودکارآیی در انطباق با فرهنگ‌های جدید است. بنابراین افرادی که هوش فرهنگی انگیزشی بالایی دارند از تعامل در فرهنگ‌های جدید لذت می‌برند و در انجام چنین کاری و داشتن چنین توانایی‌هایی احساس اعتماد به نفس می‌کنند (همان: ۱۲۱).

هوش فرهنگی رفتاری نوعی قابلیت فردی برای نمایش اعمال مناسب شفاهی و غیرشفاهی هنگام تعامل با افراد دیگر در زمینه‌های فرهنگی مختلف است. هوش فرهنگی رفتاری بر اساس داشتن و کاربرد فهرست یا سلسله گسترده‌ای از رفتارهاست. هوش فرهنگی رفتاری اشاره به طیف گسترده‌ای از مهارت‌های رفتاری است که افراد دارند و می‌توانند به شکل مناسبی، رفتارهای کلامی و غیرکلامی خود را در موقعیت‌های جدید فرهنگی بروز دهند (همان: ۱۲۳).

هوش سازمانی

اولین بار ماتسودا^۱ (۱۹۹۲) هوش سازمانی را در مقاله‌ای با عنوان «هوش سازمانی، اهمیت آن به عنوان یک فرایند و فرآورده» مطرح کرد. ماتسودا هوش سازمانی را ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش ماشینی می‌داند و آن را به پنج جزء تقسیم می‌کند: شناخت سازمانی، حافظه‌ی سازمانی، یادگیری سازمانی، ارتباط سازمانی و تعقل سازمان (ماتیو و باربر^۳، ۲۰۰۹: ۵-۱).

هوش سازمانی مفهومی جدید در عرصه مدیریت و سازمان می‌باشد که به تازگی مورد توجه قرار گرفته است. هوشمندی سازمانی، یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های سازمان است که ظرفیت تغییرپذیری سازمان را بالا می‌برد. آلبرشت (۲۰۱۳)، هوش سازمانی را استعداد و ظرفیت سازمان در انتقال قدرت ذهنی‌اش و تمرکز این قدرت ذهنی در تحقق رسالت سازمان تعریف می‌کند. وی هوشمندی سازمانی را در یک جمله کوتاه خلاصه می‌کند: هوشمندی سازمانی عبارتست از موفق شدن سازمان در محیطش. هوش سازمانی معیار کمی، برای کارآمدی سازمان در انتشار اطلاعات، تصمیم‌گیری و اجرا می‌باشد. بهره‌ی هوشی سازمان‌ها نیز همانند بهره‌ی هوشی افراد قابل اندازه‌گیری است. سازمان‌های باهوش، توان ذهنی خود را نیز، همانند توان فیزیکی‌شان افزایش می‌دهند (زارعی و همکاران، ۱۳۹۴: ۴۰).

مدل مفهومی تحقیق

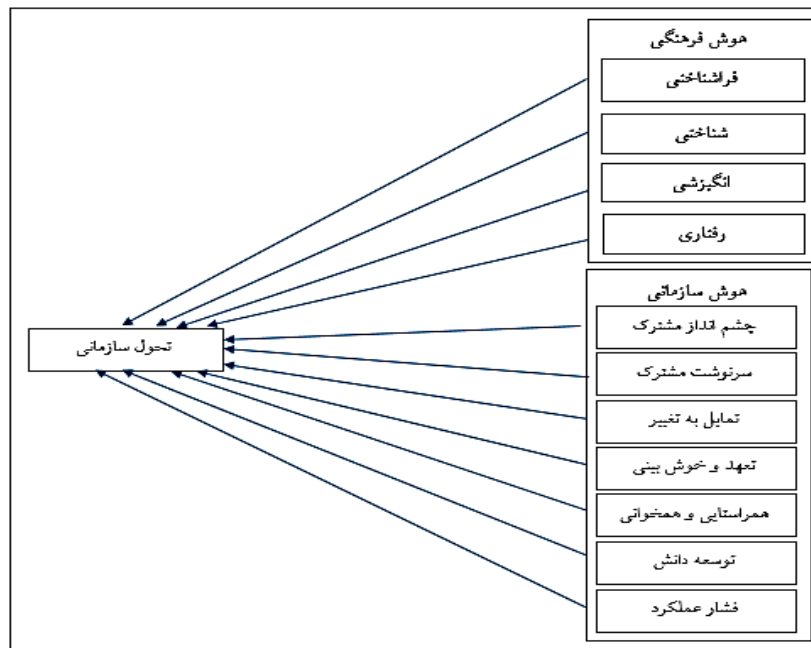
واقعیت‌ها نشان می‌دهد با گذشت زمان و پیچیده‌تر شدن محیط‌های کاری، ضرورت پرداختن به مباحث جدیدتر در عرصه مطالعات سازمانی که بر کارایی هرچه بیشتر کارکنان اثرگذار است، روز به روز بیشتر می‌شود. سازمان‌های موفق، به این مهم دست یافته‌اند و به جای تأکید بر اهداف کمی، بر ظرفیت‌سازی و ارتقای کیفی منابع انسانی در همه سطوح تأکید دارند. برای حصول به

