

بررسی تاثیر هوش سازمانی و سرمایه فکری و نوآوری سازمانی بر هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد

علی طاهری هشی^۱، سید مجتبی ارونی طباطبایی^۲

^۱ استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بیمه دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال (نویسنده مسئول)

چکیده

باتوجه به روند پیچیده تر شدن کسب و کارها امروز و سخت تر شدن روند تصمیم گیری به منظور اتخاذ بهترین راهکار برای توسعه سهم بازار و افزایش توان رقابتی با سایر رقبا، لزوم تقویت هوش تجاری روز افزون گشته، علی الخصوص در صنعت بیمه که با ظهور رقبای جدید و زیاد باعث شده است که رقابت در این صنعت به منظور سودآوری بیشتر سخت تر شود به همین منظور شرکت موفق است که هوش تجاری بهتری نسبت به سایرین داشته باشد و بتواند تصمیمات بهنگام و مناسب اتخاذ نمایند. به همین منظور لازم است برای تقویت و توسعه هوش تجاری اقدام به بررسی عوامل موثر بر آن شود که در این پژوهش اقدام به بررسی هوش سازمانی، نوآوری سازمانی و سرمایه فکری بر هوش تجاری در بیمه پاسارگاد شده است. روند پژوهش به این صورت است که ابتدا اقدام به ترسیم مدل مفهومی بر اساس مطالعات پیشین شده است و سپس اقدام به تدوین پرسشنامه برای هر یک از چهار متغیر پژوهش شده است که در این خصوص از پرسشنامه های استاندارد و همچنین برای سنجش پایایی آن از ضریب الفای کرونباخ بالای ۰.۷ استفاده شده است. در ادامه پس از نمونه گیری از جامعه آماری، تعداد ۳۲۷ نفر برای جمع اوری اطلاعات به عنوان نمونه آماری انتخاب شده اند. پس از جمع اوری اطلاعات، با استفاده از آماری توصیفی و استنباطی اقدام به تحلیل اطلاعات شده است. در بخش آمار استنباطی ابتدا با آزمون کولموگروف اسمیرنوف اقدام به سنجش نرمال بودن جامعه آماری شده است و سپس با تحلیل رگرسیون اقدام به آزمون فرضیات اصلی و فرعی شده است و با استفاده از معادلات ساختاری و با نرم افزار لیزرل اقدام به برای نشان دادن روابط بین گویه ها با مولفه ها و مولفه ها با متغیرهایشان و متغیرهای وابسته و مستقل شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین متغیرهای سرمایه فکری، نوآوری سازمانی و هوش سازمانی بر هوش تجاری رابطه معناداری و مثبتی وجود دارد.

واژه های کلیدی: هوش سازمانی، هوش تجاری، سرمایه فکری، نوآوری سازمانی، بیمه پاسارگاد.

