

شناسایی سطح هوش سازمانی با رویکرد رفتاری و عاطفی / اجتماعی

مهناز کریمی^{۱*}، ابوالحسن فقیهی^۲، اکبر عالم تبریز^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

^۲ استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۳ استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

تاریخ دریافت: آبان ۱۳۹۷، اصلاحیه: آذر ۱۳۹۷، پذیرش: آذر ۱۳۹۷

چکیده

هدف این پژوهش شناسایی مولفه‌های هوش سازمانی در دو بعد رفتاری و عاطفی / اجتماعی و سپس شناسایی سطح هوش سازمانی در یک بانک تجاری می‌باشد. بدین منظور با بررسی ادبیات موضوع، شناسایی و تقسیم‌بندی مولفه‌ها از دیدگاه معرفت‌شناختی، در سه گروه‌شناختی، رفتاری و عاطفی / اجتماعی، با هدف ارائه مدل مفهومی صورت گرفت. سپس با بکارگیری معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای SPSS 23 و Smart PLS آزمون‌ها لازم جهت بررسی و تایید مدل انجام شد و پس از آن به منظور شناسایی سطح هوش سازمانی با تکمیل پرسشنامه طراحی شده در جامعه آماری (بانک صادرات ایران) با تکمیل ۱۲۸ پرسشنامه به روش نمونه‌گیری تصادفی صورت گرفت. نتایج نشان می‌دهد: سطح کل هوش سازمانی در بانک صادرات ایران با میانگین چهارده مولفه احصا شده (شامل ۸ مولفه در بعد عاطفی / اجتماعی و ۶ مولفه در بعد رفتاری) نزدیک به عدد سه از پنج (۲/۸۲) بوده و در کل بیشترین مقادیر در مولفه‌های رفتاری (ذینفعان، ارتباطات) و پایین‌ترین مقادیر در مولفه‌های عاطفی / اجتماعی (تشویق و رهبری) مشاهده شد. با توجه به این که نوع تحقیق در مرحله شناسایی مولفه‌ها، اکتشافی، روش جمع‌آوری اطلاعات، میدانی و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه است بنابراین تحقیق پیمایشی می‌باشد. همچنین روایی و پایایی ابزار سنجش از طریق آزمون‌های مربوطه تایید شد.

کلمات کلیدی: هوش سازمانی، رویکرد رفتاری، رویکرد عاطفی / اجتماعی، بانک، معادلات ساختاری

۱- مقدمه

تجارب، ظرفیت محدود برای نوآوری، فقدان تمرکز بر ارتباط و عمل به گونه‌ای که هر یک از این موارد کندذهنی سازمانی می‌تواند نشانه‌ای از به خطر افتادن بقای بلندمدت سازمان به ویژه در جهان پیچیده و در حال تغییر می‌باشد. از نظر گاورنر گلدنیک^۱ نیز در هیچ کجا بیشتر از بازار کار تاکید بر روی دانش نیست. [۲۶]

آلبرخت (۲۰۰۳) بیان می‌کند که چه بسیار افراد هوشمند، باذوق و اندیشه که بعد از سال‌ها درگیری و ستیز به افراد بی‌انگیزه و ناکارآمد تبدیل می‌شوند. افراد هوشمند به دلخواه خود می‌خواهند که چنین امری اتفاق بیافتد و رهبران نیز با رفتار خود یعنی پذیرش و چشم‌پوشی اجازه گسترش آن را می‌دهند و اظهار می‌دارد که در طول ۲۵ سال تجربه به عنوان یک مشاور مدیریتی سازمان‌های زیادی را دیده که بیش از آن که رقبای لایق به آنها آسیب برسانند خودشان باعث شکست خود می‌شوند. [۷]

در دهه‌های اخیر صنعت بانکداری، با محیطی پیچیده و دشوار، متأثر از متغیرهای کلان در داخل کشور و حتی متغیرهای کلان جهانی و از طرفی افزایش رقابت به علت ظهور بانک‌های خصوصی در مقابل بانک‌های

آلبرخت (۲۰۱۰) هوش سازمانی را بکارگیری توان فکری سازمان برای دستیابی به رسالت و مأموریت در محیط رقابتی تعریف می‌کند. هوش سازمانی ترکیبی از تمام مهارت‌های لازم برای بقای سازمان در محیط رقابتی است. [۶] روز به روز آشکارتر می‌شود که: هوش فردی به تنهایی توانایی چیرگی بر مسایل و چالش‌های متعددی که پیش روی سازمان است را ندارد و نیاز به ایجاد هوش جمعی در درون سازمان‌ها، به عنوان یک ضرورت، اهمیت پیدا می‌کند. [۱۹]

امروزه ضرورت عمل و عکس‌العملی هوشمندانه، نه در تئوری‌ها و کتاب‌های مدیریت که چالش روزانه برای مدیران سازمان‌ها است. در این شرایط، توجه نظریه‌پردازان و مدیران سازمانی بر روی تقویت جنبه‌ای که توانایی فکری یک سازمان یا هوش سازمانی نامیده می‌شود متمرکز می‌گردد. فقدان هوش سازمانی در شرایط کنونی سازمان‌ها ممکن است خود را در بسیاری از جهات نشان دهد که برخی عبارتند از: عدم آگاهی یا درک درست از تغییرات محیطی، پاسخ کند به مسایل و مشکلات، سیاست‌ها و تصمیمات غیرمنسجم و غیرکارآمد، شکست در یادگیری از

^۱ Gavnergeldnig

*mahnaz.karimi@yahoo.com

اند. (مک مستر^۳، ۱۹۹۶، هلال^۴، ۱۹۹۷، ایرکتین^۵، ۲۰۰۴، چو^۶، ۱۹۹۵) که همه این موارد اساساً با جنبه‌های فنی، فرهنگی و اجتماعی پردازش اطلاعات و انطباق با محیط مربوط می‌شود. به این ترتیب، اجزای اصلی هوش سازمانی که می‌تواند در نگاه اول استنباط شود: ظرفیت پردازش اطلاعات سازمانی و قابلیت انطباق سازمانی می‌باشد. ظرفیت پردازش اطلاعات سازمانی اشاره به ظرفیت یک سازمان برای جمع‌آوری، تفسیر، به اشتراک‌گذاری، تولید و استفاده از اطلاعات در بستر تجربیات سازمانی می‌باشد. (نادلر و توشمن^۷، ۱۹۷۸، توماس و مک دانیل^۸، ۱۹۹۰؛ وانگ^۹، ۲۰۰۳) قابلیت انطباق سازمانی بیان می‌کند که سازمان‌ها به‌طور موثر می‌توانند به چالش‌های محیطی پاسخ دهند. [۱۰]

بررسی تاریخچه هوش نشان می‌دهد که در هر برهه زمانی، رویکردی بر مطالعات هوش، حاکم بوده است که بر تعاریف و تئورهای ارائه شده نیز تاثیر گذاشته است جهت تلاش برای ایجاد یک تئوری و تعریفی عمومی و جامع از هوش نباید آن را به یک حوزه محدود کرد. تعریفی مفید از هوش باید محدوده‌ای گسترده از توانایی‌ها را دربرگیرد، از توانایی‌هایی که به‌صورت کامل درک شده‌اند، تا توانایی‌هایی که هنوز قابل درک نیستند. در کل می‌توان بیان داشت که: در تعاملات دو جانبه بین عوامل انسانی و ساختار سازمانی، با تلفیق توانایی‌های پردازش اطلاعات، عاطفی و انطباقی، هوش سازمانی به‌طور نهفته تغییر یافته و بازآفرینی می‌شود. [۱۷] در چند دهه اخیر که هوش سازمانی وارد ادبیات سازمانی شده است، محققین هوش سازمانی سعی در تبیین و کاربردی‌سازی مفاهیم این پدیده پیچیده و انتزاعی از دیدگاه‌های مختلف: شناختی، رفتاری و عاطفی/ اجتماعی نموده‌اند. هر دیدگاه به قسمت‌های مختلفی از این پدیده پیچیده توجه و هر دیدگاه سعی داشته تا کمبودهای دیدگاه‌های دیگر را جبران کند. به عنوان مثال، با این‌که دیدگاه‌شناختی، ساختارها و پروسه‌های داخلی مانند توانایی پردازش اطلاعات را برجسته کرده است، اما محیط را در نقشی غیر موثر قرار داده است و ادعای ارتباط بازنمودی و یا عدم ارتباط مفهومی دارد. دیدگاه رفتاری نیز روابط رفتاری-محیطی را مخاطب قرار می‌دهد که این منجر به رفتار انطباقی سازمان‌ها با محیط خارجی می‌شود. نکته قابل توجه این‌جاست که دیدگاه فوق توانایی‌های پردازش اطلاعات را از بین می‌برد. در ادامه به تشریح هر کدام از این رویکردها می‌پردازیم.

۲-۱ رویکرد شناختی

در این دیدگاه، هوش فرایند ذهنی کسب و درک اطلاعات شامل جنبه‌های مختلف از قبیل آگاهی، ادراک، استدلال، حافظه و قضاوت می‌باشد. از دیدگاه‌شناختی، یادگیری روند اصلاح تفاسیر از وقایع و اقدامات و در نتیجه تغییر طیفی از رفتارهای بالقوه فرد است. (هابر ۱۹۹۱، فیل و لیلز ۱۹۸۵ نقل شده توسط کاتینو و پاتریتا ۲۰۱۳) [۲۲]

پرسابقه دولتی مواجه است، بنابراین بانک‌هایی که به دنبال راهکارهای منطقی و هوشیارانه نباشند، کم کم از صحنه رقابت حذف می‌گردند و دیگر نمی‌توانند به عدم کارایی و اثربخشی شعب خویش بی‌تفاوت باشند، لذا لازم است هوشمندی رقابتی در بانک‌ها نهادینه شود. همچنین دشوار است که نشانه‌های فزاینده تهدیدات رقابتی، که محصولات و خدمات شرکت‌های مالی که با افزایش پیچیدگی و محیط پویا همراه است، را ندیده بگیریم. به منظور ایجاد و حفظ مزیت در بازار، شرکت‌ها باید بر تعداد زیادی از عوامل درباره فعالیت‌های رقبا و همچنین همه جنبه‌های کسب و کار نظارت داشته باشند. در کل محیط تقریباً با ثباتی که بسیاری از بانک‌ها دهه‌ها بود در آن مشغول فعالیت بودند به محیط متغیر و پیچیده امروزی تبدیل شده است. در این شرایط هوشمندانه‌تر عمل کردن ضرورتی و یا حداقلی برای بقا می‌باشد، در صورتی‌که زمانی با میزان هوشمندی کمتری، حداکثر موفقیت حاصل می‌گردد.