^۱ Van Dyne & Ang

^۲ Matsuda

^۳ Matthew & Barber

این هدف عالی، توجه به عوامل مختلف تأثیرگذار بر نگرش‌های کارکنان و پیامدهای آنها امری ضروری است. تحول سازمانی، هوش فرهنگی و هوش سازمانی به عنوان مفاهیم جدید در سازمان‌ها و به عنوان یکی از مهم‌ترین نگرش‌های کارکنان اخیراً مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. بدین لحاظ به منظور برنامه‌ریزی جهت اجرای تحقیق حاضر، از تحقیقات آلبرشت (۲۰۰۳) برای هوش سازمانی، یانگ و همکاران (۲۰۱۷) برای هوش فرهنگی و طباطبایی مزداآبادی (۱۳۹۴) برای تحول سازمانی استفاده گردیده است. مدل مذکور در نمودار زیر آمده است:



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش (آلبرشت، ۲۰۰۳؛ یانگ و همکاران، ۲۰۱۷ و طباطبایی مزداآبادی؛ ۱۳۹۴)

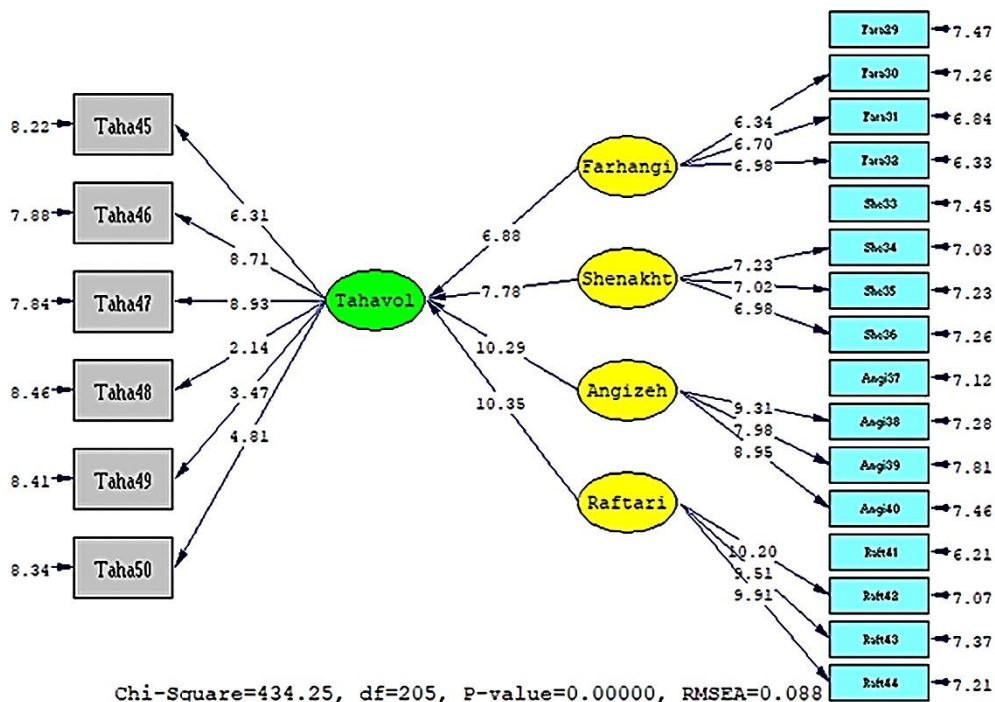
روش تحقیق

پژوهش حاضر با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی است و با توجه به اینکه در پی توصیف عینی، واقعی، و منظم حوادث، رویدادها و موضوعات مختلف می‌باشد از نظر روش توصیفی (پیمایشی) و همبستگی می‌باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان شرکت رنگ آریا پارس است که تعدادشان ۶۳۰ نفر می‌باشد. از این جامعه با استفاده از فرمول کوکران ۱۵۰ نفر نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب گردیده‌اند. پرسش‌نامه تحقیق برای متغیر هوش سازمانی، هوش فرهنگی و گرایش به تحول سازمانی براساس پرسش‌نامه مقیمی و رمضان (۱۳۹۲) می‌باشد. پایایی پرسش‌نامه در این پژوهش ۰/۹۷۷ بوده است.

