

فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد گومسار
سال هفدهم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۲
صص ۴۴۰-۴۱۸

رابطه هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه با عملکرد کارکنان دانشگاه

محمد رضا رستمی^۱، حمیده میرشاهی^۲

چکیده:

هدف: هدف از انجام این تحقیق، بررسی رابطه هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه با عملکرد کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی شهرستان فیروزکوه بود.

روش: روش پژوهش حاضر از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع همبستگی و از نظر اهداف، از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، شامل کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه می‌باشند که ۲۵۰ نفر بودند. نمونه آماری با توجه به جدول مورگان ۱۴۸ نفر برآورد شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای (مراجعه به کتب، مقالات، کتابخانه‌ها و ...) و روش میدانی (۴ پرسشنامه استاندارد) استفاده شده است. پرسشنامه استاندارد هوش تجاری در کسب و کار پروویچ (۲۰۱۲)، پرسشنامه استاندارد یادگیری سازمانی پیتر سنگه (۱۹۹۰)، پرسشنامه عملکرد کارکنان عزیزی (۱۳۹۰) و پرسشنامه استاندارد رفتار کاری نوآورانه دیچانگ و دنهارتوک (۲۰۱۰) در تحقیق حاضر استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS بهره گرفته شده است.

یافته‌ها: یادگیری سازمانی بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد. هوش تجاری بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد. رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد. هوش تجاری بر یادگیری سازمانی تاثیر معنادار دارد. هوش تجاری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه تاثیر معنادار دارد.

نتیجه‌گیری: با توجه به ارتباط معنی دار هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه با عملکرد کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه، مدیران دانشگاه می‌توانند از مدل نهایی پژوهش جهت تقویت هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه کارکنان بهره ببرند.

کلید واژه‌ها: هوش تجاری، یادگیری سازمانی، رفتار کاری نوآورانه، عملکرد.

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۱۹

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۷/۱۷

^۱ - گروه مدیریت، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران (نویسنده مسئول). uni.rostami@iau-

shahrood.ac.ir

^۲ - دانشجوی دکتری گروه مدیریت، واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران.

hamidehmishahi5@gmail.com

مقدمه

ماموریت و هدف اصلی شکل‌گیری هر سازمانی، کسب سود و افزایش منافع ذی‌نفعان آن است. در راستای تحقق این هدف، توجه به فاکتورهایی که می‌توانند بر عملکرد سازمان تاثیر بگذارند، مهم است (یانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۲). به همین منظور، مدیران این سازمان‌ها علاوه بر توجه به فاکتورهایی مانند: کیفیت محصول، حفظ مشتریان، نگهداری نقدینگی، افزایش نرخ بازده سرمایه‌گذاری و ... که برای پایداری در سایر سازمان‌ها ضروری است، باید به فاکتورهایی نظیر هوش تجاری، یادگیری سازمانی، نوآوری، رفتار کاری نوآورانه و غیره توجه کنند. مشخصاً توجه به این عوامل می‌تواند بازده، اثربخشی و دوام سازمان‌های نوآورانه را افزایش دهد (یو و همکاران^۲، ۲۰۲۱). اولین عامل تاثیرگذار بر عملکرد سازمان، یادگیری سازمان است. یادگیری سازمانی، فرآیند خلق، نگهداشت و تسهیم دانش در سازمان است و سازمان یادگیرنده، سازمانی است که توانایی آموختن دارد. در واقع سازمان یادگیرنده می‌تواند نیازهای محیطی را تشخیص دهد و با شناخت پاسخ مناسب، خود را با آن سازگار سازد (عمواوبائی مقدم و الهیاری، ۱۴۰۲). در سازمان‌ها با سطوح بالای یادگیری سازمانی، افراد پیوسته توانایی خود را برای خلق نتایجی که برای آن‌ها واقعا مطلوب است، افزایش می‌دهد. چنین سازمان‌هایی با چنین ویژگی‌هایی بدلیل تشویق به نوآوری و کسب دانش و توسعه قابلیت‌ها، علائم را از محیط دریافت، تفسیر و در فرصت‌ها اعمال می‌کنند (طاهری و عزیزی، ۱۳۹۹).

دومین عامل تاثیرگذار بر عملکرد سازمان‌ها، هوش تجاری است (یانگ و همکاران، ۲۰۲۲). هدف اصلی هوش تجاری این است که داده‌های بدست آمده از منابع اطلاعاتی مختلف از مشتریان، محیط، رقبا، بازارها و ... را بررسی، یکپارچه‌سازی، (به صورت منطقی) جمع‌آوری و (به صورت چندبعدی) تحلیل کند تا بتواند عملکرد کسب و کارها را افزایش دهد (هانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۲). لذا، اهمیت هوش تجاری در سازمان‌های امروزی غیرقابل انکار است. چون آنها از طریق فراهم‌سازی اطلاعات برای سازمان‌ها، توانایی نظارت بر روندها و حرکات بازار رقبا و مشتریان را ایجاد می‌کنند (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۱). در حقیقت، هوش تجاری با ارائه راهکارها، ابزارها و

¹ -Yang et al

² -Yiu et al

³ -Huang et al

فناوری‌های پیشرفته در جهت تدوین استراتژی مناسب، نوآوری در تولید کالا یا ارائه خدمات، کسب مزیت رقابتی و اتخاذ تصمیمات هوشمندانه به یاری مدیران آمده است (علمی و رسولی، ۱۳۹۹) و ارتباط نزدیکی با عواملی مانند: یادگیری سازمانی، رفتار کاری نوآورانه کارکنان دارد که از آنها می‌توان جهت بهبود عملکرد و عملیاتی سازمان‌ها بهره برد (گودینز و همکاران^۱، ۲۰۲۰). رفتار کاری نوآورانه، عامل بعدی تاثیرگذار بر عملکرد سازمان‌ها است. رفتار کاری نوآورانه کارکنان منجر به افزایش نوآوری در سازمان می‌شود، نوآوری باعث ایجاد مزیت رقابتی، بهره‌وری و در نهایت بهبود عملکرد سازمان‌ها می‌شود (کامیکیاک^۲، ۲۰۲۱). رفتار کاری نوآورانه تنها با همکاری با سایر کارکنان است که اثر هم‌افزایی ایجاد می‌کند و منجر به اجرای موفقیت‌آمیز ایده‌های نوآورانه در سازمان می‌شود (بهمن‌یار، ۱۴۰۲). هر چه کارکنان از استقلال کاری و اعتماد به نوآوری بیشتری برخوردار باشند، رفتار کاری نوآورانه تری خواهند داشت (مهدی و قلاجایی، ۱۴۰۱). سازمان‌هایی که دارای قدرت نوآوری بیشتری هستند، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد قابلیت‌های جدیدی که به آنها اجازه نیل به اهداف سازمانی را می‌دهد، موفق‌تر هستند (هانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۲).