مقدمه

در عصر حاضر سازمان ها به صورت فزایندهای با محیط های پویا و در حال تغییر مواجه اند. بنابراین، به منظور بقاء و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. به بیان دیگر، با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... در عصر حاضر، سازمان هایی موفق و کارآمد محسوب می شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی ها را نیز در آینده پیش بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده ای بهتر هدایت کنند. (داودوندی، ۱۳۹۴) با وجود این، مشاهدات و مطالعات نشان می دهد که بسیاری از سازمان ها نه تنها نوآور و خلاق نیستند بلکه حتی در هماهنگی با تحولات و پیشرفت ها و تغییرات عصر حاضر نیز ناتوان مانده و اغلب با شیوه های ناکارآمد سنتی اداره می شوند. سازمان ها باید بپذیرند که فلسفه حیاتشان تغییر کرده و دیگر زنده بودن به معنای رسیدن به وضعیت سوددهی مداوم نمی تواند باشد و باید به دنبال رقابت و ابزار آن باشند و بتوانند پا به پای رقبا باقی بمانند، چرا که امروزه کمتر سازمانی است که در یک دوره زمانی بلند مدت از راه توانایی انطباق مناسب با تغییرات، ایجاد ساختار مدیریت منسجم و هدفمند، بهبود مستمر قابلیت های کلیدی و رفتار مناسب با کارکنان به عنوان اصلی ترین دارایی، به نتایجی بهتر از سازمان های هم تراز دست یابد مسلماً سازمان ها برای رسیدن به عملکرد بالا نیازمند طرح ریزی و عملیاتی کردن سیستم های ساختار یافته هستند. لذا تسلط بر فناوری های جدیدی مانند هوش تجاری در مدیریت عملکرد سازمان ها یک الزام تلقی می شود. از طرفی تاکید بر سرمایه فکری یک تفاوت اساسی میان عملیات شرکت ها در اقتصاد قدیم و اقتصاد نوین را نشان می دهد که در اقتصاد قدیم ارزش ناشی از دارایی های فیزیکی بود در حالی که در اقتصاد نوین، ارزش از بکارگیری علم و سرمایه فکری خلق می شود (محمدی، ۱۳۹۳) یکی از مشکلات اساسی سیستم های حسابداری سنتی عدم کفایت و ناتوانی آنها در سنجش و گزارشگری اطلاعات مرتبط با دارایی های نامشهود (از جمله دانش) و ارزش های پنهان شرکت است. بنابراین این پدیده منجر به ایجاد شکاف عظیمی بین ارزش دفتری و ارزش بازار شرکت ها شده است. اختلاف فزاینده مشاهده شده بین ارزش بازار و ارزش دفتری در بسیاری از شرکت ها موجب توجه به بررسی ارزش های گم شده (از دست رفته) از صورت های مالی شده است. محدودیت های صورت های مالی در توضیح ارزش شرکت ناشی از این امر است که منبع ارزش اقتصادی تولید کالای مادی است نه ایجاد سرمایه فکری. در عصر حاضر سازمان ها به صورت فزایندهای با محیط های پویا و در حال تغییر مواجه اند. بنابراین، به منظور بقاء و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند (کمالیان و همکاران، ۱۳۹۱)

مبانی نظری و مروری بر پیشینه پژوهش

مفاهیم هوش تجاری

امروزه اطلاعات در اندازه و گونه های آن، مدیران سازمان ها را در آگاهی یافتن از رخدادهای درون سازمانی و پیرامونی دچار مشکل نموده است. محدودیت های زمانی و فیزیکی موجب شده است تا این اطلاعات بیشتر بصورت کلی و نادقیق در اختیار مدیران قرار گیرد. این گونه گردآوری اطلاعات موجب می گردد تا در هر سازمان هر شخص بنا به شرایط، موقعیت و سمت سازمانی خود برداشت متفاوتی از اطلاعات در دسترس داشته باشد (امیری، ۱۳۸۸)

مولفه ها، عوامل و عناصری که در جریان یک کسب و کار تأثیرگذار بوده و قاعدتا از پیچیدگی های خاصی نیز برخوردارند و لازم است آنها را زیر نظر گرفت، بسیار گسترده اند و روز به روز بر تعداد و تنوع آنها افزوده می گردد. توان یک یا گروهی از مدیران در یک سازمان با توجه به کمبود نیروی انسانی و سایر منابع سازمان محدود بوده و در نتیجه نمی توانند این عوامل پیچیده و تأثیرگذار را همزمان و با دقت زیر نظر بگیرند. منابع اطلاعاتی یک سازمان همواره وجود دارند، اما کیفیت

اطلاعات موجود، جمع آوری، سازماندهی، گزارش گیری و تحلیل کارآمد آنها، یا به عبارت دیگر «معنا بخشیدن به داده ها» موضوع متفاوتی است. از داده های بدون مفهوم و معنای واقعی، هیچ الگوی کارگشایی حاصل نمی شود. (امیری، ۱۳۸۸)