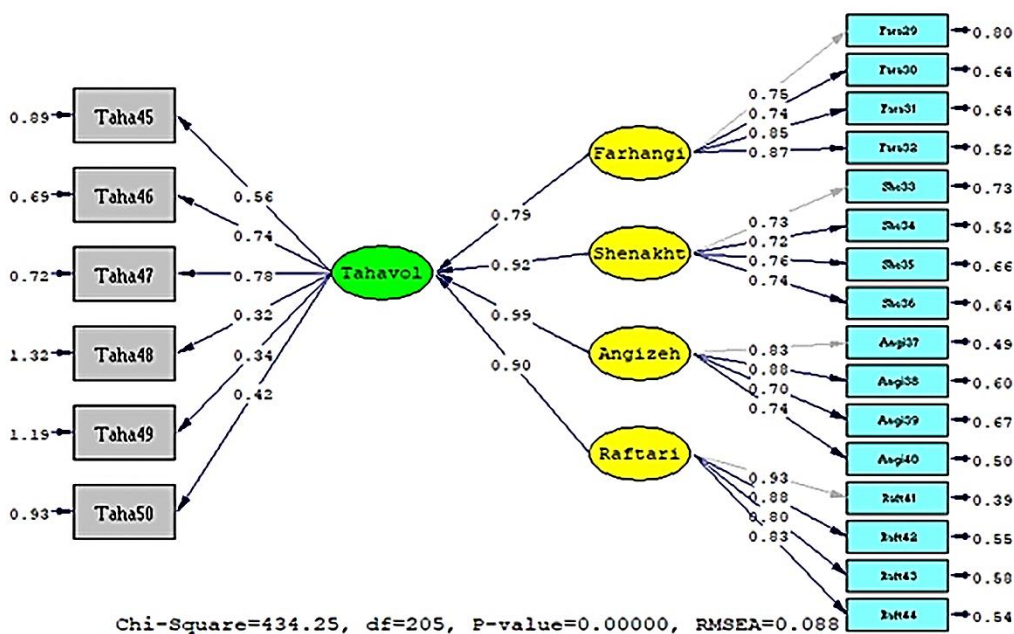
یافته‌های تحقیق

با توجه به ماهیت متغیرهای پژوهش، فرضیه‌های اصلی و فرعی پژوهش با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفته است.

هوش فرهنگی



شکل ۲) آماره t برای ضرایب مدل (هوش فرهنگی)



شکل ۳) ضرایب استاندارد مدل ساختاری و اندازه‌گیری (هوش فرهنگی)