منظور از عملکرد پیامدهای است که به صورت جریان‌های درآمدی و عملیاتی در سازمان جاری است. فعالیت‌های مختلف سازمانی با هدف سودآوری انجام می‌شود. (انصاری و همکاران، ۱۴۰۲). به طور کلی، سازمان‌ها برای حفظ حیات خود، و پیشرفت در دنیای رقابتی امروز به بهبود مستمر عملکرد نیاز دارند. عملکرد به چگونگی انجام وظایف، فعالیت‌ها و نتایج حاصله از آن‌ها اطلاق می‌شود. چرا که نتیجه نهایی استفاده از منابع ملموس و ناملموس در سازمان‌ها است. هر چند که منابع ناملموس برای سازمان‌ها اهمیت بیشتری دارد. عملکرد سازمانی را می‌توان شاخصی برای اندازه‌گیری میزان دستیابی خوب و موثر یک اقدام به اهداف تعیین شده تعریف می‌شود که می‌تواند بوسیله کارایی و اثر بخشی سازمان در دستیابی به اهداف، برآورد شود. عملکرد سازمانی تابع عملکرد منابع انسانی و تعامل آن‌ها با منابع و امکانات و تکنولوژی موجود در سازمان می‌باشد (نصیری و سلیمانی، ۱۳۹۹).

¹ -Godínez et al

² -Kmicciak

³ -Huang et al

هوش تجاری، به دانشی گفته می‌شود که حاصل تجزیه و تحلیل اطلاعات یک سازمان یا سازمان است. این فرآیند به مدیران و صاحبان مشاغل، اطلاعات عملی ارائه می‌کند. هوش تجاری، به کمک این داده‌ها، درباره عملکرد بخش‌های مختلف یک سازمان یا سازمان، تعداد خرید و فروش‌ها، عوامل موثر بر روند فعالیت‌های سازمان و... اطلاعات منسجم و ارزشمندی ارائه می‌دهد که می‌تواند به مدیران کسب و کار در تصمیم‌گیری‌ها کمک کند. همچنین سیستم هوش تجاری برای تغییر وضع موجود و بازگشت سریع‌تر سرمایه، راهکارهایی را ارائه می‌دهد (خیراندیش، ۱۳۹۹).

هوش تجاری براساس معماری بنگاه اقتصادی تشکیل شده است و در قالب پردازش تحلیلی برخط به تحلیل داده‌های تجاری و اتخاذ تصمیمات دقیق و هوشمند می‌پردازد (یانگ و همکاران، ۲۰۲۲). مشتریان، رقبا، شرکای تجاری، محیط اقتصادی و کارکنان داخلی، از جمله عوامل موثر بر هوش تجاری سازمان هستند. بازار هوش تجاری را ابزاری برای برتری رقابتی و پایش‌گر و تحلیل‌گر بازار و مشتریان می‌داند. از نقطه نظر فناوری نیز هوش تجاری یک سیستم هوشمند است که با پردازش دقیق داده‌ها، نقطه دخالت سخت‌افزار و نرم‌افزار در مغزافزارها به حساب می‌آید (نوروزی و همکاران، ۱۴۰۱). تعیین گرایش‌های تجاری سازمان که از پیامدهای استفاده از هوش تجاری است موجب می‌شود که سازمان بدون اتلاف وقت و هزینه در سایر مسیرها به دنبال اهداف کلان متمرکز شود (هانگ و همکاران، ۲۰۲۲).

از نظر زمانی، پیدایش مفهوم یادگیری سازمانی بر مفهوم سازمان یادگیرنده مقدم است. کوشش اساسی پژوهشگران پیرامون یادگیری سازمانی، در نهایت زمینه شکل‌گیری نظریه سازمان یادگیرنده را فراهم کرد. یادگیری سازمانی به طور فزاینده مورد توجه سازمان‌هایی است که به افزایش مزیت رقابتی، نوآوری و اثربخشی علاقمند هستند (طاهری و عزیزی، ۱۳۹۹). به طور کلی می‌توان سازمان یادگیرنده را سازمانی دانست که در ایجاد، کسب و انتقال دانش مهارت داشته و در تغییر و اصلاح رفتارهایش به کمک آگاهی‌های جدید مکتسبه عمل می‌کند. در این تعریف از سازمان یادگیرنده، ایجاد و خلق دانش و نوآوری و خلاق بودن رکنی اساسی را تشکیل می‌دهد. آفرینندگی و کسب دانش به تنهایی برای آنکه سازمانی یادگیرنده قلمداد شود، کافی نیست، بلکه باید بتواند آن دانش را در رفتارها و عملکردهایش به کار گرفته و بهبود و اصلاح فعالیت‌هایش را به کمک آن‌ها میسر

سازد. یادگیری مفهومی پویا است که به تدریج از یادگیری فردی به یادگیری سازمانی تغییر می‌یابد (کاظمی، ۱۳۹۷).

یادگیری سازمانی و سازمان یادگیرنده مفاهیم مترادفی نیستند، یادگیری سازمانی به مفهوم یادگیری افراد و گروه‌های درون سازمان و سازمان یادگیرنده به معنی یادگیری سازمان به عنوان یک کل است در بحث از سازمان یادگیرنده تمرکز بر چستی است و سیستم‌ها، اصول و ویژگی‌های سازمان‌هایی را که به عنوان یک هویت جمعی یاد می‌گیرند و به تولید می‌پردازند، مورد بررسی قرار می‌دهد. اما یادگیری سازمانی به چگونگی وقوع یادگیری به معنی مهارت‌ها و فرآیندهای ساخت و بهره‌گیری از دانش، اشاره دارد. در این معنی، یادگیری سازمانی تنها یک بعد از سازمان یادگیرنده است (فتحی اهوازی، ۱۳۹۵).

با توجه به اهمیت و کاربرد عوامل ذکر شده در عملکرد واحدهای کسب و کار، در ادامه به تعدادی از مطالعات انجام شده در این حوزه اشاره می‌شود:

عمو اوبائی مقدم و الهیاری (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان "تبیین نقش یادگیری سازمانی در سازمان‌های یادگیرنده" بیان داشتند: با تبیین نقش یادگیری سازمانی در سازمان‌ها کارمندان قادرند مسائل و مشکلات مربوط به حوزه فعالیت خود را شفاف بیان کرده و برای آن‌ها راه حل مناسب ارائه دهند و حتی گاهی مسائلی که هنوز دست و پاگیر سازمان نشده است را طراحی و حل نمایند تا در زمان وقوع آن زمان کافی برای گرفتن بهترین تصمیمات را داشته باشند. رشیدی و رضائیان (۱۴۰۱) در مقاله "تاثیر هوش تجاری بر عملکرد با نقش میانجی گری ارزش برند و خلاقیت (مورد مطالعه بانک‌های خصوصی استان خوزستان)" دریافتند: هوش تجاری بر عملکرد بانک‌های خصوصی تاثیر دارد. همچنین هوش تجاری با نقش میانجی ارزش ویژه برند و خلاقیت بر عملکرد بانک‌های خصوصی استان خوزستان تاثیر مثبت و معناداری دارد. نوروزی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان "تاثیر هوش تجاری بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی تسهیم دانش، نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی" بیان داشتند: هوش تجاری بر تسهیم دانش مزیت رقابتی و عملکرد سازمان تاثیرگذار است. این موضوع نشان دهنده این است که مدیران در راستای بهبود عملکرد، افزایش توانایی خود در پاسخ به مخاطرات و چالش‌های بیرونی به اجرای هوش تجاری در سازمان خود توجه کنند. همچنین یافته‌های این تحقیق نشان داد که تسهیم دانش بر مزیت رقابتی، مزیت رقابتی بر عملکرد سازمان تاثیرگذار است. بکارگیری هوش تجاری در سازمان و