سرمایه فکری

ادبیات مربوط به سرمایه فکری بیانگر ارزش و ماهیت نامشهود این منابع می باشد. نخستین تلاش های مرتبط با مفاهیم سرمایه فکری مرهون مطالعات مچلاپ^۱ در سال ۱۹۶۲ میلادی است، اما به لحاظ تاریخی ابداع مفهوم سرمایه فکری به سال ۱۹۶۹ توسط گالبریت^۲ نسبت داده می شود. وی اعتقاد داشت سرمایه فکری چیزی فراتر از ذهن بوده و در برگیرنده اقدام فکری^۳ نیز می گردد. این امر بدین معنی است که در ادبیات سرمایه فکری در تشریح مفهوم سرمایه فکری، حرکت از داشتن دانش به سمت استفاده از دانش به این نکته اشاره دارد که روابط و فرایندها برای اینکه به عنوان سرمایه فکری محسوب گردند باید دانش را به محصول یا خدمتی تبدیل نمایند که برای سازمان، شرکت یا غیره ارزشمند است. همچنین این امر منجر به فرایندی می گردد که ما را از داشتن دانش به سمت استفاده از دانش می برد که این موضوع نیز منجر به ارائه تعاریف از سرمایه فکری می گردد (جعفری و همکاران، ۱۳۸۵)

مفهوم سرمایه انسانی

سرمایه انسانی موجودی دانش افراد یک سازمان است. بحث می کنند که کارکنان، سرمایه فکری را از طریق شایستگی و چالاکي فکریشان ایجاد می کنند. مهمترین عناصر تشکیل دهنده سرمایه انسانی سازمان، مجموعه مهارت های نیروی کار، عمق و وسعت تجربه آن هاست. منابع انسانی می توانند به منزله روح و فکر منابع سرمایه فکری باشند. این سرمایه در پایان روز کاری، با ترک سازمان از سوی کارکنان از شرکت خارج می شود، اما سرمایه ساختاری و سرمایه رابطه ای حتی با ترک سازمان هم، بدون تغییر باقی می ماند. (طالب بیدختی، ۱۳۸۳)

نقش و اهمیت خلاقیت و نوآوری:

۱- از جنبه فردی: خلاقیت و نوآوری عامل رشد و شکوفایی استعدادها و سوق دهنده به سوی خود شکوفایی خلاقیت و نوآوری عامل موفقیت های فردی، شغلی و اجتماعی است.

۲- از جنبه سازمانی: خلاقیت و نوآوری عامل پیدایش سازمان؛ عامل تولیدات و خدمات؛ عامل افزایش کمیت، تنوع تولیدات و خدمات؛ عامل افزایش کیفیت تولیدات و خدمات و موفقیت در رقابت؛ عامل کاهش هزینه ها، ضایعات و اتلاف منابع؛ عامل افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان؛ عامل ارتقای سطح بهداشت روانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان؛ عامل ارتقای بهره وری سازمان؛ عامل موفقیت مجموعه مدیریت و کارکنان سازمان؛ عامل رشد و بالندگی سازمان؛ عامل تحریک و تشویق

^۱Machlup

^۲Galbraith

^۳Intellectual action

حس رقابت؛ عامل کاهش بوروکراسی اداری؛ کاهش پشت میزنشینی و مشوق عمل گرایی؛ عامل تحریک و مهیا کردن عوامل تولید است (شهر آرای، ۱۳۸۶).