۲- ادبیات پژوهش

مطالعه هوش به عنوان ویژگی بارز انسانی، جهت درک کامل انسان، در دهه‌های اخیر در درون سیستم‌های اجتماعی و توسط علوم مختلفی چون روانشناسی فردی، اجتماعی و مدیریت مورد توجه قرار گرفته است. انجام این مطالعات از دیدگاه‌های مختلف و با مقاصد متفاوت منجر به ایجاد تعاریف و تئوری‌های متعدد، پراکنده و گاه متناقض شده است که از جمله الزامات و چالش‌های این حوزه را می‌توان جمع‌بندی و گروه‌بندی این دیدگاه‌های پراکنده برشمرد تا مسیر تحقیقات آتی مشخص‌تر گردد. به عبارتی با در نظر گرفتن پیشینه کلمه هوش در ادبیات عامه، علمی و سازمانی، تعدد رویکردها و تئورهای علمی ارائه شده و نیز عدم وجود تعریفی دقیق و شفاف و یا تئوری کامل و جامع در این حوزه، چالش‌های بنیادین در این مفهوم نو سازمانی و زمینه تحقیقاتی مشهود است. در این راستا این تحقیق کوشیده است با مشخص نمودن ابعاد مولفه‌های مورد بررسی گامی هر چند کوچک در جهت تعالی ادبیات این موضوع بردارد.

هوش سازمانی، یک مفهوم چند بعدی و چند وجهی شامل فعل و انفعال بازگشتی از قابلیت‌های شناختی، رفتاری و عاطفی سازمان، برای انطباق، تغییر و شکل دادن محیط خود است. بنابراین، هوش سازمانی از افرادی و جامعه‌ای که آن را تشکیل داده و در آن زندگی می‌کنند جدا نیست. [۵] همچنین ضرورت بکارگیری روانشناسی اجتماعی فراتر از روانشناسی فردی جهت رسیدن به درکی روشن از هوش سازمانی، حاکی از گستردگی موضوع هوش و در مقابل عدم اعتبار کافی مدل‌های طراح شده برای سنجش آن، خود مساله‌ای است که نیازمند تحقیقات بنیادین و گسترده در این زمینه است. [۱۵]

سازمان‌ها مانند افراد، دارای ابعاد چندگانه از شایستگی هستند. (آلبرخت، ۲۰۱۰، استالینسکی^۲، ۲۰۰۴) بنابراین، هوش سازمانی باید به عنوان یک ساختار متشکل از مولفه‌های مختلف در نظر گرفته شود. ادراک، شناخت، حافظه، یادگیری، ارتباطات، استدلال، فرهنگ، پردازش اطلاعات و انعطاف‌پذیری رفتار، به عنوان اجزای هوش سازمانی در ادبیات بیان شده

² stalinski

³ McMaster

⁴ Helal

⁵ Ercetin

⁶ Choo

⁷ Nadler & Tushman

⁸ Thomas and McDaniel

⁹ Wang

سایرنیتیک یک چارچوب منسجم ارائه کرده و بیان می‌دارد که: چابک، سریع و قدرتمند بودن برای سازمان‌ها کافی نیست؛ مسئله مهم باهوش‌تر بودن است. گانزرت^{۱۷} و همکاران (۲۰۱۲) علاوه بر تاکید بر پردازش اطلاعات شناختی، روابط بازیگران محیطی و جستجوی محیطی را نیز از مولفه‌های تشکیل دهنده هوش سازمانی بر می‌شمرد. [۱۴]

۲-۳ رویکرد عاطفی/اجتماعی

تمرکز بر رویکرد عاطفی/اجتماعی هوش نیز توسط گروهی دیگری از دانشمندان دنبال شده است. کوی نگوین‌هوی^{۱۸} (۱۹۹۹) قابلیت عاطفی سازمان را به صورت «توانایی یک سازمان در شناخت، درک، بررسی، عمومی‌سازی و استفاده از عواطف اعضای سازمان جهت هماهنگ‌سازی آنها با فرایندها و ساختارهای سازمان» تعریف می‌کند. [۱۶] هرچند مفهوم قابلیت عاطفی دائماً در حال تغییرات بنیادین بوده و مولفه‌های متعددی برای آن معرفی شده که غالباً در سطح فردی می‌باشد، اما شش مولفه معرفی شده توسط هوی توسط غالباً محققانی که بر بعد عاطفی (در سطح سازمانی) تمرکز داشته‌اند مورد استفاده قرار گرفته است. در این رویکرد هوش سازمانی به عنوان یک خروجی اجتماعی خلق شده از تعاملات افراد در سازمان، علاوه بر تعامل سازمان و محیط توصیف شده است. (هلال، ۱۹۹۷، چو، ۱۹۹۵، گلین^{۱۹}، ۱۹۹۶). یعنی هوش نقش خود را در ساختار اجتماعی ایفا می‌کند. فرایندها، داخل و اطراف این ساختار اجتماعی نمی‌تواند مستقل از احساسات انسانی باشد. (دماگالسکی^{۲۰}، ۱۹۹۹، ایونیس^{۲۱}، ۲۰۰۱) احساسات نه تنها برای انسان‌ها بلکه برای سازمان‌ها هم حیاتی است. آگگن^{۲۲} و همکاران (۲۰۰۷) بیان می‌دارند: بنیان اجتماعی یک سازمان نمی‌تواند بدون احساسات و عواطف انسانی وجود داشته باشد. سازمان‌ها از روابط اجتماعی و تعامل‌های پیچیده تشکیل شده است که عمیقاً متأثر از احساسات فردی و هم احساسات جمعی است. (ایونیس، ۲۰۰۱) توانایی یک سازمان برای برخورد موثر با احساسات، بیانگر هوش هیجانی جمعی آن سازمان می‌باشد. [۵]

هوش هیجانی جمعی مشابه هوش هیجانی فردی ولی در سطح سازمانی محسوب می‌شود و می‌توان آن را به عنوان یک ویژگی نو سازمانی نشات گرفته از افراد در سازمان مشاهده کنیم، که در سازمان توسط فعل و انفعالات پیچیده افراد درگیر و آشکار، به عنوان یک پدیده در سطح بالاتر تقویت و متبلور می‌شود. (مورگسون و هافمن^{۲۳}، ۱۹۹۹) در نتیجه، علاوه بر ظرفیت پردازش اطلاعات و قابلیت انطباق، هوش هیجانی جمعی باید به عنوان یک جزء از هوش سازمانی در نظر گرفته شود. سازمان‌هایی که قادر به استفاده از هوشمندی سازمانی هستند که بهتر از منابع انسانی استفاده کرده و برای دستیابی به اهداف برنامه‌های منطقی ایجاد می‌کنند و نیز از قابلیت نهفته استفاده و سازمان را نهادی یکپارچه دانسته و به توسعه آن کمک می‌کند. [۱۷] همچنین آلبرخت معتقد است هوشمندی

در نگاه اول هوش سازمانی بیشتر به «منطق مهندسی» مرتبط می‌شود، همانطور که به‌طور سنتی و در درجه اول به عنوان توانایی سازمان برای تولید، پردازش، ذخیره، بازیابی، استفاده و به اشتراک‌گذاری دانش مرتبط و سازنده به آن هدف مرتبط تعریف می‌شود. [۲۱] در این رویکرد دانشمندان متعدد با تاکید بر یکپارچگی و ترکیب توانایی‌های فنی و انسانی (ماتسودا^{۱۱}، ۱۹۹۲) با عبارات توصیفی مختلفی همچون: ظرفیت حل مشکلات سازمان توسط زیرسیستم‌هایی مثل ساختار، فرهنگ، روابط و فرآیندهای راهبردی (هلال و کاهان، ۱۹۹۸)، استفاده از دارایی‌های نامشهود شناختی (لیبوتز^{۱۱}، ۲۰۰۶)، کاربرد سرمایه‌های فکری (جانگ^{۱۲}، ۲۰۰۹)، بهره‌گیری از دانش در جهت اثربخشی استراتژی‌ها و تصمیم‌گیری (ریستو^{۱۳}، ۲۰۰۹)، تفکر در مورد سازمان از منظر منطق کسب و کار با تاکید بر یادگیری سازمانی، مجموعه‌ای از داده‌ها، تجربه، دانش و درک مسائل سازمانی (سیمیک، ۲۰۰۵)، توانایی سازمان در مواجهه با پیچیدگی‌ها سعی بر ارائه تبیینی روشن‌تر از این مفهوم کرده‌اند. به طور دقیق‌تر هوش سازمانی شامل تمامی اطلاعات، تجربه، دانش و فهم از مسائل سازمانی می‌باشد. [۲۴]

۲-۲ رویکرد رفتاری

تعداد دیگری از محققان از جمله: ماسون^{۱۴} (۱۹۹۶)، مک‌مستر (۱۹۹۸) و ایرکتین (۲۰۰۷) هوش سازمانی را براساس رویکرد رفتاری بررسی کرده‌اند. در تعاریف ارائه شده با این رویکرد، هوش سازمانی به عنوان یک توانایی سازمانی برای خلق رفتار هوشمند، بخصوص در برنامه‌ریزی استراتژیک معرفی شده است. نتیجه این رویکرد نشان می‌دهد که وقتی رفتار هوشمند کارکنان تبدیل به عادت شود، دستیابی به اهداف سازمانی راحت‌تر می‌گردد. [۱۲] ویرتانن و واکوری^{۱۵} (۲۰۱۶) اعتقاد دارند که هوشمندی در سازمان‌هایی ایجاد خواهد شد که با محیط‌شان به صورت سیستمی ارتباط داشته باشند، عملکرد سازمانی‌شان را بهبود ببخشند و بر شناسایی و ایجاد فرصت‌های محیطی ناشناخته تمرکز کنند. [۲۷]

تعاریف این گروه بر ویژگی‌هایی چون، فرآیند یادگیری شامل تحول و رفتاری سازگار با استفاده از حافظه، درک سازمانی و توسعه رفتار انطباقی (چاو^{۱۶}، ۱۹۹۵)، توانمندی‌های سازمانی برای اتخاذ تصمیماتی در موقعیت‌های معمول و غیرمعمول (ماسون، ۱۹۹۶)، توانایی سازمان برای شکل‌دهی و تغییر محیط و تطابق با محیطش بر پایه اهداف و توانایی‌هایش (ویر و همکارانش، ۱۹۹۶)، تفکر سازمانی و ظرفیت رفتار منعطف و خلاق (مک‌مستر، ۱۹۹۸) متمرکز گردیده است. از نظر ویارد (۲۰۰۷) هوش سازمانی بیانگر همه توانمندی‌های یک سازمان در ارائه رفتارهای آگاهانه و عقلایی می‌باشد. [۲۶] از نگاه ایرکتین (۲۰۰۴) نیز، هوش سازمانی همه توانمندی‌هایی تعریف می‌شود که سازمان را قادر به حفظ موجودیت خود می‌کند. [۱۱] شوانینگز (۲۰۰۹) با بکارگیری مفهوم