جدول ۱) شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش

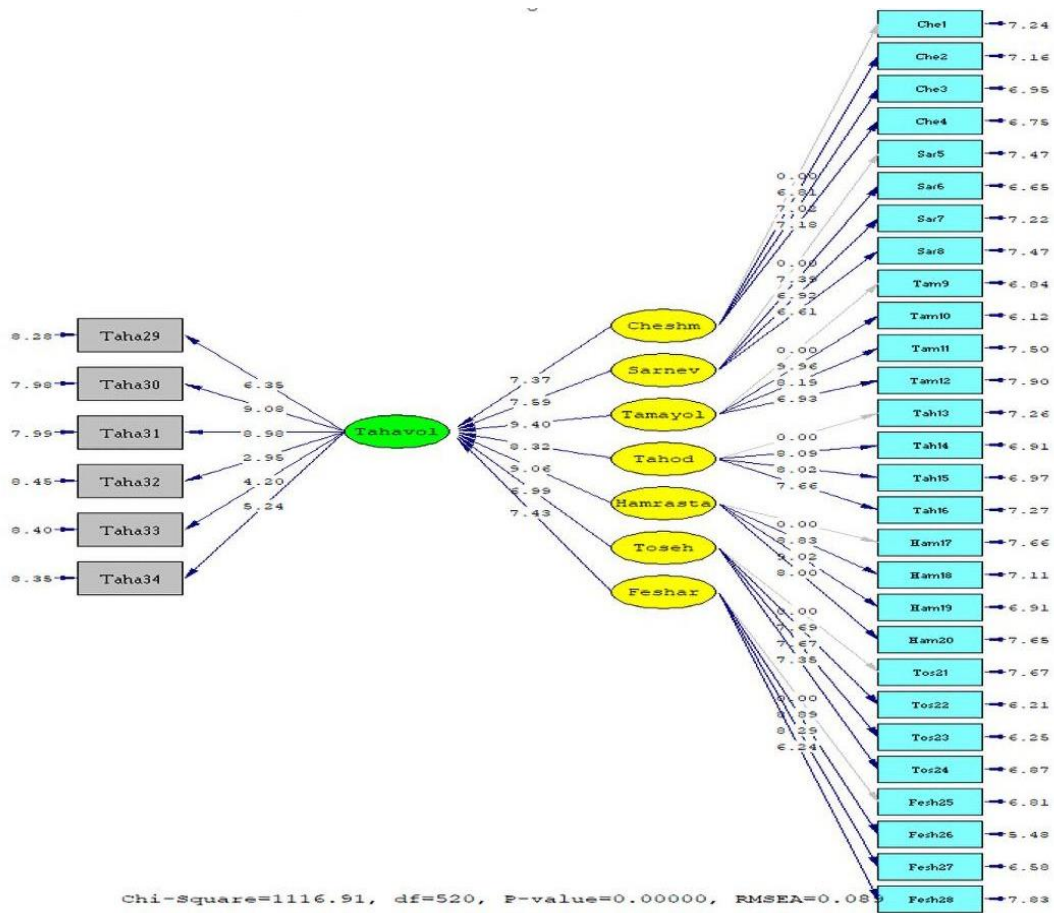
AGFI	GFI	IFI	CFI	NNFI	RMR	RMSEA	χ^2 / df	شاخص برازش
۰/۷۳	۰/۷۸	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۹۲	۰/۰۷	۰/۰۸	۲/۱۲	مقدار

با توجه به این که آماره t برای تمامی متغیرها در بازه بی معنی (۱/۹۶ ، -۱/۹۶) قرار ندارد بنابراین فرض‌ها تأیید گردیده و مشخص می‌شود که هوش فرهنگی و مولفه‌های (فراشناختی، شناختی، انگیزشی و رفتاری) بر گرایش به تحول اثر دارد.

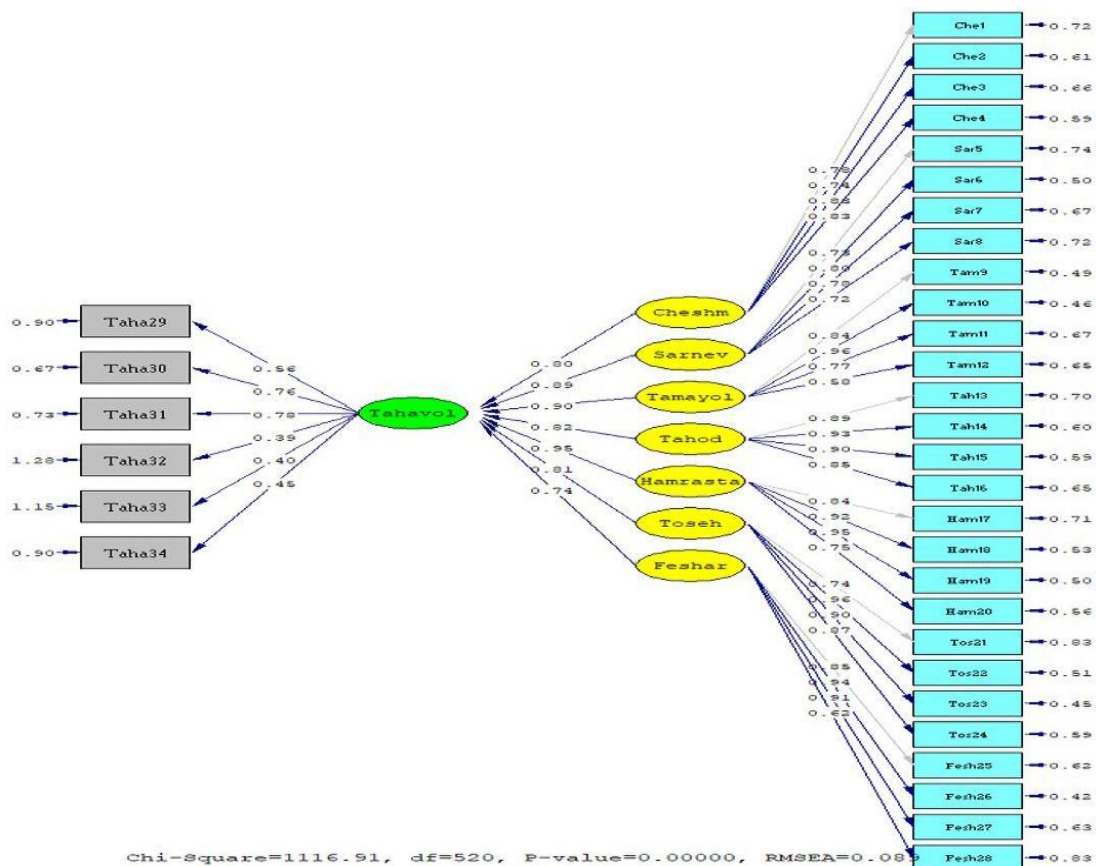
جدول ۲) نتایج مربوط به فرض‌های هوش فرهنگی