پیشینه تحقیق

در پژوهشی با عنوان مدل سازی پیش بینی اثربخشی سیستم هوش تجاری، ۲۰۱۶ که توسط ونگ، سونگ شون و همکاران^۴ صورت پذیرفت، بر اساس یافته های مطالعه به پیش بینی شاخص بحرانی اثربخشی سیستم هوش کسب و کار در عملکرد هوش تجاری پرداخته و قوانین اثربخشی سیستم هوش تجاری به دست آمده از ساختارهای درخت تصمیم گیری را به پنج دسته طبقه بندی کرده اند. همچنین مدل پیش بینی رگرسیون تعریف شده با چهار شاخص برجسته مهم پیش بینی که توسط تجزیه و تحلیل رگرسیون ساخته شده، می تواند به بهبود اثربخشی سیستم هوش تجاری بپردازد.

تارک و همکاران^۵ در سال ۲۰۱۶ در پژوهشی با عنوان هوش تجاری در برابر هوش سازمانی و سرمایه فکری در شرکت های کوچک و متوسط شمال آفریقا، به تجزیه و تحلیل تاثیرات دستگاه های مختلف هوش تجاری و هوش سازمانی و سرمایه فکری در رقابت بین المللی ۳۰۰ شرکت کوچک و متوسط شمال آفریقا پرداخته اند. علاوه بر این، نقش مکانیکی هوش سازمانی و سرمایه فکری در تاثیرات مجوعه را نیز بررسی کرده اند. نتایج نشان دادند که موقعیت رقابتی شرکت های کوچک و متوسط شمال آفریقا به شدت وابسته به رویکرد هوش سازمانی و سرمایه فکری است.

گلمرادی و همکاران در پژوهش خود در سال ۲۰۱۶ تحت عنوان تاثیرات سرمایه فکری و سبک رهبری بر یادگیری سازمانی نقش سرمایه فکری بر اساس مدل معادلاتی ساختاری را بررسی کرده و نشان دادند که تاثیرات سبک رهبری نسبت به سرمایه فکری، بر یادگیری سازمانی بیشتر است و سرمایه فکری مناسب باعث بهبود یادگیری سازمانی شده و تأثیر مثبتی بر ارتباطات دارد.

چهرقانی و همکاران (۱۳۹۵) بررسی نقش و کاربرد مؤلفه های هوش تجاری در مدیریت منابع انسانی مورد مطالعه بانک صادرات ایران بیان نمود که بر اساس روش تحقیق کاربردی و با استفاده از نرم افزار لیزرل به گردآوری داده ها از نوع روش توصیفی (از شاخه پیمایشی) جهت ارزیابی نقش و کاربرد مؤلفه های هوش تجاری پرداخته اند.

چهرقانی و همکاران (۱۳۹۵) بررسی تأثیر هوش تجاری بر مزیت های رقابتی سازمانی مورد مطالعه شرکت بیمه پارسیان در سطح شهر تهران، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، با استفاده از نرم افزارهای SPSS و لیزرل و با مطالعه میدانی در راستای کسب و حفظ مزیت های رقابتی سازمانی، نشان داند متغیر هوش تجاری تأثیر مثبت و معنی داری بر متغیرهای رهبری در هزینه ها، تمایز در محصول و تمرکز دارد.

قنوتی اصل و قاسمی زاد (۱۳۹۵) مدل معادلات ساختاری ارتباط هوش تجاری با عملکرد سازمانی مدیران شرکت های مستقر در مراکز رشد فناوری دانشگاه های دولتی تهران بیان نمود که به بررسی بررسی تأثیر هوش تجاری و عملکرد سازمانی

^۴Weng, SS., Yang, MH., Koo, TL. et al.