17 Ganzert

18 Guy Ngyyen Huy

19 Glynn

20 Domagalaski

21 Evans

22 Akgün

23 Morgeson & Hofmann

10 Matsud

11 Lie bowitz

12 Jung

13 Resto

14 Mason

15 Virtanen, Vakkuri

16 Chow

(که در بالا عنوان گردید) ابعاد هوش سازمانی گوگل به شرح زیر ارائه شد. شایان ذکر است که ابعاد ذکر شده ماهیتاً از جنس شناختی می‌باشند. [۲۵]

آگکان با دانشمندان مختلف طی مقالات متعدد به مفهوم قابلیت عاطفی پرداخته است. او به همراه بایرن و کیسکین در مقاله‌ای با عنوان "آنالیزی تجربی روی: قابلیت عاطفی سازمان، نوآوری در محصول و فرایند، و عملکرد شرکت" پنج بعد عاطفی ارائه شده توسط هوی را به عنوان قابلیت عاطفی مورد بررسی قرار دادند. از جمله مهمترین نتایج تحقیق نشان تایید رابطه مثبت و معنی دار ابعاد تشویق و پویایی آزادی با خلاقیت بوده است. جامعه مورد بررسی ۱۶۳ شرکت در ترکیه بوده و اطلاعات لازم با استفاده از پرسشنامه کسب شده است. [۵]

گابریل جیرج (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان "ارائه مدل برای هوش عاطفی سازمانی" با بررسی ۲۰ سازمان ایتالیایی و ۱۵۰۶ نفر کارمند براساس پرسشنامه طراحی شده، به ارائه مدلی از هوش عاطفی با یک رابطه ترتیبی بین چهار زیر بُعد شامل خود آگاهی، خودمدیریتی، آگاهی اجتماعی و مدیریت روابط پرداخته است آنها بیان داشتند که قابلیت‌های اجتماعی برای ایجاد قابلیت‌های فردی بسیار مهم است. همچنین قابلیت‌های عاطفی سازمانی سازه‌ای در سطح سازمانی می‌باشد در نتیجه تمام سازمان‌ها به عنوان یک ماهیت هوشمند عاطفی دسته‌بندی می‌شوند. [۱۳]

ایستدور^{۲۶} و همکارانش در مقاله‌ای با عنوان "چارچوب تئوریک برای هوش سازمانی: رویکرد مدیریتی به انرژی‌های تجدیدپذیر در اقتصاد روستایی" با تحقیقی جامعی در این حوزه با بررسی شرکت‌های درگیر در بخش انرژی، با ارائه یک چارچوب نظری برای افزایش هوش سازمانی از منظرهای مختلف شامل: هوش اقتصادی و اقدامات مدیریت دانش، فرایندهای آنتروپی و توانمندسازهای سازمانی و تجزیه و تحلیل ارتباط متقابل مراتب را بررسی کردند. روش تحقیق از نوع کیفی یعنی بررسی تجربی^{۲۷}، با تکنیک مشاهده مستقیم و تجزیه و تحلیل و جمع‌آوری اطلاعات و همچنین مصاحبه‌هایی جهت تکمیل اطلاعات انتخاب شد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که عناصر چارچوب هوش سازمانی در سیستم‌های این شرکت تعبیه شده و نیاز است که بیشتری توسعه داده شوند. به عنوان یک شرکت هوشمند در بازار انرژی رومانی، شرکت مورد بررسی دارای پتانسیل بیشتر برای پیشبرد پروژه در بخش انرژی‌های تجدیدپذیر می‌باشد. نتیجه‌گیری اصلی نشان می‌دهد که هوش سازمانی یک ساختار چندبعدی فراهم می‌کند تا این سازمان توانایی مقابله با چالش‌های زیست محیطی در یک «اقتصاد جدید» را داشته باشد. [۱۸]

دانیل برگیر^{۲۸} در رساله دکتری با عنوان "نظریه ساختاربنندی و تحقیقات سازمانی" (۲۰۱۱) که براساس تئوری ساختاربنندی آنتونی گیدنز، تعدادی از تئوری‌های هوش سازمانی را در سه گروه شناختی، رفتاری و عاطفی/ اجتماعی طبقه‌بندی نموده است. [۸]

سازمانی باید جامع، واقع‌گرایانه، تجویزی، دلسوزانه و توسعه‌ای باشد. [۶] تحقیقات ری و همکاران^{۲۴} (۲۰۱۱) نیز در شفاف‌سازی تفاوت‌های بین هوشیاری فردی و اجتماعی کمک کرده است. آنها بیان می‌دارند، هوشیاری سازمانی یک فرآیند درون روانی و یا جمعی از آن نیست؛ بلکه یک ویژگی سازمانی نسبتاً پایدار و مقاوم، ناشی از ساختارها و دستوراتی که توسط مدیران ارشد سازمان اجرا می‌شود. برعکس تحقیقات گروهی دیگر (مثلاً وگوس و سوتکلیف^{۲۵}، ۲۰۰۷) هوشیاری سازمانی به عنوان سازمان‌دهی هوشیارانه دسته‌بندی شده است. ساختاربنندی هوشیارانه یک فرآیند اجتماعی است که با اعمال و ارتباطات بین افراد جمع آوری می‌شود. (مورگه سون و هافمن، ۱۹۹۹) بررسی هوش سازمانی با این رویکرد می‌تواند زمینه تحقیقات آتی گردد. [۱۷] در این تحقیق، دیدگاه فوق اندکی گسترش داده شده تا مبانی رویکردی جامع‌تر برای درک هوشیاری سازمانی و ایجاد هدفی برای تحقیقات آینده تأمین گردد.

۳- پیشینه پژوهش

تحقیقات مختلفی با محوریت هوش سازمانی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که در هر کدام از آنها رویکردهای مختلفی جهت بررسی و تبیین این مفهوم اتخاذ شده است. از جمله انتقادات وارد بر تحقیقات صورت گرفته در زمینه هوش سازمانی، عدم اتخاذ نگرش جامع به این موضوع سازمانی می‌باشد، لذا تعداد تحقیقات در این زمینه شاید از نظر تعداد زیاد باشد ولی به اکثر تحقیقات، انتقاد رویکرد جزئی‌نگری و عدم تبیینی روشن از بُعد معرفت‌شناختی و هستی‌شناختی وارد می‌باشد.

تراویکا (۲۰۱۵) در مقاله‌ای تحت عنوان "مدل‌سازی هوش سازمانی: هیچ‌گوگی شبیه گوگل نیست" تاکید داشته که هنوز کمبود مدل جامعی از هوش سازمانی که مفاهیم و فرضیات مرتبط در این حوزه را یکپارچه کند، احساس می‌شود. بر مبنای فرضیات قدیمی از هوش سازمانی و همچنین با استفاده از چهارچوب‌های جدید از مدیریت دانش، هوشیاری سازمانی، پویایی توانایی‌ها، و دیدگاه آگاهی‌دهنده از سازمان‌ها است. از نظر محقق گوگل تعدادی از ویژگی‌هایی که نشان‌دهنده هوش سازمانی است را از خود نشان می‌دهد. این ویژگی‌ها عبارتند از: یک کارمند عادی گوگل، فردی همگرا و اهل تجربه است؛ تیم‌های پروژه‌ای می‌توانند المان‌هایی را ایجاد کنند که مرتبط با ذهن گروهی باشد؛ اطلاعات فرهنگی دانش با تمرکز بر روی ایجاد دانش رشد می‌یابد و رویکردی علمی در آگاه‌سازی و تصمیم‌گیری وجود دارد؛ و همچنین در این سازمان علائمی برای استفاده از هوشیاری و توانایی‌های پویا دیده می‌شود. چالش‌های پیش روی هوش سازمانی در شرکت گوگل عبارت است از: کاهش وابستگی به درآمدهای حاصل از تبلیغات و هماهنگ کردن نیازهای تکنولوژیکی با دغدغه‌های امنیتی. مطالعه موردی شرکت گوگل، اولین قدم در تست مدل هوش سازمانی است. این مدل نیاز به تأییدهای بیشتر در تحقیقات آینده دارد. پس از تحقیقات کیفی شامل مصاحبه با کارکنان و بررسی میدانی شرکت گوگل با شاخص‌های مدنظر محققین

²⁶ Nicolae Istudor
²⁷ pilot investigation
²⁸ Daniel Broger

²⁴ Ray et.al
²⁵ Vogus & Sutcliffe

در این تحقیق و تحقیقات مشابه تغییرگرایی مهمترین عوامل در میان کلیه مولفه‌ها بوده است و نتایج این تحقیق با تحقیقات هلال (۱۹۹۸)، مک مستر (۱۹۹۸)، گلین (۱۹۹۶)، آلبرخت (۲۰۰۳) همسویی دارد. [۱]

مسعود کیماسی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان "هوش سازمانی: بررسی مقایسه‌ای بانک‌های دولتی و خصوصی"، به بررسی تفاوت هوش سازمانی در بانک‌های دولتی و خصوصی پرداختند. با بهره‌گیری از پرسشنامه استاندارد هوش سازمانی آلبرخت مشتمل بر ۴۷ گویه در قالب هفت مولفه و با نظرخواهی از ۱۲۷ نفر از کارکنان دو بانک دولتی و دو بانک خصوصی نظرخواهی شد. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد، در مجموع هوش سازمانی بانک‌های خصوصی به صورت معناداری از هوش سازمانی بانک‌های دولتی بیشتر است. با کمک پرسشنامه میزان هوش سازمانی بانک‌های خصوصی در مجموع بامیانگین ۵/۲۳ از بانک‌های دولتی با مجموع میانگین ۳/۹۵ در هر یک از ابعاد هفت گانه هوش سازمانی بیشتر ارزیابی شد. [۲]

در پایان‌نامه‌ای با عنوان "بررسی مقایسه‌ای هوش سازمانی در واحدهای صف و ستاد" مطالعه‌ی موردی: بانک سپه شهر تهران، سهیلا عباسی (۱۳۹۰) بر اساس پرسشنامه کارل آلبرخت فرضیه‌ی اصلی تحقیق، تفاوت معنی‌دار هوش سازمانی بین واحدهای صف و ستاد را طرح که پس از بررسی تایید نشد. مولفه‌های مورد بررسی شامل: چشم‌انداز استراتژیک، اعتقاد به سرنوشت مشترک، شاخص اتحاد و توافق، روحیه، کاربرد دانش، برخورد مدیران در رابطه با عملکرد کارکنان و میل به تغییر در کارکنان بودند که تنها در مولفه آخر فرضیه وجود تفاوت تایید شد.