نتیجه	ضریب استاندارد	آماره t	متغیرها
تأیید	۰/۷۹	۶/۸۸	هوش فرهنگی فراشناختی در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۹۲	۷/۷۸	هوش فرهنگی شناختی در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۹۹	۱۰/۲۹	هوش فرهنگی انگیزشی در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۹۰	۱۰/۳۵	هوش فرهنگی رفتاری در گرایش به تحول اثر دارد.

هوش سازمانی



شکل ۴) آماره t برای ضرایب مدل (هوش سازمانی)



شکل ۵) ضرایب استاندارد مدل ساختاری و اندازه‌گیری (هوش سازمانی)

جدول ۳) شاخص‌های برازندگی مدل پژوهش

شاخص برازش	χ^2 / df	RMSEA	RMR	NNFI	CFI	IFI	GFI	AGFI
مقدار	۲/۱۵	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۹۰	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۷۰	۰/۶۴

جدول ۴) نتایج مربوط به فرض‌های هوش سازمانی

نتیجه	ضریب استاندارد	آماره t	متغیرها
تأیید	۰/۸۰	۷/۳۷	چشم اندازه استراتژیک در گرایش به تحول اثر دارد
تأیید	۰/۸۹	۷/۵۹	سرنوشت مشترک در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۹۰	۹/۴۰	تمایل به تغییر در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۸۲	۸/۳۲	تعهد و خوش بینی در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۹۵	۹/۰۶	همراستایی و همخوانی در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۸۱	۶/۹۹	توسعه دانش در گرایش به تحول اثر دارد.
تأیید	۰/۷۴	۷/۴۳	فشار عملکرد در گرایش به تحول اثر دارد.

با توجه به این که آماره t برای تمامی متغیرها در بازه بی معنی (۱/۹۶، -۱/۹۶) قرار ندارد بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این فرض‌ها تأیید گردیده‌اند. از این رو مشخص می‌شود که هوش سازمانی و مولفه‌های (چشم‌انداز استراتژیک، سرنوشت مشترک، تمایل به تغییر، تعهد و خوش بینی، همراستایی و همخوانی، توسعه دانش و فشار عملکرد) بر گرایش به تحول اثر دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای تحقیق

سازمان‌ها و شرکت‌ها برای ادامه حیات و بقاء خود و پاسخ به چالش‌های فزاینده، نیازمند تغییر و تحول هستند. این مهم جز با تحول سازمانی، به عنوان موتور حرکت‌دهنده و توسعه‌سازمان و توسط کارکنان سازمان به عنوان هسته اصلی تحول سازمانی محقق نمی‌شود. همان‌طور که گفته شد با توجه به متلاطم بودن محیط‌های کسب و کار و با توجه به این که سازمان‌ها باید فرصت‌های جدید را کشف و از آنها به نحو احسن استفاده کنند هوش فرهنگی و هوش سازمانی با امکان ایجاد شناخت، انگیزه و رفتاری مناسب، بینش استراتژیک، تغییرگرایی، کاربرد دانش و ایجاد روحیه در سازمان این امکان را فراهم می‌کند تا گرایش به تحول در سازمان به وجود بیاید و در نتیجه سازمان بهتر بتواند خودش را با تغییرات محیط هماهنگ کند. در همین راستا براساس نتایج به دست آمده پیشنهاد می‌گردد، مدیران شرکت رنگ آریا پارس، تحول و توسعه سازمانی را در دستور کار آموزشی کارکنان خود، قرار داده و با آزمون هوش فرهنگی و هوش سازمانی کارکنان، افرادی را که از هوش فرهنگی و هوش سازمانی بالاتری برخوردار هستند، برای ایجاد تحول و توسعه در شرکت بکارگیرند.