^۵Tarek, B.H. & Adel, G. J Int Entrep

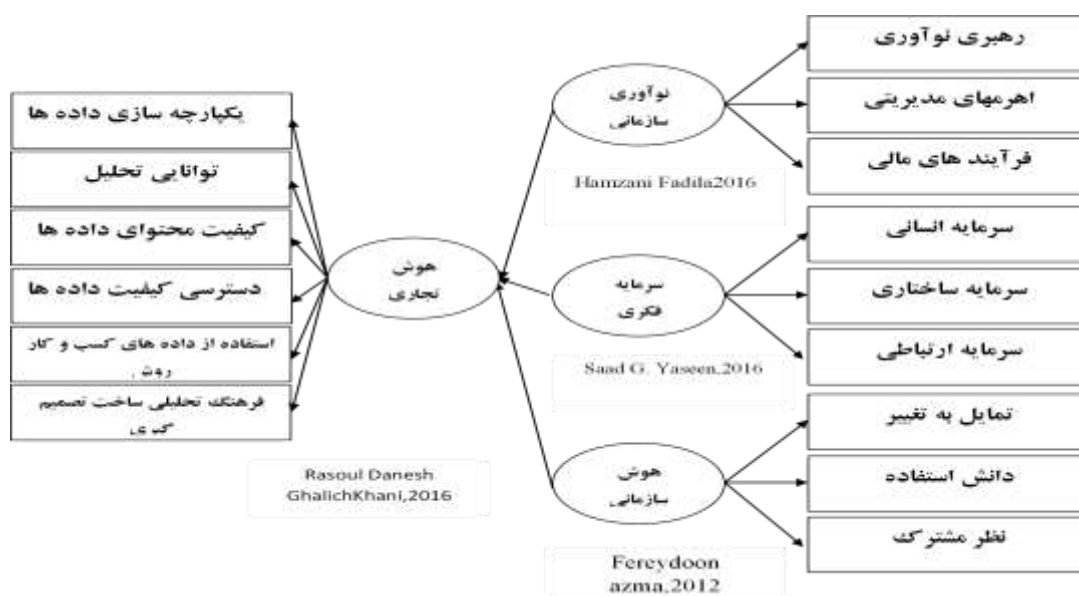
مدیران شرکت‌های مستقر در مراکز رشد فناوری دانشگاه‌های دولتی تهران پرداخته و بر اساس روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی دریافتند که ابعاد هوش تجاری بر عملکرد سازمانی مدیران شرکت‌های مستقر در مراکز رشد تأثیر مثبت و معنی داری دارند.

طاهری و همکاران (۱۳۹۵)، اثر هوش تجاری بر چابکی و عملکرد سازمان از طریق تکنولوژی‌های نوین در صنعت بانکداری مورد مطالعه: بانک کشاورزی، بیان شد که با استفاده از روش تحقیق، توصیفی پیمایشی به بررسی اثر هوش تجاری بر چابکی و عملکرد سازمان از طریق تکنولوژی‌های نوین در صنعت بانکداری مبادرت ورزیده و دریافتند هوش تجاری بر چابکی سازمانی و بر عملکرد سازمانی، مؤثر بوده و با ارتقاء متغیر پیش بین، وضعیت متغیر ملاک هم در سازمان مورد بررسی، بهبود پیدا می‌کند.

روش شناسی پژوهش

تحقیق از نوع هدف کاربردی، از نوع نتیجه توصیفی، نوع داده کمی و از نوع روش همبستگی است. از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، میدانی و از لحاظ کنترل متغیرها غیر آزمایشی است و از آن جایی که به آزمون مدل خاصی از رابطه بین متغیرها میپردازد از نوع مدل یابی علی یا مدل معادلات ساختاری است. حجم نمونه بر پایه پیشنهاد جیمز استیونس در نظر گرفتن پانزده مورد برای هر متغیر پیشین در تحلیل رگرسیون چندگانه، یک قاعده خوب به شمار می‌آید. با توجه به این که رویکرد این پژوهش، مدل یابی معادلات ساختاری است و با توجه به این که مدل یابی معادلات ساختاری در برخی جنبه‌ها کاملاً مرتبط با رگرسیون چند متغیری است تعداد پانزده مورد به ازای هر متغیر اندازه گیری شده در SEM غیرمنطقی نیست، بنابراین و چون نیز این امر را مورد تأیید قرار داده اند. جامعه آماری در این تحقیق، کارشناسان بخش فروش بیمه پاسارگاد می باشند که تعداد آنها ۷۱۹ نفر است. نمونه گیری در این پژوهش از نوع تصادفی ساده می باشد و حجم نمونه باتوجه به فرمول کوکران ۳۲۷ نفر انتخاب شدند.