غلامعلی طبرسا و امیر هوشنگ نظری پوری (۱۳۹۳)، در رساله دکتری با عنوان "طراحی و تبیین مدل هوشمندی سازمانی در سازمان‌های دانش بنیان" با انتخاب رویکرد سیستمی و کل نگر، مدلی سیستمی را ارائه کرده اند. ورودی مدل (مولفه‌های سازمان دانش بنیان) شامل مولفه‌های (۱) استراتژی دانش، (۲) جوامع دانشی و (۳) سرمایه‌های فکری می‌باشد و فرایند مدل (فرایند ایجاد هوشمندی) برگرفته از نظریه ماتسودا و مدل راج و سانتی بوده و اجزای فرایند به دو بعد (۱) هوشمندی انسانی و (۲) هوشمندی ساختاری تقسیم‌بندی شده است. خروجی مدل (سازمان دانش بنیان هوشمند) شامل ابعاد هفت‌گانه مدل آلبرخت (چشم‌انداز راهبردی، سرنوشت مشترک، همدلی، تناسب و هم راستایی، تمایل به تغییر، به کارگیری و استقرار دانش و فشار عملکردی) می‌باشد. بازخورد مدل هوشمندی رقابتی شامل: هوشمندی نسبت به رقبا، هوشمندی نسبت به بازار و هوشمندی نسبت به فناوری می‌باشد. از جمله نتایج تحقیق: تایید کلیه روابط بین متغیرهای ورودی (مولفه‌های سازمان دانش بنیان)، فرایندی (هوشمندی انسانی و ساختاری)، خروجی (ابعاد هفت‌گانه هوشمندی آلبرخت) و بازخور (مدل هوشمندی رقابتی) می‌باشد. [۴]

۴- مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

هوش سازمانی به عنوان موضوعی بدیع و نو در ادبیات سازمانی، ریشه در موضوعات مدیریت دانش و یادگیری سازمانی دارد. در این بررسی

در رساله دکتری یانگان جانگ (۲۰۰۹) با عنوان "رویکردی بر مدیریت هوش سازمانی (چارچوبی برای تحلیل هوش سازمانی در فرایند ساخت و ساز)"، اجزای هوش سازمانی شامل سه نوع سرمایه هوشی: سرمایه انسانی، سرمایه سازمانی و سرمایه ارتباطی در نظر گرفته شده است. [۲۰]

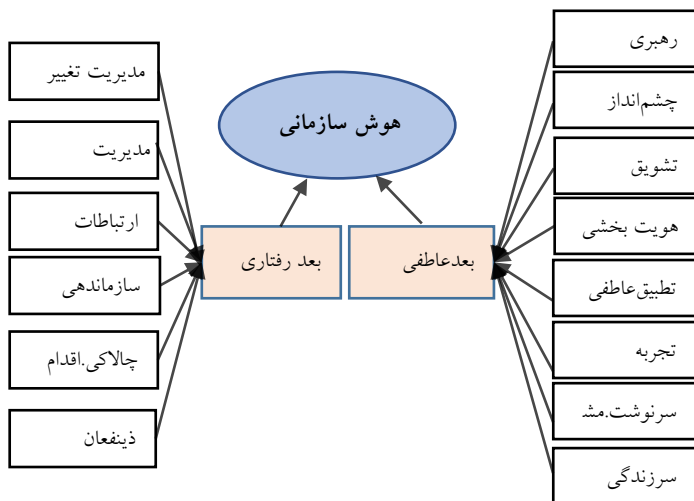
ایرکتین و همکاران (۲۰۰۷) پس از شش سال بررسی و پژوهش یک مدل چند بعدی برای اندازه‌گیری هوش سازمانی در حوزه آموزش و پرورش فنی دختران در ترکیه ارائه دادند. این ابعاد عبارتند از: قابلیت تطابق با شرایط در حال تغییر، ارتباطات با ذینفعان، چالاکی در اقدام و پاسخ، بصیرت و دوراندیشی، توانایی در استفاده از قدرت تخیل و خلاقیت، انعطاف‌پذیری و راحتی در عملیات. سطح کلی هوش سازمانی جامعه مورد بررسی سطح متوسط (رو به بالا) بود، همچنین هوش سازمانی به‌طور کلی با توجه به مناطق و نواحی مختلف متفاوت نبود، در حالی که بین معلمان و مدیران تمایز داشت. [۱۲]

در سال ۲۰۰۳ تحقیقی با عنوان "آیا می‌توان هوش سازمانی مدرسه را از طریق آموزش ضمن خدمت توسعه داد" در کشور ترکیه توسط چیکر و آدا انجام شد. آنها برای سنجش هوش سازمانی از مقیاس چند بعدی هوش سازمانی شامل: چالاکی در کنش و واکنش، سازگاری در شرایط مختلف، حفظ آرامش و انعطاف‌پذیری در هنگام تنش‌آفرینی، استفاده از قدرت تخیل، پیش‌بینی، ارتباط موثر با همکاران و یافتن راه حل برای مشکلات در حال ظهور استفاده کردند. نتایج تحقیق تفاوت قابل ملاحظه‌ای در هوش سازمانی قبل و پس از کارگاه را نشان می‌دهد. [۹]

در مقاله‌ای با عنوان "هوش تجاری در بانکداری" (تجزیه و تحلیل ادبیات از ۲۰۰۲-۲۰۱۳) مورو و همکاران (۲۰۱۵) با بررسی ۲۱۹ مقاله در زمینه هوش تجاری و صنعت بانکداری نشان دادند که اعتبار در بانکداری مهمترین واژه کاربردی، به خصوص در پیش‌بینی ریسک می‌باشد. همچنین مشاهده شد تعداد زیادی از مقالات بیشتر بر تکنیک‌های هوش تجاری و بکارگیری آن در صنعت بانکداری فقط برای ارزیابی، تاکید داشته‌اند ولی منافع هوش تجاری در صنعت بانکداری را به طور شفاف تبیین نکرده‌اند. [۲۳]

ملک‌زاده (۱۳۹۲) در رساله دکتری با عنوان "هوش سازمانی: طراحی مدل سلسله مراتبی برای دانشگاه‌های دولتی ایران با رویکرد دیماتل هشت بعد" ساختاری، فرهنگی، راهبردی، ارتباطی، اطلاعاتی، فرآیندی، رفتاری و محیطی" را برای هوش سازمانی که هر یک از این ابعاد، خود دارای چندین مولفه (جمعاً ۸۶ مولفه) می‌باشند را تعریف کرده است و روابط میان مؤلفه‌ها با الگوی علت و معلولی آنها طراحی نموده است. [۳]

فقیهی (۱۳۸۸) در پایان‌نامه دکتری با عنوان "بررسی وضعیت هوش سازمانی وزارت آموزش و پرورش و ارائه چارچوب مفهومی مناسب" با روش توصیفی-پیمایشی و تهیه پرسشنامه مناسب، جهت شناسایی مولفه‌های هوش سازمانی در جامعه‌های مشخص به این نتیجه رسیده است که آموزش و پرورش برای تقویت هوش سازمانی و تبدیل شدن به یک سازمان هوشمند باید بر ۸ عامل (شامل: تغییرگرایی، مدیریت دانش و یادگیری، سرنوشت مشترک، بینش راهبردی، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، عملکرد سازمانی، روحیه و ساختار سازمانی) تاکید داشته باشد.



شکل (۱): مدل هوش سازمانی با ابعاد رفتاری و عاطفی/ اجتماعی

جدول (۱): تعاریف عملیاتی مولفه‌های هوش سازمانی

مولفه	تعریف عملیاتی
بعد عاطفی/ اجتماعی	
تشویق	توانایی سازمان در انگیزش، تشویق شور و اشتیاق و ایجاد خوش‌بینی نسبت به آینده کاری در تمامی اعضای سازمان.
سرزندگی	توانایی سازمان در خلق بافتی که تجربه، خلاقیت و نوآوری را ترغیب کرده و اشتباهات احتمالی ناشی از آن را تحمل و نیز محیط کاری امنی جهت اجازه سوال و نقد برای همه سطوح فراهم می‌آورد.
رهبری	مدیران به عنوان رهبر با داشتن شایستگی‌های لازم، الگوهای متعهد، تسهیلگر و حامی هستند که اقدامات سریع برای حل مشکلات کارکنان را انجام داده و در صورت اقدامی اشتباه، آن را پذیرفته و فعالیت‌های نادرست را متوقف و سازمان نیز با عزل مدیران ناکارآمد، در جهت اصلاح عملکرد اقدام می‌کند.
تجربه عواطف	کیفیت تلاش یک سازمان در شناخت انواع عواطف، قبول و درونی کردن آنها، و عکس‌العمل به آنها با درکی عمیق و مشترک تبیین می‌گردد.
چشم‌انداز استراتژیک	چشم‌انداز یک اصل سازمان‌دهنده یا تعریفی از آنچه که سازمان در جستجو و تحقق آن است. وجود چشم‌انداز، ارزیابی آن در بازه‌های زمانی مطلوب، همسویی میان راهبردهای مختلف و بکارگیری آن در تدوین تصمیم‌های کلیدی و درک آن جهت بکارگیری در فعالیت‌های اصلی سازمان از نمونه‌های این اصل سازمانی است.
هویت بخشی	رفتار جمعی اعضای سازمان برای بیان وابستگی شدید خود با ویژگی‌های بارز سازمانی و تلاشی فوق‌العاده برای تحقق اهداف سازمانی و تقویت هویت سازمانی است.
تطبیق عاطفی	فرآیند کنار هم قراردادن دو مقدار به ظاهر متضاد که افراد سازمان در مورد آنها احساسات قوی دارند. کارکنان با صحبت در مورد ارزش‌ها و باورهای سازمانی، حفظ معنا و مفهوم عواطف در رفتار بیرونی، اقدام به تطبیق عاطفی می‌نمایند.
سرنوشت مشترک	حس همدلی و همبستگی بین کارکنان نسبت به اهداف و نیز اشتیاق و انرژی اعضای سازمانی برای تلاش‌های اختیاری که همراه با شفافیت در رفتار و در میان گذاشتن عواطف با یکدیگر است.
بعد رفتاری	
مدیریت عملکرد	عملکرد مطلوب با تلاش در جهت افزایش تعاملات محیطی همراه با پایش محیط، دریافت بازخورد، تصحیح خطاها و تلاش لازم جهت بررسی اثرات مخرب رفتارهای سلیقه‌ای پرسنل صورت می‌گیرد.