کسب و کارهای کوچک و متوسط منجر به افزایش عملکرد، کسب مزیت رقابتی، افزایش به اشتراک گذاری دانش خواهد شد. جدالی و جدالی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان " اثر مدیریت دانش بر بهبود رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی هوش تجاری در بانک سپه تبریز" بیان داشتند: تغییر و نوآوری در فعالیتهای سازمانی تلاش برای بهسازی سازمان است. سازمانهای نوآور در پاسخ به تغییرات محیطی و همچنین گسترش قابلیت‌های جدید که به آنها برای دستیابی به عملکرد بالاتر کمک می‌کند، موفق‌تر هستند، در این بین مدیریت دانش به عنوان بستری برای دستیابی به رفتارهای نوآورانه تاثیر گذار است. همه فرضیه‌های تحقیق تأیید شده و مدیریت دانش از طریق هوش تجاری بر رفتار نوآورانه کارکنان تاثیر مثبت داشته است.

الدروی و فام^۱ (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان "تأثیر هوش تجاری، اشتراک دانش و نوآوری واحدهای کسب و کار در رفتار کاری نوآورانه: یک چارچوب پیشنهادی برای واحدهای کسب و کار" دریافتند: هوش تجاری بر اشتراک دانش، نوآوری واحدهای کسب و کار کوچک و متوسط و رفتار کاری نوآورانه تأثیر دارد. علاوه بر این، هوش تجاری از طریق به اشتراک گذاری دانش و نوآوری واحدهای کسب و کار کوچک و متوسط بر رفتار کاری نوآورانه تأثیر دارد. تأثیر اشتراک دانش بر رفتار کاری نوآورانه در نهایت، نوآوری واحدهای کسب و کار کوچک و متوسط بر رفتار کاری نوآورانه تأثیر می‌گذارد، سازمان‌ها می‌توانند به حداکثر برتری قوی دست یابند و در بازار رقابتی باقی بمانند. هانگ و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله "بررسی تأثیر هوش تجاری بر روی عملکرد استارت آپ‌ها" دریافتند: هوش تجاری، ابتکار در استارت آپ‌ها را ۰/۹۹ واحد افزایش می‌دهد و ابتکار نیز به نوبه خود عملکرد استارت آپ‌ها را ۰/۳۱۱ واحد، یادگیری شبکه برای افزایش ابتکار در استارت آپ‌ها را ۰/۶۳۲ واحد و یادگیری شبکه درباره افزایش عملکرد در استارت آپ‌ها را ۰/۳۹۷ واحد افزایش می‌دهد. تأثیر هوش تجاری بر روی ابتکار و همچنین یادگیری شبکه نیز تأثیر ابتکار و یادگیری شبکه بر روی عملکرد را تأیید کرد. یانگ و همکاران (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با نام "تأثیر هوش تجاری، یادگیری سازمانی و نوآوری بر عملکرد سازمان‌های خلاق" بیان داشتند: کلید موفقیت تجارت برای بسیاری از سازمان‌ها، استفاده صحیح از داده‌ها جهت تصمیم‌گیری بهتر، سریع‌تر و بی‌نقص‌تر است. سازمان‌ها جهت دستیابی به این هدف نیاز به

¹ - Al Derei & Fam

استفاده از ابزارهای قوی و موثری مانند: هوش تجاری (BI) به عنوان عامل مثبتی که می تواند آنها را در مکانیزه کردن کارهای آنالیز، تصمیم گیری، تدوین استراتژی و پیش بینی کمک کند، دارند. به عبارت دیگر، هدف استفاده از هوش تجاری در این سازمان ها جمع آوری، پردازش، و آنالیز حجم زیادی از داده و تبدیل آن ها به ارزش تجاری موثر بر تصمیم گیری از طریق ایجاد پلتفرم های گزارشی هوشمند تحلیلی است. همچنین نتایج نشان داد هوش تجاری و نوآوری، تأثیری حیاتی بر عملکرد سازمان ها دارد. فینک و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان " هوش تجاری و یادگیری سازمانی: بررسی تجربی فرآیندهای ایجاد ارزش، اطلاعات و مدیریت " بیان داشتند: هوش تجاری بر زیرساخت های هوش تجاری، قابلیت های تجاری و قابلیت های استراتژیک سازمان تاثیر معناداری دارد.

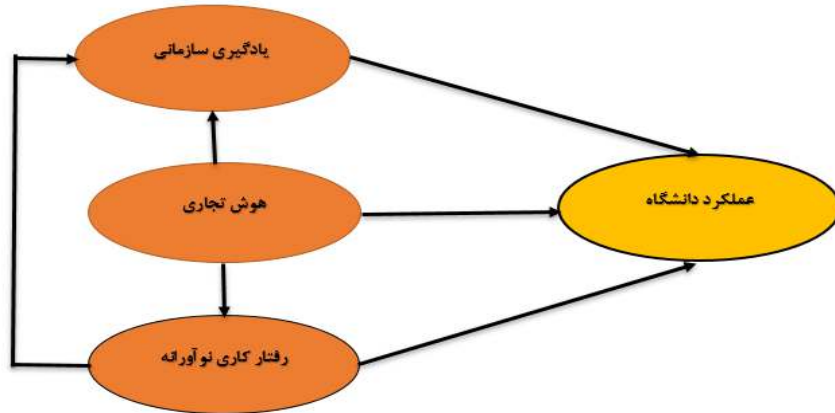
توسعه قابلیت های نوآوری یکی از مهمترین عوامل موثر بر عملکرد سازمان ها است. با این حال، علاوه بر ابزار فنی، سازمان ها به ایجاد زیرساخت هایی نیاز دارند که بتوانند در جهت پشتیبانی و تحقق اهداف خود گام بردارند که این خود می تواند به مثابه فاکتوری بسیار مهم برای بهبود نوآوری و عملکرد سازمانی مورد توجه قرار گیرد (طاهری و عزیزی، ۱۳۹۹). به همین دلیل در فضای رقابتی امروز بررسی رابطه هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه با عملکرد کارکنان دانشگاه ضروری و حائز اهمیت می باشد.

فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی: هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد.