مدل مفهومی تحقیق



آنالیز فرضیات

• آزمون فرضیه اصلی اول

H_0 = بین سرمایه فکری و هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد رابطه معنی داری وجود ندارد.

H_1 = بین سرمایه فکری و هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد رابطه معنی داری وجود دارد.

نتایج حاصل از به کارگیری آزمون رگرسیون برای فرضیه اصلی به قرار جداول زیر است.

جدول (۱) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون)

متغیر مستقل	متغیر وابسته	دوربین واتسون	ضریب همبستگی r	ضریب تعیین R^2	Sig
سرمایه فکری	هوش تجاری	۱,۷۱۸	۰/۷۷۲	۰/۵۹۷	۰/۰۲۲

(جدول ۲) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون-ANOVA)

قبول / رد	Sig	F	میانگین مربعات	df	مجموع مربعات	مدل	هوش تجاری
فرض H_0 رد	۰,۰۲۲	۱۶,۹۰۶	۸۰,۶۹۸	۱	۸۰,۶۹۸	رگرسیون	سرمایه فکری
فرض H_1 قبول			۶۴,۳۲۷	۳۲۶	۶۷,۶۷۸	باقی مانده	
				۳۲۷	۱۴۸,۳۷۶	کل	

(جدول ۳) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون-جدول ضرایب)

Sig	t	Beta	خطای استاندارد	B	جدول ضرایب
۰,۰۲۲	۲۲,۶۴۳		۱۱,۵۲۱	۴۸,۳۸۳	سرمایه فکری
۰,۰۰۰	۱۸,۹۳۹	۰,۷۷۲	۰,۱۲۷	۵,۱۳۲	هوش تجاری

به طوری که ملاحظه می گردد ضریب تعیین برابر ۰,۵۹۷ و مقدار عدد معنی داری F مساوی ۰,۰۲۲ (کوچک تر از ۰,۰۵) است. لذا می توان نتیجه گرفت که متغیر سرمایه فکری ۵۹,۷ درصد از تغییرات تغییر هوش تجاری را شامل می شود. و با توجه به نتایج آزمون تحلیل رگرسیون در این خصوص میتوان نتیجه گرفت که میزان تاثیر سرمایه فکری بر هوش تجاری در بیمه پاسارگاد تاثیر دارد.

• آزمون فرضیه اصلی دوم

H_0 = بین نوآوری سازمانی و هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد رابطه معنی داری وجود ندارد.

H_1 = بین نوآوری سازمانی و هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد رابطه معنی داری وجود دارد.

نتایج حاصل از به کارگیری آزمون رگرسیون برای فرضیه اصلی به قرار جداول زیر است.

(جدول ۴) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون)

متغیر مستقل	متغیر وابسته	دوربین واتسون	ضریب همبستگی r	ضریب تعیین R^2	Sig
نوآوری سازمانی	هوش تجاری	۲,۱۵۲	۰/۶۰۱	۰/۳۶۱	۰/۰۳۴

(جدول ۵) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون-ANOVA)

قبول / رد	Sig	F	میانگین مربعات	df	مجموع مربعات	مدل	هوش تجاری
فرض H_0 رد	۰,۰۳۴	۱۸,۸۱۵	۷۱,۱۲۷	۱	۷۱,۱۲۷	رگرسیون	نوآوری سازمانی
فرض H_1 قبول			۴۹,۱۱۴	۳۲۶	۵۱,۵۱۰	باقی مانده	
				۳۲۷	۱۲۲,۶۳۷	کل	

(جدول ۶) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون-جدول ضرایب)