پژوهشگر با بررسی ادبیات موضوع (تقسیم‌بندی تئوری‌ها و مدل‌های ارائه شده از لحاظ معرفت‌شناختی) به ارائه مدلی جهت بررسی سطح هوش سازمانی در صنعت بانکداری پرداخته است.

موضوع هوش در سطح فردی از دیر باز مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته ولی به علت انتزاعی و چند بعدی بودن موضوع، ابهامات موجود در این حوزه بیش از نتایج کسب شده بوده است. [۱۵] همچنین طرح آن در حوزه سازمانی رویکرد جدید می‌باشد که بر ابهامات آن می‌افزاید. از طرفی دیگر تحولات چشمگیر در سازمان‌های امروزی و به خصوص محیط سازمان‌ها، رشد و گسترش صنعت بانکداری در ایران، دلایلی بر انتخاب موضوع و جامعه آماری می‌باشند.

این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به سوالات زیر می‌باشد:

۱. مولفه‌های تشکیل‌دهنده هوش سازمانی با اتخاذ رویکرد رفتاری-عاطفی/ اجتماعی کدامند؟

۲. سطح هوش سازمانی در بانک تجاری مورد

بررسی در ابعاد رفتاری و عاطفی/ اجتماعی چگونه است؟

در گام اول با بررسی ادبیات موضوع، حدود یکصد و هفتاد متغیر در خصوص هوش سازمانی شناسایی شد که با توجه به معرفی اکثریت متغیرها در حد تئوریک، عدم تبیین روشن و مشخص در مورد تعدادی از متغیرها و هم‌پوشانی بین آنها، پس از استخراج کلیه متغیرها، با توجه به تعاریف مفهومی ارائه شده، گروه‌بندی و سپس حذف متغیرهایی با رویکرد شناختی صورت گرفت. سپس با توجه مطالعه مقالات و بررسی‌های صورت گرفته نوزده مولفه با رویکردهای رفتاری و عاطفی/ اجتماعی به عنوان چارچوب اولیه تحقیق جهت سنجش هوش سازمانی شناسایی شدند. سپس جهت طراحی پرسشنامه از گویه‌های پرسشنامه‌های استاندارد: هوی (۱۹۹۹)، آلبرخت (۲۰۱۰)، کاکیر و آدا و همکاران (۲۰۰۷)، ایرکتین و همکاران (۲۰۰۷) و محقق ساخته ملک‌زاده (۱۳۹۲) در طراحی گویه‌ها استفاده گردید. پس از جمع‌آوری داده‌ها به منظور کاهش تعداد مولفه‌های تحقیق و تعیین سهم هر یک از آنها در هوش سازمانی و نیز ارائه مولفه‌های تحقیق براساس داده‌های حاصل از جامعه آماری از تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. در این روش، متغیرها در عامل‌هایی مشخص و محدود براساس مقادیر به ترتیب کاهشی درصد واریانس قرار می‌گیرند. در این روش ابتدا با توجه به مقادیر ضریب KMO (۰/۸۶۱) و آزمون بارتلت (۰/۰۰۰) مناسب بودن کیفیت داده‌ها تایید شده و سپس جهت استخراج عوامل اولیه براساس واریانس تبیین شده و درصد واریانس تجمعی، چهارده عوامل استخراج شد که در مجموع ۷۲/۷۶ درصد از کل واریانس عوامل اثرگذار در هوش سازمان را تبیین می‌کنند، که مقدار مناسب و قابل قبولی هستند. سپس عوامل بعد از ۱۲ چرخش در قالب چهارده عامل طبقه‌بندی گردید. در آخرین مرحله با توجه به جنس گویه‌های موجود در هر عامل (مولفه) تبیین، تفسیر و نامگذاری عوامل انجام شد. مدل هوش سازمانی (شکل ۱) شامل مولفه‌های شناسایی شده زیر است.

پژوهش های دوره ای یا طولی قرار گرفته و از نظر افق زمانی این پژوهش در بهار سال ۱۳۹۶ انجام شده است. در مجموع روش تحقیق پژوهش با توجه به هدف آن اکتشافی- توصیفی و از نظر مخاطب بنیادی و از نظر روش گردآوری داده ها پیمایشی می باشد. هدف کلی از انجام این پژوهش ارزیابی سطح هوش سازمانی با تمرکز بر دو بعد رفتاری و عاطفی/ اجتماعی در بانک های تجاری می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل بانک تجاری می باشد که یک بانک، به عنوان نمونه انتخاب شد. براساس جدول مورگان تعداد حداکثر نمونه لازم ۱۲۷ (n) از ۱۸۷ (N) تعیین گردید که در نهایت با تکمیل پرسشنامه توسط کارشناسان بانک به روش نمونه گیری تصادفی جمع آوری شد.

۶- تحلیل داده ها

با توجه به تعدد مولفه ها و گویه ها، پیچیدگی مدل و نیز توسعه مدل جدید تحقیق، پس از کسب اطلاعات جمع آوری شده با بکارگیری معادلات ساختاری توسط نرم افزارهای SPSS 23 و Smart PLS تحلیل داده ها صورت گرفت. در ادامه آزمون های مربوطه جهت بررسی پایایی و روایی پرسشنامه، معادلات ساختاری و آماری استنباطی ارائه می گردد.

۶-۱ مدل هوش سازمانی

با عنایت به سوال اول تحقیق: مولفه های تشکیل دهنده هوش سازمانی با اتخاذ رویکرد رفتاری- عاطفی/ اجتماعی کدامند؟ همان طور که در بخش قبل تشریح شد چهارده مولفه (۸ مولفه عاطفی/ اجتماعی و ۶ مولفه رفتاری) احصاء شد که ارزیابی مدل و آزمون های مربوطه در ادامه، ارائه می گردد.

قابلیت اعتماد یا پایایی گویه ها توسط سه شاخص: آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی ارزیابی با توجه به مقادیر کسب شده (جدول پیوست) تایید می گردد.

همچنین بررسی روایی سازه توسط دو آزمون (۱) روایی همگرا: جهت بررسی وجود همبستگی بین سوالات یک متغیر (انعکاسی) و (۲) روایی واگرا: جهت بررسی عدم وجود هیچ گونه همبستگی میان سوالات متغیرها انجام شد. نتایج خروجی آزمون ها نشان می دهد که: چهار شرط روایی همگرا شامل: معناداری بارهای عاملی، مقدار t-value، مقدار شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای هر مولفه و $CR > AVE$ برقرار بوده و همچنین توسط آزمون های: بارهای عرضی، شاخص فورنل لارکر، شاخص متوسط همبستگی بین گویه های مولفه های مختلف، روایی واگرا نیز تایید گردید. توسط آزمون های: بارهای عرضی، شاخص فورنل لارکر، شاخص متوسط همبستگی بین گویه های مولفه های مختلف روایی واگرا تایید گردید.

جهت بررسی آزمون کیفیت مدل اندازه گیری انعکاسی از شاخصی به نام CV-COM^{۲۹} استفاده می شود که براساس مقادیر تعیین شده برای آن همه مولفه ها دارای کیفیت قوی (بالای ۰/۳۵) و تنها دو مولفه مدیریت عملکرد (۰/۳۲۵) و چشم انداز استراتژیک (۰/۳۳۶) دارای کیفیت متوسط

مؤلفه	تعریف عملیاتی
چالاکی در اقدام	توانایی پاسخگویی به تغییرات محیطی همراه با یادگیری لازم از تجربیات گذشته و عملکرد شرکت های برتر اقدام و پاسخ موثر را فراهم خواهد کرد.
سازماندهی انعطاف پذیر	سازماندهی، مطابقت و همسوسازی منابع سازمان با وضعیت جدید، همراه با در نظر داشتن ماموریت سازمان و در صورت نیاز اصلاح اقدامات همراه با راهنمایی لازم. این توانایی را در سازمان ایجاد خواهد کرد.
ذینفعان	مراکز اصلی قدرت سازمان که شناخت، حمایت و تقویت ارتباط با آنها، منجر به کسب اطلاعات لازم و جریان ایده های ارزشمند به داخل سازمان خواهد شد.
ارتباطات	روابط مستحکم در داخل و گسترده در بیرون سازمانی، معرفی خدمات و محصولات به شکل موثری به جامعه و توجه به تعهدات، نشان از ارتباطات خوب در سازمان است.
مدیریت تغییر	نگرش به تغییر به عنوان یک چالش و فرصتی برای تجربه های جدید، توسعه طرح ها، پروژه ها و کسب و کارها، همراه با پایش مستمر محیط، تعریف معیارهای جدید برای سنجش و محاسبه میزان انحراف از عملکرد، ایجاد ظرفیت و هماهنگی های لازم همراه است.

بعد عاطفی هوش سازمانی: توانایی کنترل احساسات و عواطف خود و دیگران برای جهت دهی در راستای اقدام و اندیشیدن تعریف می گردد. در کل مفهوم شایستگی عاطفی از جمله شایستگی های یک سازمان بوده که در زندگی روزانه هر سازمانی حیاتی می باشد. [۵]

بعد رفتاری هوش سازمانی: در بعد رفتاری پاسخگویی به تغییرات در شرایط، مشکلات و دیگر مسائل محیطی با رفتاری انطباقی، به صورت تغییر در رفتار سازمان تبیین می گردد. (دویز و ماگنی، ۱۹۸۴). در این نگرش، سازمان، هوشمند به شرایط در حال تغییر، مسائل و دیگر پی آمدها، رفتارهایی تطبیقی از طریق تعدیل رفتار از خود نشان می دهد. [۱۲] در جدول زیر تعاریف عملیاتی ارائه شده از هر کدام از مولفه های احصاء شده ارائه می گردد.