منابع

- ۱- آریانپور کاشانی، عباس؛ آریانپور کاشانی، منوچهر، (۱۳۷۱)، فرهنگ دانشگاهی انگلیسی - فارسی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ۲- ابزری، مهدی؛ اعتباریان، اکبر و ستاری قهفرخی، مهدی، (۱۳۸۵)، "هوش سازمانی و جلوگیری از کند ذهنی سازمانی"، ماهنامه مدیریت دانش سازمانی، شماره ۲۲، ص ۲۵.
- ۳- احمدی، یعقوب؛ قاسمی، وحید، (۱۳۹۱)، "اثر همدلی فرهنگی، ابتکار اجتماعی و قوم گرایی بر هوش فرهنگی"، راهبرد فرهنگ، شماره بیستم، زمستان، صص ۱۵۴-۱۲۹.
- ۴- اصغری یالقوز آغاجی، رعنا؛ محسنی زنوزی، سید جمال الدین؛ (۱۳۹۳)، "نقش دولت در تحول نظام اداری کشور"، مجله اقتصادی، شماره های ۵ و ۶ مرداد و شهریور، صص ۵۴-۴۱.
- ۵- پیازه، ژان، (۱۳۵۷)، روان شناسی هوش، ترجمه حبیب اله ربانی، تهران: انتشارات صفی علی شاه.
- ۶- تسلیمی، محمد سعید؛ (۱۳۷۶)، مدیریت تحول سازمانی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- ۷- درویشی، صیاد؛ میرزاخانی، عبدالرحمن؛ میرزایی کهن، علی؛ (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه هوش سازمانی مدیران و فرماندهان پلیس با سلامت سازمانی"، فصلنامه نظارت و بازرسی، سال هشتم، شماره ۲۸، صص ۱۳-۳۸.
- ۸- رحیم نیا، فریبرز؛ مرتضوی، سعید، دلرام، طوبی، (۱۳۸۸)، "بررسی میزان تاثیر هوش فرهنگی بر عملکرد وظیفه ای مدیران (مورد مطالعه: شعب بانک اقتصاد نوین استان تهران)"، دو فصلنامه مدیریت فردا، سال هشتم، شماره ۲۲، پاییز زمستان، صص ۶۷-۷۸.
- ۹- زارعی، عظیم؛ مقدم، علیرضا؛ مهمان نوازان، سهیلا؛ شهریاری، مهری؛ (۱۳۹۵)، "بررسی نقش هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در تبیین رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی"، فصلنامه علمی، پژوهشی ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۵، شماره ۴، بهار، ۳۲-۱.
- ۱۰- سیدی، میرحسین؛ لطیفی، میثم، (۱۳۹۵)، "بررسی توأم نقش هوش سازمانی و بالندگی سازمانی در عملکرد شرکت‌های شهرک صنعتی شهید سلیمی تبریز"، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴، شماره ۲، تابستان ۹۵، صص ۴۲۸-۴۰۹.
- ۱۱- طباطبایی مزادآبادی، سیدمحسن، (۱۳۹۴)، "بررسی نقش هوش هیجانی و هوش فرهنگی در گرایش به تحول سازمانی"، دو فصلنامه علمی نوآوری و ارزش آفرینی، سال ۳، شماره ۳، بهار و تابستان، صص ۱۱۶-۱۰۵.