Sig	t	Beta	خطای استاندارد	B	جدول ضرایب
۰,۰۳۴	۱۸,۰۱۵		۹,۰۵۱	۴۱,۲۵۱	نوآوری سازمانی
۰,۰۰۰	۱۰,۱۲۴	۰,۶۱۲	۰,۲۵۴	۴,۰۱۲	هوش تجاری

به طوری که ملاحظه می گردد ضریب تعیین برابر ۰,۳۶۱ و مقدار عدد معنی داری F مساوی ۰,۰۳۴ (کوچک تر از ۰,۰۵) است. لذا می توان نتیجه گرفت که متغیر نوآوری سازمانی ۳۶,۱ درصد از تغییرات تغییر هوش تجاری را شامل می شود. و با توجه به نتایج آزمون تحلیل رگرسیون در این خصوص میتوان نتیجه گرفت که میزان تاثیر نوآوری سازمانی بر هوش تجاری در بیمه پاسارگاد تاثیر دارد.

• آزمون فرضیه اصلی سوم

- H_0 = بین هوش سازمانی و هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد رابطه معنی داری وجود ندارد.
 H_1 = بین هوش سازمانی و هوش تجاری در شرکت بیمه پاسارگاد رابطه معنی داری وجود دارد..
 نتایج حاصل از به کارگیری آزمون رگرسیون برای فرضیه اصلی به قرار جداول زیر است.

(جدول ۷) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون)

متغیر مستقل	متغیر وابسته	دوربین واتسون	ضریب همبستگی r	ضریب تعیین R^2	Sig
هوش سازمانی	هوش تجاری	۱,۷۱۸	۰/۵۳۷	۰/۲۸۸	۰/۰۴۶

(جدول ۸) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون-ANOVA)

قبول / رد	Sig	F	میانگین مربعات	df	مجموع مربعات	مدل	هوش تجاری
فرض H_0 رد	۰,۰۴۶	۱۹,۰۰۴	۹۵,۱۲۳	۱	۹۵,۱۲۳	رگرسیون	هوش سازمانی
فرض H_1 قبول			۷۱,۰۸۸	۳۲۶	۷۸,۰۴۷	باقی مانده	
				۳۲۷	۱۷۳,۱۷	کل	

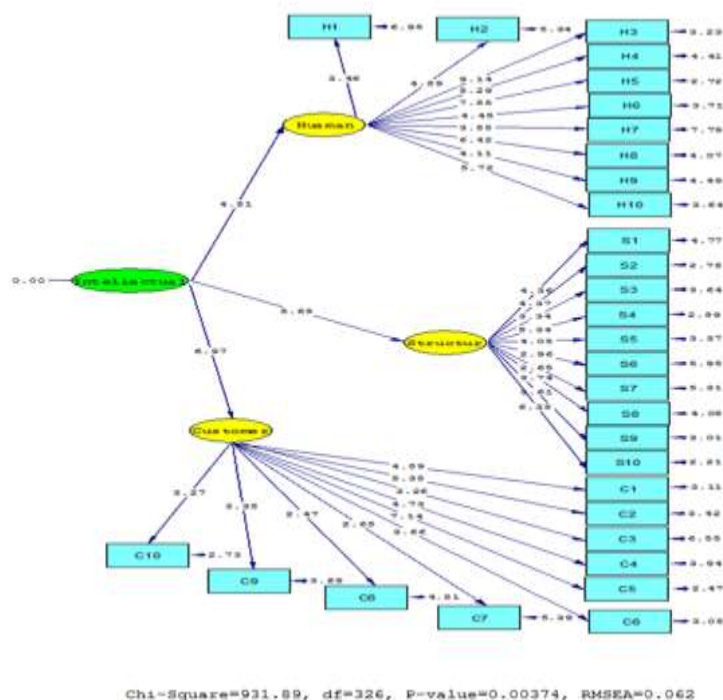
(جدول ۹) آزمون فرضیه اصلی پژوهش (تحلیل رگرسیون-جدول ضرایب)