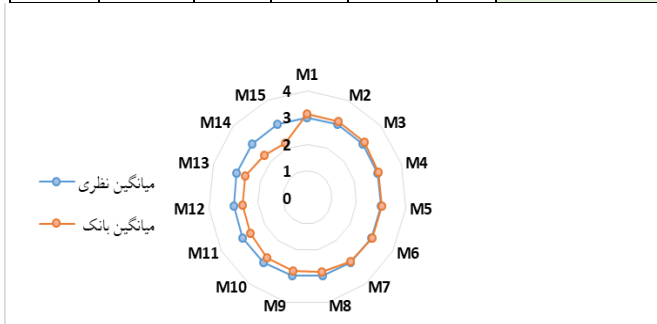
۵- روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ رویکرد تحقیق در گروه تحقیق های کمی و از لحاظ اهداف پژوهش در بخش طراحی و ارائه مدل هوش سازمانی در گروه اکتشافی و در بخش سنجش سطح هوش سازمانی در بانک تجاری در گروه توصیفی قرار می گیرد. در بررسی توصیفی به منظور تعیین و توصیف ویژگی های متغیر هوش سازمانی در میان جامعه آماری مورد بررسی سنجش سطح هوش سازمانی از طریق پرسش نامه طراحی شده صورت گرفت. به عبارتی در پژوهش توصیفی هدف ساختن تصویری با استفاده از کلمات یا ارقام و ارایه یک نوع شناسی به منظور شناختی کامل تر از یک جامعه می باشد. در زمینه ابعاد پژوهش، این پژوهش با توجه به طراحی مدلی برای هوش سازمانی در گروه بنیادی قرار می گیرد. با توجه به تقسیم بندی روش های گردآوری و تحلیل داده ها این پژوهش در گروه پیمایشی قرار می گیرد. سطح تحلیل در این پژوهش در سطح سازمانی بوده و مولفه های مدل در سطح کلان مورد بررسی قرار می گیرد. همچنین از جهت افق زمانی، این پژوهش در گروه مقطعی در مقابل

²⁹ CV Communalilty

جدول (۳): سطح مولفه‌های هوش سازمانی در بانک صادرات ایران

مؤلفه	بعد	میانگین	میان	نما	واریانس	خطای معیار میانگین
ذینفعان (M1)	B ³⁰	۳/۱۴۳	۳/۵۰۰	۳/۷۵۰	۱/۰۴۱	۰/۰۹۱
ارتباطات (M2)		۳/۱۱۳	۳/۴۰۰	۳/۶۰۰	۰/۷۵۷	۰/۰۷۸
هویت بخشی (M3)	E ³¹	۳/۰۸۶	۳/۲۰۰	۳/۲۰۰	۰/۹۴۰	۰/۰۸۶
تجربه. ع (M4)		۳/۰۲۴	۳/۵۰۰	۳/۵۰۰	۰/۹۲۰	۰/۰۸۵
تطبیق عا (M5)		۳/۰۲۴	۳/۳۳۳	۳/۶۶۷	۰/۸۹۸	۰/۰۸۴
روحیه مش (M6)		۳/۰۱۸	۳/۱۲۵	۳/۷۵۰	۱/۰۲۸	۰/۰۹۰
سازماندهی (M7)	B	۲/۹۴۴	۳/۱۶۷	۳/۶۶۷	۱/۱۴۳	۰/۰۹۵
چشم انداز اس (M8)	E	۲/۸۳۳	۲/۸۰۰	۳/۲۰۰	۰/۷۴۸	۰/۰۷۷
هوش ساز (M9)	OI	۲/۸۱۷	۲/۸۷۳	۲/۷۸۳	۰/۴۴۸	۰/۰۶۰
چالاکي اقد (M10)	B	۲/۸۷۵	۲/۶۶۷	۳/۰۰۰	۰/۸۸۵	۰/۰۸۴
مدیریت عم (M11)		۲/۶۷۱	۲/۶۰۰	۲/۴۰۰	۰/۷۳۰	۰/۰۷۶
سرزندگی (M12)	E	۲/۶۲۵	۲/۲۵۰	۲/۰۰۰	۱/۱۱۷	۰/۰۹۴
مدیریت تبع (M13)	B	۲/۶۲۳	۲/۵۰۰	۲/۰۰۰	۰/۷۶۱	۰/۰۷۸
تشویق (M14)	E	۲/۳۴۷	۲/۱۶۷	۲/۰۰۰	۰/۸۱۴	۰/۰۸۰
رهبری (M15)		۲/۲۱۲	۲/۰۰۰	۲/۰۰۰	۰/۷۳۰	۰/۰۷۶



شکل (۲): میانگین مولفه‌های هوش سازمانی در بانک صادرات

بررسی و تحلیل سطح مولفه‌های هوش سازمانی در بانک صادرات نتایج زیر را در برداشت:

سطح کل هوش سازمانی در بانک مورد بررسی حاکی از آن است که سطح هوش سازمانی ۲/۸۲ کمی پایین‌تر از عدد سه (از پنج) می‌باشد. در کل دو مولفه رفتاری - ذینفعان و ارتباطات - دارای وضعیت بهتری نسبت به سایر مولفه‌ها می‌باشند و سپس چهار مولفه: هویت بخشی، تجربه عواطف، تطبیق عاطفی، روحیه مشترک از بعد عاطفی به ترتیب بیشترین سطح را و نیز سطحی بیشتر از مقدار کل میانگین هوش سازمانی را کسب کرده‌اند. همچنین مولفه‌های چالاکي در اقدام، مدیریت عملکرد، سرزندگی، مدیریت تغییر، تشویق و رهبری به علت کسب مقادیر کمتر از میانگین کل قابل تامل می‌باشد. مشاهده می‌شود که از شش مولفه تشکیل دهنده بعد رفتاری دو مولفه مقدار بیش از سه را کسب کرده‌اند و از هشت مولفه تشکیل دهنده بعد عاطفی تنها چهار مولفه سطح بیش از

رو به قوی می‌باشند. این بدین معناست که سوالات به درستی متغیرهای متناظر خود را اندازه‌گیری می‌نمایند.

ضرایب مسیر در مدل ساختاری: بررسی قوت یا شدت روابط (مستقیم، غیرمستقیم و کل) بین متغیرهای نهفته و مقدار واریانس تبیین شده در کل مدل، توسط ضرایب مسیر پاسخ داده می‌شود. با در نظر گرفتن سطح معناداری و مقدار آماره تی و رد فرض صفر و مقادیر آزمون معناداری که از مقدار ۲/۵۸ بزرگتر هستند کلیه مولفه‌های پیش‌بین برای متغیر کلی هوش سازمانی با سطح معناداری ۰/۹۹ اثرگذار می‌باشند. مقادیر ضریب مسیر برای بعد عاطفی/ اجتماعی ۰/۹۶۲ و برای بعد رفتاری ۰/۹۵۵ که مقادیر بسیار خوب می‌باشد.

مقدار ضریب تعیین برای هر کدام از مولفه‌ها به شرح جدول شماره ۲ (به ترتیب مقادیر نزولی) ارائه شده است و در کل گستردگی ضرایب حاکی از آن است که کلیه مولفه‌های پیش‌بین برای متغیر کلی هوش سازمانی با سطح معناداری ۰/۹۹ اثرگذار می‌باشند.

آزمون کیفیت کلی مدل: با بکارگیری آزمون GOF میزان تطابق مدل پژوهش با مدل مورد نظر در واقعیت بررسی شده که مقدار ۰/۶۴ بدست آمده، بیانگر این است که کیفیت مدل بسیار قوی است و می‌توان گفت که پیش‌بینی ما تا ۹۸ درصد برای نمونه‌های بزرگتر محقق می‌شود. بنابراین مجموع مدل ساختاری و اندازه‌گیری، کیفیت مناسبی در تبیین رفتار متغیرهای درونزا دارد.

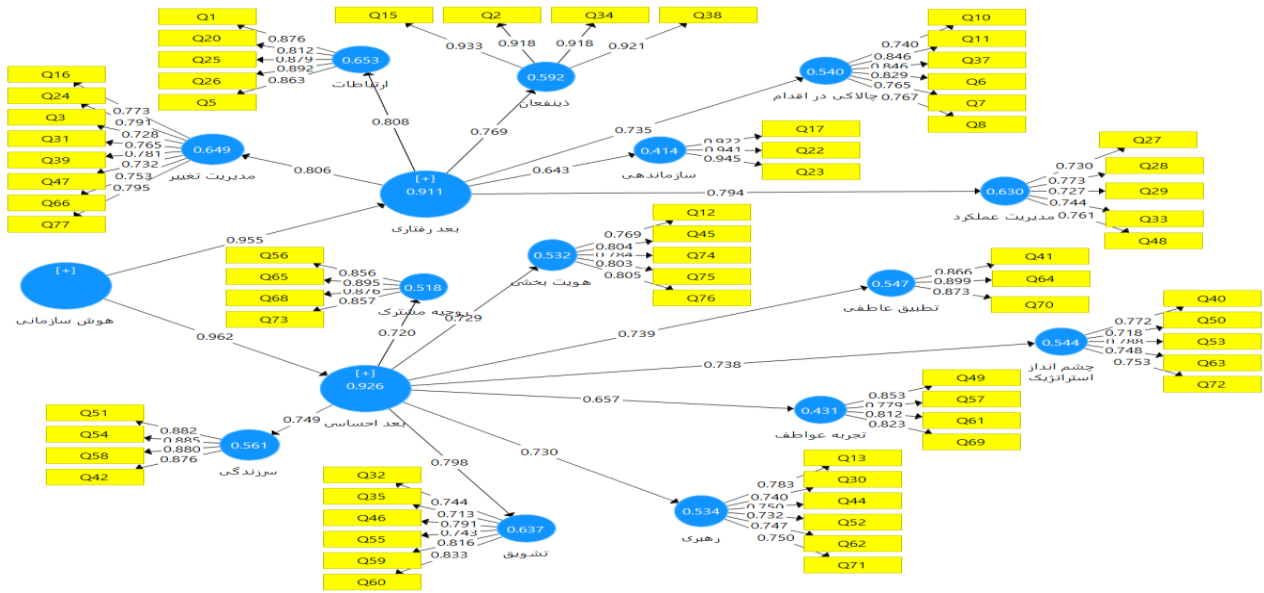
جدول (۲): ضریب مسیر و ضریب تعیین مولفه‌های هوش سازمانی

بعد	مؤلفه	ضریب مسیر	ضریب تعیین
عاطفی/ اجتماعی	تشویق	۰/۷۹۸	۰/۶۳۷
	سرزندگی	۰/۷۴۹	۰/۵۶۱
	تطبیق عاطفی	۰/۷۳۹	۰/۵۴۷
	چشم انداز استراتژیک	۰/۷۳۸	۰/۵۴۴
	رهبری	۰/۷۳	۰/۵۳۴
	هویت بخشی	۰/۷۲۹	۰/۵۳۲
	روحیه مشترک	۰/۷۲	۰/۵۱۸
	تجربه عواطف	۰/۶۵۷	۰/۴۳۱
رفتاری	ارتباطات	۰/۸۰۸	۰/۶۵۳
	مدیریت تغییر	۰/۸۰۶	۰/۶۴۹
	مدیریت عملکرد	۰/۷۹۴	۰/۶۳
	ذینفعان	۰/۷۶۹	۰/۵۹۲
	چالاکي اقدام	۰/۷۳۵	۰/۵۴
	سازماندهی	۰/۶۴۳	۰/۴۱۴

سنجش سطح هوش سازمانی در بانک با توجه به سوال دوم پژوهش به بررسی سطح متغیر اصلی تحقیق یعنی هوش سازمانی و ۱۴ مولفه تشکیل دهنده در بانک صادرات ایران می‌پردازیم.