فرضیه های فرعی:

- ۱) یادگیری سازمانی بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد.
- ۲) هوش تجاری بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد.
- ۳) رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد.
- ۴) هوش تجاری بر یادگیری سازمانی تاثیر معنادار دارد.
- ۵) هوش تجاری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه تاثیر معنادار دارد.
- ۶) رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه بر یادگیری سازمانی تاثیر معنادار دارد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق اقتباس از مقاله (یانگ و همکاران، ۲۰۲۲)

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر گردآوری داده‌ها، تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و از نظر اهداف نیز، از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای (مراجعه به کتب، مقالات، کتابخانه‌ها و ...) و روش میدانی (۴ پرسشنامه استاندارد) استفاده شده است. پرسشنامه استاندارد هوش تجاری در کسب و کار (پروویچ، ۲۰۱۲) که این پرسشنامه شامل ۱۳ سوال است. پرسشنامه استاندارد یادگیری سازمانی پیتر سنگه، جهت بررسی ویژگی‌های سازمان یادگیرنده. این پرسشنامه ۲۴ گویه دارد و دارای ۵ بعد (تفکر نظام گرا، یادگیری گروهی، چشم انداز دورنمای) مشترک، الگوهای ذهنی، مهارت و قابلیت‌های فردی) است. نمره گذاری در این پرسشنامه براساس طیف ۷ لیکرت می‌باشد. پرسشنامه عملکرد (عزیزی، ۱۳۹۰) که دارای ۲۱ سوال و سه بعد مدیریت ارزش، کنترل ریسک و کنترل هزینه می‌باشد و بر اساس طیف لیکرت است و پرسشنامه استاندارد رفتار کاری نوآورانه (دیجانگ و دنهارتوک، ۲۰۱۰) که شامل ۱۰ سوال می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، شامل کارکنان دانشگاه آزاد فیروزکوه می‌باشند که ۲۵۰ نفر هستند. نمونه آماری با توجه به جدول مورگان ۱۴۸ نفر برآورد شده است. برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها، از نظر خبرگان در دانشگاه استفاده شده است. بدین منظور، پرسشنامه‌ها در اختیار جمعی از اساتید قرار گرفت که پس از اعمال نظرات اصلاحی و تأیید نهایی آنان، پرسشنامه‌ها بین نمونه‌های آماری توزیع شد. برای

تعیین پایایی پرسشنامه‌ها نیز از آزمون آلفای کرونباخ، استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ بترتیب ۰/۸۵، ۰/۷۹، ۰/۷۸ و ۰/۸۳ بدست آمده که بیانگر قابلیت اعتماد بالای پرسشنامه‌ها می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS بهره گرفته شده است.

یافته‌ها

گام اول، ابتدا با بکارگیری شاخص‌هایی نظیر درصد فراوانی و میانگین وضعیت متغیرهای جمعیت شناختی و متغیرهای اصلی توصیف شده است.

جدول ۱. توصیف متغیرهای جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

سن	درصد فراوانی	جنسیت	درصد فراوانی	وضعیت	درصد فراوانی	تحصیلات	درصد فراوانی
۲۰ تا ۳۰ سال	۱۹,۶	مرد	۶۶,۴	مجرد	۶۷,۶	فوق دیپلم و کمتر	۵,۶
۳۱ تا ۴۰ سال	۳۲,۴					لیسانس	۴۵,۶
۴۱ تا ۵۰ سال	۲۸,۴	زن	۳۳,۶	متاهل	۳۲,۴	فوق لیسانس	۳۹,۶
۵۱ سال و بیشتر	۱۹,۶					دکتری	۹,۲

گام دوم، بررسی نرمال بودن داده‌های تحقیق است. نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نشان داد، سطح معناداری تمام متغیرهای این تحقیق بالای ۰/۰۵ می‌باشد. لذا توزیع داده‌ها از نوع نرمال است. بنابراین با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های مختص پارامتریک جهت آزمون فرضیه‌ها استفاده خواهد شد. در گام سوم، فرضیه‌های تحقیق آزمون شدند. فرضیه اصلی: هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد.

جدول زیر بررسی رابطه خطی بین متغیرهای پیش بینی و متغیر مستقل رانشان می‌دهد.

جدول ۲. بررسی تحلیل رگرسیون بین متغیرها

شاخص‌ها متغیرها	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۱۷۳/۶۰	۳	۴۳/۴۰	۲۴۵/۴۶	۰/۰۰۰
باقی مانده	۶۷/۰۱	۱۴۴	۰/۱۷		
مجموع	۲۴۰/۶۱	۱۴۷			

مطابق جدول (۲) با توجه به سطح معنی داری $\text{Sig} = ۰/۰۰۰$ که کمتر از $(\alpha = ۰/۰۱)$ می توان دریافت که فرض H_0 رد و فرض H_1 تایید می شود. بنابراین فرض خطی بودن رابطه متغیر مستقل با متغیر وابسته تایید می شود. همچنین این نتیجه حاصل می گردد که متغیرهای مستقل از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و قادر هستند به خوبی میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته را توضیح دهند. به عبارتی مدل رگرسیونی تحقیق مدل خوبی است و به کمک آن تغییرات متغیر عملکرد دانشگاه را با متغیرهای هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه تبیین می شود.

جدول ۳. ضریب تعیین و ضریب تعیین تصحیح شده

منابع تغییر	R	R ²	R ² تصحیح شده	Std.E
درون گروهی	۰/۸۴۹	۰/۷۲۱	۰/۷۱۹	۰/۴۲

همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۸۴۹ می باشد که نشان دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می باشد. همچنین مقدار ضریب تعیین تصحیح شده برابر است با ۰/۷۱۹ به این معنی که متغیرهای ابعاد (هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه) فقط ۷۱/۹ درصد از تغییرات عملکرد را به خود اختصاص می دهد و مابقی مربوط به دیگر مولفه ها می باشد که در این تحقیق بررسی نشده است.

آزمون دوربین-واتسون: یکی از مفروضه هایی که در رگرسیون مدنظر قرار می گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی توسط مدل رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند، امکان استفاده از رگرسیون وجود ندارد. بمنظور استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین-واتسون استفاده می شود که چنانچه مقدار آن در بازه ۲,۵ تا ۱,۵ قرار گیرد H_0 آزمون (عدم همبستگی بین خطاها) پذیرفته می شود و در غیر این صورت H_0 رد می شود (همبستگی بین خطاها وجود دارد). برای رسیدن به این مهم از آزمون دوربین-واتسون می توان استفاده کرد. مقدار این آزمون در جدول زیر محاسبه گردیده است. از آنجا که این آماره ها در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار می گیرند، می توان نتیجه گیری کرد که خطاها از یکدیگر مستقل بوده و می توان از مدل رگرسیونی جهت آزمون فرضیه ها استفاده کرد.

جدول ۴. آزمون دوربین-واتسون

آزمون	مقدار مطلوب	مقدار بدست آمده	وضعیت
Durbin-watson d	$1.5 \leq d \leq 2.5$	۲/۰۶	عدم همبستگی بین خطاها

با توجه به این که آماره مورد نظر در بازه ۱,۵ و ۲,۵ می باشد. بنابراین عدم همبستگی بین خطاها پذیرفته می شود.