- ۱۲- قلاتاش، عباس، (۱۳۹۳)، "رابطه فرهنگ سازمانی و هوش سازمانی با رضایت شغلی کارکنان"، فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافتی نودر مدیریت آموزشی، سال پنجم، شماره ۳ (پیاپی ۱۹)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، صص ۱۲۸-۱۱۵.
- ۱۳- کاظم زاده، نگار، (۱۳۹۳)، "بررسی ارتباطات درون واحدی و ارتباط آن بر واکنش کارکنان نسبت به تحول سازمانی در شرکت بیمه ایران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، تهران مرکز.
- ۱۴- محمدپور زرنندی، حسین؛ رحیمیان، حمید؛ طباطبایی مزداآبادی، سید محسن؛ (۱۳۹۳)، "تبیین نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت تغییر کارکنان بانک شهر"، فصلنامه علمی- پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری، سال سوم، شماره نهم، صص ۲۸-۱۵.
- ۱۵- محمدی، فرشته؛ بختیاری، حامد، (۱۳۹۴)، "الگوی نظری رابطه ی هوش سازمانی و یادگیری سازمانی باکیفیت خدمات"، توسعه ی سازمانی پلیس، شماره ی ۵۲، صص ۶۹-۸۴.
- ۱۶- نسبی، نرجس السادات، (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه بین هوش سازمانی و خلاقیت کارکنان در دانشگاه علوم پزشکی شیراز"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور واحد شیراز.
- ۱۷- نظری پوری، امیر هوشنگ؛ رحیمی اقدم، صمد؛ (۱۳۹۴)، "بررسی رابطه ی بین هوش سازمانی و انعطاف پذیری منابع انسانی در سازمان های دانش بنیان"، مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۲، تابستان، صص ۳۹۲-۳۷۳.
- ۱۸- یاری، عباس؛ (۱۳۹۵)، "بررسی تأثیر تحول سازمانی بر نوآوری در خدمات بیمارستان تأمین اجتماعی امام خمینی (ره) اراک"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک.

- 19- Albrecht, Karl, (2003), "Organizational Intelligence & Knowledge Management: Thinking Outside the Silos", the Executive Perspective: (www.KarlAlbrecht.com).
- 20- Bordum, A. (2010), "The strategic balance in a changemanagement perspective", Society and Business Review, Vol. 5 No. 3, pp. 245-258.
- 21- Earley, P. C. & S. Ang. (2003). "Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cul-tures". Palo Alto: Stanford University Press.
- 22- Pardo-del-val, M. Martinez, C. Dobon, S. (2012), "Participative management and its influence on organizational change", Management Decision. Vol. 50 No. 10, pp. 1843-1860.
- 23- Rafferty, A.E. and Griffin, M.A. (2006), "Perceptions of organizational change: a stress and coping perspective", Journal of Applied Psychology, Vol. 91 No. 5, pp. 54-62.
- 24- Tang, C. Gao, Y. (2012), "Intra-department communication and employees' reaction to organizational change", Journal of Chinese Human Resource Management. Vol. 3 No. 2, pp. 100-117.
- 25- Van Dyne, L. & S. Ang. (2006). "Getting More than You Expect: Global Leader Initiative to Span Structural Holes and Reputational Effectiveness". In W.H. Mobley & E.W. Weldon (Eds.). Advances in Global Leadership (pp. 101-122). New York: JAI Press.
- 26- Young, C.A., Haffejee, B., Corsun, D.L. (2017). "The relationship between ethno-centrism and cultural intelligence". International Journal of Intercultural Relations. 58. PP.31-41.

The role of cultural intelligence and organizational intelligence in the trend towards organizational transformation and development

Alireza Tousi^{1*}

Academic staff of the Educational Management Department of Islamic Azad University, Darab Branch, Darab, Iran (Corresponding author)

Abstract: Purpose: to investigate the effect of cultural intelligence and organizational intelligence in the tendency towards organizational transformation and development.

Method and tools: The present research was descriptive-causal. The statistical population includes the managers and employees of Rang Aria Pars Company, 150 people were selected as a sample by a simple random method. The data collection related to organizational intelligence, cultural intelligence and tendency to change was based on Moghimi and Ramadan questionnaire (2012). Its validity has been confirmed by professors and its reliability using Cronbach's alpha (0.977). Data analysis was done using structural equation modeling test and SPSS 25 and Lisrel 8.80 software.

Findings: The dimensions and components of cultural intelligence and organizational intelligence have a positive effect on the tendency towards organizational transformation.

Results: The results show that among the components of cultural intelligence, the most important component is cognitive cultural intelligence and the least important is behavioral cultural intelligence, and among the components of organizational intelligence, the most important component is pressure. performance and the least important was alignment and harmony..

Key words: Organizational intelligence, cultural intelligence, organizational transformation and development.

¹ E-mail: a.tousi1357@gmail.com (Corresponding Author)