³⁰ Behavioral
³¹ Emotional

سه را کسب کرده‌اند. همچنین از بین چهارده مولفه هوش سازمانی از سه را کسب کرده‌اند. میانگین شش مولفه کمی بالاتر از عدد سه و هشت مولفه سطح پایین‌تر



شکل (۳): مدل شکل اندازه گیری انعکاسی اولیه در حالت معناداری ضرایب

جدول (۴): شاخص های پایایی مدل اندازه گیری

نوع	عاطفی/اجتماعی											رفتاری			
	آزمون/ مولفه	سرزندگی	تجربه عواطف	تشویق	تطبیق عاطفی	چشمتان اندازه	رهبری	روحیه مشترک	هویت بخشی	ارتباطات	سازماندهی	دین‌مندان	مدیریت تغییر	مدیریت عمل	چالاکتی اقدام
آلفای کرونباخ	۰/۹۰۴	۰/۸۳۵	۰/۸۶۶	۰/۸۵۴	۰/۸۱۲	۰/۸۴۵	۰/۸۹۴	۰/۸۵۳	۰/۹۱۶	۰/۹۲۹	۰/۹۴۲	۰/۸۹۹	۰/۸۰۲	۰/۸۸۷	
پایایی ترکیبی	۰/۹۳۳	۰/۸۸۹	۰/۹	۰/۹۱۱	۰/۸۷	۰/۸۸۶	۰/۹۲۷	۰/۸۹۴	۰/۹۳۷	۰/۹۵۵	۰/۹۵۸	۰/۹۱۹	۰/۸۶۳	۰/۹۱۴	
پایایی- انشراکی	۰/۷۷۶	۰/۶۶۸	۰/۶	۰/۷۷۴	۰/۵۷۲	۰/۵۶۳	۰/۷۵۹	۰/۶۲۹	۰/۷۴۸	۰/۸۷۶	۰/۸۵۱	۰/۵۸۶	۰/۵۵۸	۰/۶۴	
CR	۰/۹۳۳	۰/۸۸۹	۰/۹	۰/۹۱۱	۰/۸۷	۰/۸۸۶	۰/۹۲۷	۰/۸۹۴	۰/۹۳۷	۰/۹۵۵	۰/۹۵۸	۰/۹۱۹	۰/۸۶۳	۰/۹۱۴	
AVE	۰/۷۷۶	۰/۶۶۸	۰/۶	۰/۷۷۴	۰/۵۷۲	۰/۵۶۳	۰/۷۵۹	۰/۶۲۹	۰/۷۴۸	۰/۸۷۶	۰/۸۵۱	۰/۵۸۶	۰/۵۵۸	۰/۶۴	

۵- نتیجه گیری

نتایج حاصل از وضعیت هوش سازمانی در بانک مورد بررسی نشان می دهد که میانگین هوش سازمانی در حد متوسط می باشد و تا وضعیت مطلوب فاصله دارد، لذا پیشنهاد می گردد برنامه ریزی های لازم در زمینه ارتقاء وضعیت هوش سازمانی از وضعیت فعلی به وضع مطلوب تر صورت پذیرد. به عبارتی این سطح از هوش سازمانی نمی تواند سازمان را در رسیدن به رسالت های تعریف شده و نیز کسب اهداف مورد نظر سهامداران یاری رساند. براساس مقایسه وضعیت هوش رفتاری و عاطفی/ اجتماعی در نمونه مورد بررسی، میانگین مولفه های با سطح کمتر از سه نشان دهنده موارد قابل تامل بیشتری می باشد. برای مثال در مولفه های رهبری و تشویق نشان از عدم وجود فضای مساعد سازمانی در بعد عاطفی می باشد. لذا توصیه می گردد که با انتصاب رهبران شایسته که الگوهای متعهد، تسهیل گر و حامی برای کارکنان می باشند و نیز عزل مدیران ناکارآمد با رویکرد تسریع در حل مشکلات سازمانی و نیز پذیرش ریسک اقدامات در جهت توقف فعالیت های نادرست و اصلاح عملکرد در جهت هوشمندی سازمانی اقدام نماید. همچنین با توجه به سطح میانگین تشویق که در انتهای جدول و تنها قبل از رهبری قرار دارد، به مدیران توصیه می گردد در جهت بکارگیری از قابلیت عاطفی سازمان توجه به عوامل انگیزشی، ایجاد فضای تشویق، شور و اشتیاق و نیز ایجاد خوش بینی نسبت به آینده کاری را در تمامی اعضای سازمان تقویت نمایند. همچنین مقدار میانگین پایین مولفه سرزندگی در نمونه مورد بررسی قابل تامل بوده و نشان می دهد که می بایست مدیران مولفه عاطفی هوش سازمانی را با برنامه هایی در جهت خلق بافت سازمانی که تجربه، خلاقیت و نوآوری را ترغیب کرده و اشتباهات احتمالی ناشی از آن را تحمل می نماید و نیز فراهم کردن محیط کاری امن جهت طرح سوال و نقد برای همه سطوح سازمانی در نظر بگیرند. همچنین در جهت بهبود مولفه تجربه عاطفی، توجه به مباحث عاطفی سازمان از جمله سلامت عاطفی کارکنان، تلاش در جهت شناخت انواع عواطف کارکنان، قبول و درونی کردن احساسات، عکس العمل به آنها با درکی عمیق و مشترک توسط مدیران توصیه می گردد. همچنین چشم انداز استراتژیک به عنوان یک اصل سازمان دهنده تعریف می گردد که سازمان در جستجو و تحقق آن است. وجود چشم انداز، ارزیابی آن در بازه های زمانی مطلوب، همسویی میان راهبردهای مختلف و بکارگیری آن در تدوین تصمیم های کلیدی و درک آن جهت بکارگیری در فعالیت های اصلی سازمان از نمودهای این اصل سازمانی بایستی مورد توجه مدیران قرار گیرد.

مفهوم هویت در سازمان، که رفتار جمعی اعضای سازمان برای بیان وابستگی شدید و ویژگی های بارز سازمانی است منجر به تلاشی فوق العاده برای تحقق اهداف سازمان می گردد. لذا تلاش مدیران در جهت تقویت احساس هویت بخشی سازمان با توجه به نقش آن در بعد عاطفی نتایج بالقوه ای در افزایش هوش عاطفی سازمانی خواهد داشت. از جمله مولفه های بعد عاطفی، تطبیق عاطفی می باشد. در جهت تقویت آن

پیشنهاد می گردد که مدیران به عنوان الگویی برای کارکنان با آموزش و فرهنگ سازی، اولویت اهداف سازمانی به فردی و توانایی حل تعارضات در موقعیت هایی که تضاد منافع فردی و سازمانی شکل می گیرد، در آموزش این قابلیت سازمانی بکوشند. تقویت فرهنگ سازمانی و نیز با صحبت در مورد ارزش ها و باورهای سازمانی، حفظ معنا و مفهوم عواطف در رفتار بیرونی به طرق مختلف در سازمان توصیه می گردد. همچنین مدیران با برنامه های مختلف در جهت تقویت مفهوم روحیه مشترک بکوشند، به عبارتی در جهت تقویت حس همدلی و همبستگی بین کارکنان در جهت کسب اهداف سازمانی برنامه ریزی نموده و نیز شور و اشتیاق و انرژی را در اعضای سازمان برای تلاش های اختیاری که همراه با شفافیت در رفتار و در میان گذاشتن عواطف با یکدیگر است با تمرکز بر بکارگیری قابلیت های عاطفی تقویت نمایند.

در بعد رفتاری، مدیریت عملکرد، چالاکي در اقدام و پاسخ و مدیریت تغییر، مقادیری پایین تر از میانگین کل هوش سازمانی را کسب کرده اند. در جهت بهبود عملکرد توصیه می گردد تا با تقویت سیستم های نظارتی جهت بررسی عملکرد و پایش مستمر محیط توسط واحدهای متولی از قبیل بازاریابی و روابط عمومی به جهت دریافت بازخورد از عملکرد و برنامه های مختلف و تلاش در جهت تصحیح خطاها و به خصوص در برخورد با مشتریان و جلوگیری از رفتارهای سلیقه ای پرسنل در راستای مدیریت عملکرد سازمانی اقدام شود. در جهت تقویت چالاکي در اقدام و پاسخ گویی مطلوب به تغییرات محیطی پیشنهاد می گردد فرهنگ یادگیری از تجربیات گذشته و عملکرد شرکت های برتر با سیستم هایی مانند مدیریت دانش و یادگیری سازمانی ایجاد گردد.

در جهت بهبود مولفه ارتباطات در بعد رفتاری، توجه به روابط مستحکم در داخل و گسترش آن با بیرون سازمان توصیه می شود. در این بخش نقش واحدهایی همچون روابط عمومی و بازاریابی پررنگ تر می باشد، همچنین ارتباطات مدیران ارشد سازمان با خارج سازمان می تواند بسیار موثر باشد. در این بخش معرفی موثر خدمات و محصولات به جامعه و توجه به تعهدات در ارتباط با مشتریان، نشان از بهره گیری مناسب از این قابلیت سازمانی است.

در سازمان هوشمند در هر برهه زمانی، با عنایت به شرایط موجود، می بایست منابع سازمان به سمت درست و با در نظر داشتن مأموریت سازمان هدایت شود، این اقدامات در حقیقت سازماندهی انعطاف پذیر تعریف می گردد. ذینفعان، مراکز اصلی قدرت سازمان هستند که شناخت، حمایت و تقویت ارتباط با آنها منجر به کسب اطلاعات لازم و جریان ایده های ارزشمند به داخل سازمان خواهد شد. در این راستا توصیه می گردد داشتن پایگاههای اطلاعاتی جامع از کلیه ذینفعان در واحدهای مختلف و تلاش جهت تامین انتظارات آنها مدنظر کلیه مدیران قرار گیرد. الخصوص در شرایط رقابتی و چالشی، نگرش مدیران به تغییرات، به عنوان یک چالش یا فرصت برای کسب تجربه های جدید، توسعه طرح ها، پروژه ها و کسب و کارها همراه با پایش مستمر رفتار و بهره گیری از کلیه ظرفیت ها و منابع لازمه رفتار هوشمند است.