جدول ۵. بررسی ضرایب متغیرهای مستقل (هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری

نوآورانه) در پیش بینی عملکرد

شاخص های آماری	ضرایب غیر استاندارد شده		T	ضرایب استاندارد شده		سطح معناداری	تورانس VIF
	B	استاندارد		Beta	خطای استاندارد		
مقدار ثابت	۰/۳۹۸	۰/۱۱	۳/۵۸	-	۰/۱۱	۰/۰۰۰	-
هوش تجاری	۰/۱۷	۰/۰۴	۳/۵۵	۰/۱۶	۰/۰۴	۰/۰۰۰	۰/۳۲
یادگیری سازمانی	۰/۰۷	۰/۰۵۸	۱/۳۱	۰/۰۷	۰/۰۵۸	۰/۱۹	۰/۲۳
رفتار کاری نوآورانه	۰/۱۹	۰/۰۵۷	۳/۴۷	۰/۴۹	۰/۰۵۷	۰/۰۰۱	۰/۲۲

همانطور که مشاهده می شود هوش تجاری با ضریب تأثیر (۰/۱۶)، رفتار کاری نوآورانه با ضریب تأثیر (۰/۴۹) و یادگیری سازمانی با ضریب تأثیر (۰/۴۷) قادر می باشد تا سهمی از متغیر عملکرد را تبیین نماید و بیشترین تأثیر در عملکرد دانشگاه را بعد رفتار کاری نوآورانه دارد. مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است. ($VIF < 5$)

فرضیه فرعی اول: یادگیری سازمانی بر عملکرد دانشگاه تأثیر معنادار دارد.

جدول ۶. بررسی ضریب تأثیر یادگیری سازمانی بر عملکرد دانشگاه

متغیر پیش	مقدار	مقدار	مقدار	مقدار	مقدار	مقدار	مقدار	مقدار	مقدار
ضریب همبستگی چندگانه R	مقدور ضریب همبستگی	خطای استاندارد برآورد	ضریب بتا استاندارد شده (Beta)	ضریب t	مقداری	تولرانس	VIF	مقدار	مقدار
یادگیری سازمانی	۰/۵۲۳	۰/۵۲۲	۰/۵۴	۰/۷۲۳	۲۰/۴۸	۰/۰۰۰	۲/۲۸	۱	۱

نتایج مندرج در جدول (۶)، پیش‌بینی عملکرد دانشگاه (متغیر ملاک) بر اساس یادگیری سازمانی (متغیر پیش بین) را نشان می‌دهد. برپایه آنچه که در جدول ارائه شده، همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۷۲۳ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. همچنین مقدار ضریب همبستگی تعدیل شده برابر است با ۰/۵۲۲ به این معنی که یادگیری سازمانی ۵۲/۲٪ از تغییرات عملکرد دانشگاه را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین مقدار بتا نشان می‌دهد میزان تاثیر یادگیری سازمانی بر عملکرد دانشگاه برابر ۰/۷۲۳ است که بیانگر آن است با افزایش یک انحراف استاندارد در یادگیری سازمانی، نمره عملکرد دانشگاه (۰/۷۲۳) انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با هدف تعیین تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده با مدل رگرسیون، از آماره دوربین واتسون استفاده شد، که برابر با ۲/۲۸ بود که این مقدار در دامنه بین ۱ تا ۳، نشان از مستقل بودن خطاها داشته است. در مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان‌دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است.

فرضیه فرعی دوم: هوش تجاری بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد.

جدول ۷. بررسی ضریب تأثیر هوش تجاری بر عملکرد دانشگاه

تغییر پیش	مجدور ضریب همبستگی چندگانه تعدیل	مجدور ضریب همبستگی چندگانه R ²	خطای استاندارد برآورد	ضریب بتا استاندارد شده	ضریب t	معناداری	دوربین واتسون	هم خطی داده ها
هوش تجاری	۰/۵۶۷	۰/۵۶۸	۰/۵۲	۰/۷۵۴	۲۲/۴۰	۰/۰۰۰	۲/۱۴	۱
تلورانس	VIF	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱

نتایج مندرج در جدول (۷)، پیش‌بینی عملکرد دانشگاه (متغیر ملاک) بر اساس هوش تجاری (متغیر پیش‌بین) را نشان می‌دهد. برپایه آنچه که در جدول ارائه شده، همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۷۵۴ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. همچنین مقدار ضریب همبستگی تعدیل شده برابر است با ۰/۵۶۷ به این معنی که هوش تجاری ۵۶/۷٪ از تغییرات عملکرد دانشگاه را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین مقدار بتا نشان می‌دهد میزان تأثیر هوش تجاری بر عملکرد دانشگاه برابر ۰/۷۵۴ است که بیانگر آن است با افزایش یک انحراف استاندارد در بعد قابلیت هوش تجاری، نمره عملکرد دانشگاه (۰/۷۵۴) انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با هدف تعیین تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده با مدل رگرسیون، از آماره دوربین واتسون استفاده شد، که برابر با ۲/۱۴ بود که این مقدار در دامنه بین ۱ تا ۳، نشان از مستقل بودن خطاها داشته است. در مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان‌دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است.

فرضیه فرعی سوم: رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه تأثیر معنادار دارد.

جدول ۸. بررسی ضریب تأثیر رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد کارکنان دانشگاه

متغیر پیشین	ضریب همبستگی چندگانه R	R ² مجذور ضریب همبستگی چندگانه	مجذور ضریب همبستگی چندگانه	خطای استاندارد برآورد	ضریب (Beta) ضریب بتا استاندارد شده	t ضریب	مقداری	توسون و اتسون	هم خطی داده ها
رفتار کاری نوآورانه	۰/۷۷	۰/۶۰۴	۰/۶۰۳	۰/۴۹	۰/۷۷	۲۴/۱۴	۰/۰۰۰	۱/۹۵	۱
									VIF
									تلورانس
									۱

نتایج مندرج در جدول (۸)، پیش‌بینی عملکرد دانشگاه (متغیر ملاک) بر اساس رفتار کاری نوآورانه (متغیر پیشین) را نشان می‌دهد. برپایه آنچه که در جدول ارائه شده، همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۷۷ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. همچنین مقدار ضریب همبستگی تعدیل شده برابر است با ۰/۶۰۳ به این معنی که رفتار کاری نوآورانه ۶۰/۳٪ از تغییرات عملکرد دانشگاه را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین مقدار بتا نشان می‌دهد میزان تأثیر رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه برابر ۰/۷۷ است که بیانگر آن است با افزایش یک انحراف استاندارد در رفتار کاری نوآورانه، نمره عملکرد دانشگاه (۰/۷۷) انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با هدف تعیین تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده با مدل رگرسیون، از آماره دوربین واتسون استفاده شد، که برابر با ۱/۹۵ بود که این مقدار در دامنه بین ۱ تا ۳، نشان از مستقل بودن خطاها داشته است. در مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است.

فرضیه فرعی چهارم: هوش تجاری بر یادگیری سازمانی تأثیر معنادار دارد.

جدول ۹. بررسی ضریب تأثیر هوش تجاری بر یادگیری سازمانی

متغیر پیش بین	ضریب همبستگی چندگانه R ²	محدود ضریب همبستگی چندگانه	خطای استاندارد برآورد	ضریب بتا استاندارد شده (Beta)	ضریب t	معناداری	تفسیر واتسون	خطای مطلق	VIF	تورانس
هوش تجاری	۰/۸۱۸	۰/۶۶۸	۰/۴۵	۰/۸۱۸	۲۷/۷۴	۰/۰۰۰	۱/۹۴	۱	۱	۱

نتایج مندرج در جدول (۹)، پیش‌بینی یادگیری سازمانی (متغیر ملاک) بر اساس هوش تجاری (متغیر پیش‌بین) را نشان می‌دهد. بر پایه آنچه که در جدول ارائه شده، همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۸۱۸ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. همچنین مقدار ضریب همبستگی تعدیل شده برابر است با ۰/۶۶۷ به این معنی که هوش تجاری ۶۶/۷٪ از تغییرات یادگیری سازمانی را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین مقدار بتا نشان می‌دهد میزان تأثیر هوش تجاری بر یادگیری سازمانی برابر ۰/۸۱۸ است که بیانگر آن است با افزایش یک انحراف استاندارد در هوش تجاری، نمره یادگیری سازمانی (۰/۸۱۸) انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با هدف تعیین تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده با مدل رگرسیون، از آماره دورین واتسون استفاده شد، که برابر با ۱/۹۴ بود که این مقدار در دامنه بین ۱ تا ۳، نشان از مستقل بودن خطاها داشته است. در مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان‌دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است.

فرضیه فرعی پنجم: هوش تجاری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه تأثیر معنادار دارد.

جدول ۱۰. بررسی ضریب تأثیر هوش تجاری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه

متغیر پیش بین	ضریب همبستگی چندگانه R	مجلدور ضریب همبستگی چندگانه R ²	مجلدور ضریب همبستگی چندگانه تعدیل	خطای استاندارد برآورد	ضریب بتا استاندارد شده (Beta)	ضریب t	معناداری	تورم و اتسون	VIF	هوش تجاری
۱	۰/۸۱۴	۰/۶۶۵	۰/۶۶۷	۰/۵۲	۰/۷۷۴	۲۴/۴۸	۰/۰۰۰	۱/۹۶	۱	۱

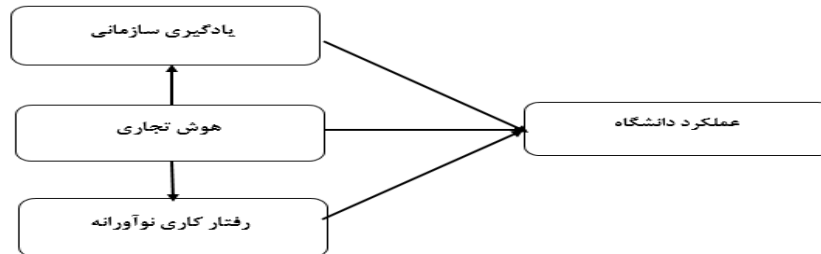
نتایج مندرج در جدول (۱۰)، پیش‌بینی رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه (متغیر ملاک) بر اساس هوش تجاری (متغیر پیش‌بین) را نشان می‌دهد. برپایه آنچه که در جدول ارائه شده، همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۸۱۴ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. همچنین مقدار ضریب همبستگی تعدیل شده برابر است با ۰/۶۶۷ به این معنی که هوش تجاری ۶۶/۷٪ از تغییرات رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین مقدار بتا نشان می‌دهد میزان تأثیر هوش تجاری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان برابر ۰/۷۷۴ است که بیانگر آن است با افزایش یک انحراف استاندارد در بعد قابلیت هوش تجاری، نمره رفتار کاری نوآورانه کارکنان (۰/۷۷۴) انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با هدف تعیین تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده با مدل رگرسیون، از آماره دوربین واتسون استفاده شد، که برابر با ۱/۹۶ بود که این مقدار در دامنه بین ۱ تا ۳، نشان از مستقل بودن خطاها داشته است. در مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان‌دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است.

فرضیه فرعی ششم: رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه بر یادگیری سازمانی تأثیر معنادار دارد.

جدول ۱۱. بررسی ضریب تأثیر رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه بر یادگیری سازمانی

متغیر پیش بین	ضریب همبستگی چند گانه R	مجدور ضریب همبستگی چند گانه R ²	مجدور ضریب همبستگی چند گانه تعدیل	خطای استاندارد برآورد	ضریب بتا استاندارد شده (Beta)	ضریب t	معناداری	اتسون و واتسون	خطای ۹۵٪	VIF	تلورانس
رفتار کاری نوآورانه	۰/۸۱۶	۰/۶۷۸	۰/۶۵۶	۰/۵۴	۰/۶۵۴	۲۴/۴۶	۰/۰۰۰	۲/۱۸	۱	۱	۱

نتایج مندرج در جدول (۱۱)، پیش‌بینی یادگیری سازمانی (متغیر ملاک) بر اساس رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه (متغیر پیش‌بین) را نشان می‌دهد. برپایه آنچه که در جدول ارائه شده، همبستگی کلی بین متغیرهای تحقیق برابر ۰/۸۱۶ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای تحقیق می‌باشد. همچنین مقدار ضریب همبستگی تعدیل شده برابر است با ۰/۶۵۶ به این معنی که رفتار کاری نوآورانه کارکنان ۶۵/۶٪ از تغییرات یادگیری سازمانی را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین مقدار بتا نشان می‌دهد میزان تأثیر رفتار کاری نوآورانه کارکنان بر یادگیری سازمانی برابر ۰/۶۵۴ است که بیانگر آن است با افزایش یک انحراف استاندارد در رفتار کاری نوآورانه کارکنان، نمره یادگیری سازمان (۰/۶۵۴) انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. همچنین با هدف تعیین تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده با مدل رگرسیون، از آماره دوربین واتسون استفاده شد، که برابر با ۲/۱۸ بود که این مقدار در دامنه بین ۱ تا ۳، نشان از مستقل بودن خطاها داشته است. در مقادیر VIF در تمامی مسیر و متغیرها دارای تورم واریانس نبوده و همچنین ضریب تحمل بالا دارند، در نتیجه، مقدار ضریب تحمل بالا و تورم واریانس پایین، نشان‌دهنده عدم هم خطی بودن و مناسب بودن مدل رگرسیون است. با توجه به یافته‌های تحقیق مدل تایید شده به شکل زیر تعریف شده است:



شکل ۲. مدل تایید شده تحقیق

بحث و نتیجه گیری

این تحقیق با هدف بررسی رابطه هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه با عملکرد کارکنان دانشگاه انجام شد. نتایج نشان داد: یادگیری سازمانی بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد. هوش تجاری بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد. رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه تاثیر معنادار دارد. هوش تجاری بر یادگیری سازمانی تاثیر معنادار دارد. هوش تجاری بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان دانشگاه تاثیر معنادار دارد. بنابراین هوش تجاری، یادگیری سازمانی و رفتار کاری نوآورانه بر عملکرد دانشگاه آزاد فیروزکوه تاثیر معنادار دارد. با توجه به نتایج می توان بیان نمود، نقش اطلاعات در زمینه تصمیم گیری های اقتصادی سازمان ها بسیار حیاتی است و مدیران بدون اطلاعات کافی، فرصت ها و تهدیدهای سرمایه گذاری را به طور مناسب تشخیص نمی دهند. برای این که اطلاعات بتواند بر تصمیمات مدیران و استفاده کنندگان صورت های مالی موثر واقع شود، باید در زمان مناسب، به موقع، کامل و بدون قضاوت های شخصی در اختیار آنان قرار گیرد. ضمن آنکه ویژگی های این اطلاعات بر عوامل دیگری مانند: هوش تجاری، قابلیت ها و توانایی های یادگیری سازمانی و افزایش رفتار کاری نوآورانه کارکنان در دانشگاه تاثیر مستقیم دارد. افزایش سرعت گزارشگری نیز به دلیل استفاده به موقع تر اطلاعات در اتخاذ تصمیم های اقتصادی توسط مدیران، می تواند به شفافیت بیشتر اطلاعات مالی دانشگاه ها و به تبع آن، شفافیت بیشتر بازار برای سرمایه گذاران منجر شود که این موضوع به نوبه خود می تواند تأثیر به سزایی بر بهبود عملکرد دانشگاه ها و جذب سرمایه داشته باشد. ضمن آنکه در حال حاضر همه دانشگاه ها در هر لحظه با انبوهی از داده های مختلف مواجه هستند که استفاده از هوش تجاری و ابزارهای آن، ارزش قائل شدن برای رفتار کاری نوآورانه کارکنان و افزایش نوآوری و قابلیت های پذیرش یادگیری