بررسی ادبیات نظری هوش و بلاخص هوش سازمانی حاکی از عدم ارائه

اشاره کرد.

منابع و ماخذ

- [۱] جعفری، پیروش، فقیهی، علیرضا، (۱۳۸۸)، میزان مؤلفه سازمان های هوش سازمانی در برنامه پژوهش و آموزشی ریزی، دانش و پژوهش در علوم تربیتی برنامه - درسی ریزی دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان، شماره ۲۳.
- [۲] کیماسی، مسعود، فاخر، اسلام، چیت سازان، هستی، (۱۳۹۰)، هوش سازمانی بررسی مقایسه ای بانک های دولتی و خصوصی، بازرگانی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، دوره ۳، شماره ۹.
- [۳] ملک‌زاده، غلامرضا، کاظمی، مصطفی، لگزبان، محمد، (۱۳۹۲)، هوش سازمانی: طراحی مدل سلسله مراتبی برای دانشگاه‌های دولتی ایران با رویکرد دیما، مدیریت تحول، پاییز و زمستان ۱۳۹۲ - شماره ۱۰.
- [۴] نظربوری، امیرحوشنگ، رضائیان، علی، طبرسا، غلامعلی، (۱۳۹۲)، طراحی و تبیین مدل مزیت رقابتی مبتنی بر هوشمندی سازمانی در سازمانهای دانش بنیان، مجله علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال دوم، شماره ۴.
- [5] Akgün, A.E., Byrne, J., Keskin, H., (2007), **Organizational Intelligence: a Structuration View**, Journal of Organizational Change Management, Volume 2, Issue3 .
- [6] Albrecht, K., (2010), **Organizational Intelligence & Knowledge Management: Thinking Outside the Silos**, available at: www.KarlAlbrecht.com.
- [7] Albrecht, K., (2003), **Organizational Intelligence**, Survey Preliminary Assessment, Retrieved, 2013, from http://www.karl Albrecht.com.
- [8] Broger, D., Schwaninger, M., Günter, M.S., (2011), **Structuration Theory and Organization**, research (Doctoral dissertation) the university of st.Gallen .
- [9] Çakır, R., Ada, Ş., (2008), **Can the Organizational Mtelligence be Developed in Schools by Inservice Training. (Giresun Mustafa Kemal Primary School Case)**, World Applied Sciences, Journal 4(1):24-30.
- [10] De Boeck, P., (2013), **Intelligence, Where to Look, Where to Go? Open Access Intelligence**, Journal of Intelligenc, and 1(1).
- [11] Ercetin, S., (2004), **The Abilities Related to Organizational Intelligence and Their Action Dimensions at School**, Educational research Quarterly, Vol.10, No. 2.
- [12] Erçetin, S., Potas, N., Hamedoğlu, M. A., Nuray, K., (2007), **Using Multi-dimensional Organizational Intelligence Measurements to Determine the Institutional and Managerial Capacities of Technical Education Institutions for Girls**, applied sciences journal, vol2, no 3, pp151-157.
- [13] Giorgi, G., (2013), **Organizational Emotional Intelligence: Development of a Model**, International Journal of Organizational Analysis, Vol. 21 No. 1.
- [14] Ganzert, Ch., Martinelli, D., Delai, I., (2012) , **Intelligence Systems Methodology: a Systemic Approach to the Organizational Intelligence Function**, knowledge Management Research & Practice Volume 10, 2012 - Issue 2, Pages 141-152.
- [15] Hunt, E., Jaeggi, S., (2013), **Challenges for Research on Intelligence**. J. Intell. 1(1), 36-54.

تبیینی روشن از رویکرد معرفت شناختی (بعد شناختی، رفتاری و عاطفی)، هستی شناسی (هوش در سطح فردی یا سازمانی و نحوه تعامل و یا وجه تمایز این دو مقوله) و روش شناسی در اکثر تحقیقات صورت گرفته می باشد. به عبارتی ابهام در ماهیت هوش بر بسیاری از تحقیقات این حوزه سایه افکنده است. لذا عدم ارائه تبیینی روشن از موارد ذکر شده روایی درونی و بیرونی بسیاری از تحقیقات این حوزه را با تردید مواجه می سازد. پرداختن به هر کدام از مقوله های ذکر شده تلاشی در جهت تقویت ادبیات این حوزه خواهد بود. لحاظ نمودن سطوح مختلف سازمانی برای بررسی سنجش هوش سازمانی و تفاوت قائل شدن بین مصادیق هوش در سطوح مختلف سازمانی در صنایع و سازمان‌های مختلف می تواند نتایج قابل توجهی را در بر داشته باشد. [۱۷] با عنایت به گستردگی مفهوم هوش سازمانی توصیه می‌گردد از سایر روش‌های تحقیق کیفی همانند بررسی تجربی با تکنیک مشاهده مستقیم و مصاحبه های عمیق جهت سنجش کامل‌تر این مفهوم پیچیده سازمانی استفاده شود. (مراجعه به تحقیق ایستدور و همکارانش، ۲۰۱۶) بررسی نقاط اشتراک و افتراق مدل‌های هوش سازمانی با سایر مدل‌های بهبود سازمانی نظیر مدل تعالی (EFQM)، به محققان علاقمند در حوزه بررسی الگوهای بهبود توصیه می‌گردد. بهتر است جهت عملی‌سازی تحقیقات کیفی روش‌های مختلف مشاهده، مصاحبه نیمه ساختار یافته و بررسی مدارک سازمانی به عنوان روش تحقیق مورد استفاده قرار گیرد. در صورت عملی بودن شرایط تحقیق، جهت افزایش احتمال روایی تحقیق، همانند تعدادی از تحقیقات این حوزه، آموزش مفهوم هوش سازمانی قبل از سنجش آن پیشنهاد می‌شود. (همانند چکیر و آدا، ۲۰۰۸)

از اهم محدودیت‌های پژوهش می توان به موارد زیر اشاره کرد: در این پژوهش دو بعد (رفتاری و عاطفی) از سه بعد هوش سازمانی مورد بررسی قرار گرفته است. مسلماً بررسی هم‌زمان بعد سوم یعنی بعد شناختی و تعیین روابط با سایر مولفه‌ها می توانست بر روایی درونی تحقیق بیافزاید. اما ارائه مدلی جامع از هوش با تبیین روشنی از هر سه رویکرد معرفت شناختی و آمیختن رویکردهای مختلف، به علت محدودیت زمانی تحقیق مقدور نبوده است.

پژوهش حاضر در یک بانک انجام شده است لذا نتیجه پژوهش فقط در جامعه مورد مطالعه قابل تعمیم می باشد و در تعمیم به سایر سازمانها باید احتیاط نمود و تعمیم آن به سایر جوامع مستلزم انجام پژوهش های بیشتر است. (روایی بیرونی تحقیق) در این پژوهش محقق برای سنجش هوش سازمانی از روش پیمایشی استفاده نموده است و از سایر ابزارهای گردآوری اطلاعات مانند مصاحبه و بررسی مستندات و مدارک استفاده نشده است.

همچنین از جمله محدودیت‌های غیر قابل کنترل محیطی (جامعه آماری) می‌توان به، کم رنگ شدن شرایط رقابتی بین بانک‌ها، اعمال سیاست‌های یکسان سازی نرخ سپرده و تسهیلات بانکی توسط بانک مرکزی، اعمال سیاست‌های دولت در انتخاب مدیران و جایجایی زیاد مدیران ارشد بانک حتی در بانک‌های خصوصی، رکود اقتصادی و زیادهی بانک‌ها و هجوم بر بانک‌ها مبنی بر فساد مالی (در زمان انجام پژوهش)

- [16] Huy, Q. N., (1999), **Emotional Capability, Emotional Intelligence, and Radical Change**, The Academy of Management Review, Vol. 24, No. 2, pp. 325-345.
- [17] Huy, Q.N., (2012), **Emotions in Strategic Organization: Opportunities for Impactful Research**, *Strategic Organization*, Volume: 10 issues: Three, page (s) 240-2.
- [18] Istudor, N., Ursacescu, M., Sendroiu, C., Ioan, R., (2016), **Theoretical Framework of Organizational Intelligence: A Managerial Approach to Promote Renewable Energy in Rural Economies**, *Energies*, 9 (8), <https://doi.org/10.3390/en9080639>
- [19] Iulia, M., Scarlat, E., (2011), **Enhancing the Computational Collective Intelligence Within Communities of Practice Using Trust and Reputation Models**, *Transactions on computational collective intelligence III*, Pages 74-95.
- [20] Jung, Y., (2009), **An Approach to Organizational Intelligence Management (A Framework for Analyzing Organizational Intelligence Within the Construction Process)**, Virginia Polytechnic Institute and State University
- [21] Leon, F., Atanasiu, G. M., (2008), **Integrating Artificial Intelligence Into Organizational Intelligence**, *Management & Marketing*, 3 (2).
- [22] Catino, M., Patriotta, G., (2013), **Learning From Errors: Cognition, Emotions and Safety Culture in the Italian Air Force Organization Studies**, *34(4)437-467*.
- [23] Moroa, S., Cortezb, P., Ritac, P., (2015), **Business intelligence in banking: A literature analysis from 2002 to2013 using text mining and latent Dirichlet allocation**, *Expert Systems with Applications*, Volume 42, Issue 3, 15 February 2015, Pages 1314-1324
- [24] Silber, K. H., Kearny, L., (2010), **Organizational Intelligence; a Guide to Understanding the Business of Your Organization for HR, Training, and Performance Consulting**, San Francisco: Pfeiffer.
- [25] Travica, B., (2015), **Modeling Organizational Intelligence: Nothig Googles Like Google**, *Online Journal of Applied Knowledge Management, A Publication of the International Institute for Applied Knowledge Management*, Volume 3, Issue 2.
- [26] Veryard, R., (2007), **Towards Organizational Intelligence**, online available: www.users.globalnet.co
- [27] Virtanen, P., Vakkuri, J., (2016), **Searching for Organizational Intelligence in the Evolution of Public- Sector Performance Management**, *The NISPAcee Journal of Public Administration and Policy*, Vol. VIII, No. 2.
- [28] Yaghoubi, N.M., Khaksar, S.M.S., Afrasiabi, F., Shakhsian, F., (2010), **The relationship between organizational intelligence and strategic thinking**, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, Vol. 31 No.1.