سازمانی، برای هر کسب و کاری ضروری است. چون هدف نهایی این عوامل، هدایت تصمیمات بهتر تجاری است و دانشگاه‌ها را قادر به افزایش درآمد، بهبود کارایی عملیاتی و کسب مزیت‌های رقابتی نسبت به رقبای تجاری خود می‌کند. نتیجه این پژوهش با نتایج پژوهش‌های (عمو اوبائی مقدم و الهیاری، ۱۴۰۲)، (رشیدی و رضائیان، ۱۴۰۱) و (ال‌دری و فام^۱، ۲۰۲۲)، (یانگ و همکاران، ۲۰۲۲) همسو می‌باشد. (عمو اوبائی مقدم و الهیاری، ۱۴۰۲) در نتیجه پژوهش خود دریافتند: با تبیین نقش یادگیری سازمانی در سازمان‌ها کارمندان قادرند مسائل و مشکلات مربوط به حوزه فعالیت خود را شفاف بیان کرده و برای آن‌ها راه حل مناسب ارائه دهند و حتی گاهی مسائلی که هنوز دست و پاگیر سازمان نشده است را طراحی و حل نمایند تا در زمان وقوع آن زمان کافی برای گرفتن بهترین تصمیمات را داشته باشند. رشیدی و رضائیان (۱۴۰۱) در نتیجه مطالعه خود بیان داشتند: هوش تجاری بر عملکرد بانک‌های خصوصی تاثیر دارد. همچنین هوش تجاری با نقش میانجی ارزش ویژه برند و خلاقیت بر عملکرد بانک‌های خصوصی استان خوزستان تاثیر مثبت و معناداری دارد. ال‌دری و فام (۲۰۲۲) در نتیجه پژوهش خود دریافتند: هوش تجاری بر اشتراک دانش، نوآوری واحدهای کسب و کار کوچک و متوسط و رفتار کاری نوآورانه تاثیر دارد. علاوه بر این، هوش تجاری از طریق به اشتراک گذاری دانش و نوآوری واحدهای کسب و کار کوچک و متوسط بر رفتار کاری نوآورانه تاثیر می‌گذارد. تاثیر اشتراک دانش بر رفتار کاری نوآورانه در نهایت، نوآوری واحدهای کسب و کار کوچک و متوسط بر رفتار کاری نوآورانه تاثیر می‌گذارد، سازمان‌ها می‌توانند به حداکثر برتری قوی دست یابند و در بازار رقابتی باقی بمانند. یانگ و همکاران^۲ (۲۰۲۲) نیز در نتیجه مطالعه خود دریافتند: کلید موفقیت تجارت برای بسیاری از سازمان‌ها، استفاده صحیح از داده‌ها جهت تصمیم‌گیری بهتر، سریع‌تر و بی‌نقص‌تر است. سازمان‌ها جهت دستیابی به این هدف نیاز به استفاده از ابزارهای قوی و موثری مانند: هوش تجارت به عنوان عامل مثبتی که می‌تواند آنها را در مکانیزه کردن کارهای آنالیز، تصمیم‌گیری، تدوین استراتژی و پیش‌بینی کمک کند، دارند. به عبارت دیگر، هدف استفاده از هوش تجارت در این سازمان‌ها جمع‌آوری، پردازش، و آنالیز حجم زیادی از داده و تبدیل آن‌ها به ارزش تجاری موثر بر تصمیم‌گیری از طریق ایجاد پلتفرم‌های گزارشی هوشمند تحلیلی است. همچنین نتایج نشان داد هوش تجارت و نوآوری، تأثیری حیاتی بر

¹ -Al Derei & Fam

² -Yang et all

عملکرد سازمان‌ها دارد. در این راستا همچنین دونگ‌ها (۲۰۲۰) دریافت: مأموریت، مشارکت و بی‌ثباتی در فرهنگ سازمانی تاثیر مثبتی بر سیستم اطلاعات حسابداری سازمان‌های کوچک و متوسط در ویتنام دارد. علاوه بر این، مأموریت، مشارکت و تطبیق‌پذیری در فرهنگ سازمانی تأثیرات مثبتی بر عملکرد عملیاتی سازمان می‌گذارد. یکی دیگر از یافته‌های این است که سیستم اطلاعات حسابداری تأثیر مثبتی بر عملکرد عملیاتی سازمان‌های کوچک و متوسط در ویتنام دارد. میچینو و میچینو^۱ (۲۰۲۲) نیز در نتیجه پژوهش خود دریافتند: هوش تجاری گروه کاری ساختار چهار عاملی دارد و می‌توان آن را با ۱۶ آیتم به‌طور قابل اعتماد اندازه‌گیری کرد. علاوه بر این، می‌توان از آن به‌عنوان معیار پیش‌بینی عملکرد تیم استفاده کرد.

منابع

- انصاری، زینت. حجازی، رضوان. زراعت کیش، یعقوب. خانی معصوم آبادی، ذبیح‌الله. (۱۴۰۲). پیش‌بینی چرخه عمر و ارزیابی عملکرد سازمان‌ها با استفاده از الگوریتم درخت تصمیم و تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، **فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی**، ۱۵ (۴): ۴۳-۶۸.
- بهمن‌یار، سمیه. (۱۴۰۲). نقش واسطه‌ای یادگیری مادام‌العمر در رابطه فرهنگ‌سازمانی و رفتار نوآورانه در معلمان مدارس ابتدایی شهرستان زیرکوه، **نشریه روانشناسی و علوم تربیتی در هزاره سوم**، ۶ (۴): ۴۱۸-۴۳۸.
- جدالی، محمد. جدالی، فرشید. (۱۴۰۰). اثر مدیریت دانش بر بهبود رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی هوش تجاری در بانک سپه تبریز، **نشریه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت**، ۴ (۴): ۱-۱۲.
- خیراندیش، مریم. (۱۳۹۹). **هوش تجاری چیست؟ سیستم هوش تجاری چگونه باعث رونق کسب و کار شما می‌شود؟**، مجموعه مقالات سامانه مدیریت فرآیندهای کسب و کار اهران.
- رشیدی، هاشم. رضائیان، علی. (۱۴۰۱). تاثیر هوش تجاری بر عملکرد با نقش میانجی‌گری ارزش‌برند و خلاقیت (مورد مطالعه بانک‌های خصوصی استان خوزستان)، **نشریه مدیریت بازاریابی**، ۱۲ (۳): ۸۵-۱۰۱.
- علمی‌حسینی، افشین. رسولی، اسحق. (۱۳۹۹). **بررسی تاثیر هوش تجاری و ظرفیت‌های یادگیری بر عملکرد تجاری استارت آپ**، ششمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری.

¹- Michinov & Michinov

طاهری، مصطفی. عزیزی، ایمان. (۱۳۹۹). بررسی نقش میانجیگری نوآوری سازمانی در تاثیر قابلیت‌های یادگیری بر عملکرد سازمان‌های دولتی، **فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان**، ۸(۲): ۱۷۳-۱۹۷.

عمو اوبائی مقدم، محمد. الهیاری، رحمت اله. (۱۴۰۲). تبیین نقش یادگیری سازمانی در سازمان‌های یادگیرنده، **نشریه رویکرد فلسفه در مدارس و سازمان‌ها**، ۲(۱): ۵۴-۶۷.

فتحی‌اهوازی، محبوبه. (۱۳۹۵). **یادگیری سازمانی و عملکرد کارکنان و نوآوری**، کنفرانس بین‌المللی نخبگان مدیریت. تهران.

کاظمی، کاظم. (۱۳۹۷). **بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی و توانمندسازی کارکنان**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی.

مهدی، میثاق. قلجایی، مهرانگیز. (۱۴۰۱). **عوامل موثر بر رفتار کاری نوآورانه کارکنان سازمان‌های بیمه خصوصی**، اولین همایش ملی رویکردهای نظری و فناوری‌های نوین در علوم اداری.

نصیری، سپیده‌سادات. سلیمانی امیری، غلامرضا. (۱۳۹۹). ارزیابی عملکرد سازمان‌های سرمایه‌گذاری در ایران، **فصلنامه پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی**، ۱۲(۴): ۱۳۵-۱۹۰.

نوروزی، حسین. خدای، سهیلا. عبیدی، زهرا. (۱۴۰۱). تاثیر هوش تجاری بر عملکرد سازمان با در نظر گرفتن نقش میانجی تسهیم دانش، نوآوری سازمانی و مزیت رقابتی، **فصلنامه مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی**، ۳(۴): ۲۸-۱۸.

Aktar, A; & Pangil, F. (2018). Mediating role of organizational commitment in the relationship between human resource management practices and employee engagement: Does black box stage exist, **International Journal of Sociology and Social Policy**, 15 (2): 188-214.

Al derei, S, Kh; & Fam, S, F. (2022). The impact of business intelligence, knowledge sharing and SMEs innovation on innovative work behavior: A proposed framework for SMEs, **General management**, 24 (8): 98- 105

Dung Ha, V. (2020). Impact of Organizational Culture on the Accounting Information System and Operational Performance of Small and Medium Sized Enterprises in Ho Chi Minh City, **Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 7 (2): 301-308.

Fink, L; Yogev, N; & Even, A. (2017). Business intelligence and organizational learning: An empirical investigation of value creation processes, **Information & Management**, 54: 38-56.

Godínez, J, AB; Serralde-Coloapa, J, L; Ulloa-Marquez, M, S; Gordillo-Mejia, A; & Acosta-Gonzaga, E. (2020). Identifying the main factors involved in business intelligence implementation in SMEs, **Bulletin of Electrical Engineering and Informatics**, 9 (1): 304-310

Gomes, G; & Wojahn, R.M. (2017). Organizational learning capability, innovation and performance: study in small and medium-sized enterprises (SMES). **Revista de Administração**, 52: 163-175.

- Huang, ZH, X; Savita, K, S; & Zhong- Jie, J. (2022). The Business Intelligence impact on the financial performance of start-ups, **Information Processing and Management**, 59: 231-250.
- Kalmuk, G; & Acar, A.Z. (2015). The Mediating Role of Organizational Learning Capability OnThe Relationship Between Innovation and Firm's Performance: A Conceptual Framework. **Procedia, Social and Behavioral Sciences**, 210: 164-169.
- Kmieciak, R. (2021). Trust, knowledge sharing, and innovative work behavior: empirical evidence from Poland, **European Journal of Innovation Management**, 24(5): 1832–1859.
- Li, P; Menon, M; & Liu, Z. (2019). Green innovation under uncertainty - a dynamic perspective, **Int. J. Serv. Econ. Manag.** 10 (1): 68–88.
- Moussa, N, B; & El, Arbi, R. (2020). **The impact of Human Resources Information Systems on individualinnovation capability in Tunisian companies: The moderating role of affective commitment.** European Research on Management and Business Economics.
- Qu, K; & Liu, Z. (2022). Green innovations, supply chain integration and green information system: A model of moderation, **Journal of Cleaner Production**, 339: 88-101.
- Raza, Z. (2020). **Effects of regulation- driven green innovations on short sea shipping's environmental and economic performance,** Transportation Research Part D: Transport and Environment.
- Yang, M; Sulaiman, R; Yin, Y; Mallamaci, M; & Alrabaiah, H. (2022). The effect of business intelligence, organizational learning and innovation on the financial performance of innovative companies located in Science Park, **Information Processing and Management**, 50: 1-21.
- Yiu, L, D; Yeung, A. C; & Cheng, T. E. (2021). The impact of business intelligence systems on profitability and risks of firms, **International Journal of Production Research**, 59(13):3951–79.

The relationship between business intelligence, organizational learning and innovative work behavior with the performance of university employees

*Quarterly Journal of Educational Leadership
& Administration*

*Islamic Azad University, Garmsar Branch
Vol.17, No 2, Summer 2023, No.64*

The relationship between business intelligence, organizational learning and innovative work behavior with the performance of university employees

Mohammad Reza Rostami¹, Hamideh Mirshahi²

Abstract:

Purpose: The purpose of this research was to investigate the relationship between business intelligence, organizational learning and innovative work behavior with the performance of employees of Firuzkoh Azad University.

Method: The current research method is descriptive-correlation in terms of data collection and applied research in terms of objectives. To collect data, the library method (referring to books, articles, libraries, etc.) and the field method (4 standard questionnaires) have been used. The standard questionnaire of commercial intelligence in business (Perovich, 2012), the standard questionnaire of Peter Sange's organizational learning, the questionnaire of financial performance (Azizi, 2013) and the standard questionnaire of innovative work behavior (Dijang and Denhartok, 2010). The statistical population of the research includes: employees of Firuzkoh Azad University, which are 250 people. According to Morgan's table, the statistical sample is estimated to be 148 people. SPSS software was used to analyze the data.

Findings: Organizational learning has a significant impact on the university's performance. Business intelligence has a significant impact on the university's performance. Innovative work behavior has a significant impact on the university's performance. Business intelligence has a significant impact on organizational learning. Business intelligence has a significant impact on the innovative behavior of university employees.

Conclusion: Therefore, there is a significant relationship between business intelligence, organizational learning and innovative work behavior with the performance of employees of Firuzkoh Azad University and the university can benefit from the final research model to strengthen business intelligence, organizational learning and innovative work behavior of employees.

Keywords: business intelligence, organizational learning, innovative work behavior, financial performance.

¹ - Department of Management, Shahrood branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran.

² - Department of Management, Shahrood branch, Islamic Azad University, Shahrood, Iran.