Sig	t	Beta	خطای استاندارد	B	جدول ضرایب
۰,۰۴۶	۲۶,۰۰۴		۱۴,۸۰۶	۵۳,۰۰۱	هوش سازمانی
۰,۰۰۰	۲۰,۴۵۶	۰,۷۷۲	۰,۲۶۹	۷,۴۸۹	هوش تجاری

به طوری که ملاحظه می گردد ضریب تعیین برابر ۰,۲۸۸ و مقدار عدد معنی داری F مساوی ۰,۰۴۶ (کوچک تر از ۰,۰۵) است. لذا می توان نتیجه گرفت که متغیر هوش سازمانی ۲۸,۸ درصد از تغییرات تغییر هوش تجاری را شامل می شود. و با توجه به نتایج آزمون تحلیل رگرسیون در این خصوص میتوان نتیجه گرفت که میزان تاثیر هوش سازمانی بر هوش تجاری در بیمه پاسارگاد تاثیر دارد.

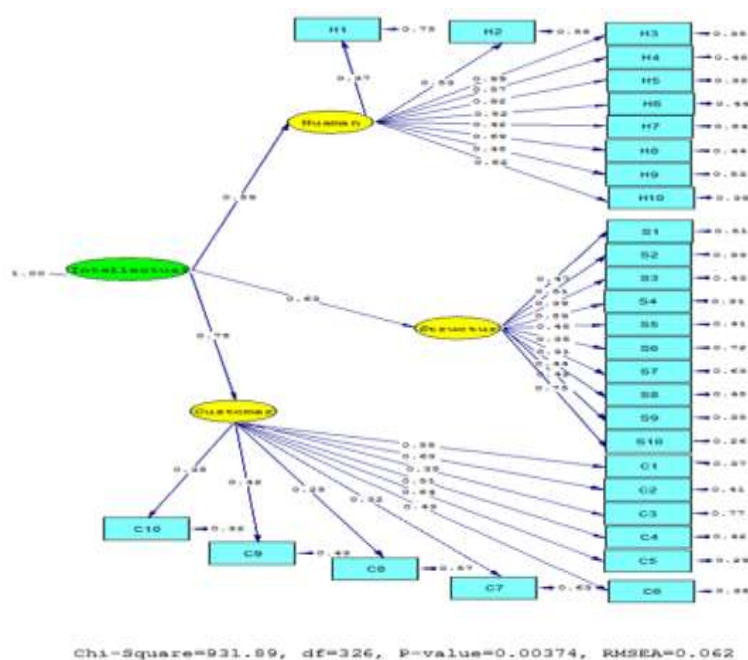
تحلیل عاملی تاییده سازه متغیر مستقل: سرمایه فکری

در این بخش نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای سازه "متغیر مستقل سرمایه فکری" از بعد عوامل دورنی مدل تحقیق شکل (۲) ارائه می گردد. در پیمایش انجام شده سوالات ۱ تا ۳۰ به این سازه اختصاص داشت. همانطور که در این شکل مشخص است، مقادیر t برای همه سنجه های این سازه بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد لذا همه مسیر ها معنادار بوده، نیازی به حذف هیچ یک از متغیرها از مدل نیست.

(شکل ۲) مقادیر t و معناداری روابط در سازه متغیر مستقل سرمایه فکری

(جدول ۱۰) خروجی نرم افزار برای شاخص های نیکویی برازش مدل مربوط به "تغییر متغیر مستقل در سرمایه فکری" را نشان می دهد. با توجه به این جدول ۱۰، همه شاخص های ذکر شده در سطح قابل قبولی قرار دارند و لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار است. شکل (۳) ضرایب استاندارد را برای سازه متغیر مستقل تغییر در سرمایه فکری نشان می دهد. (جدول ۱۰) شاخص های نیکویی برازش مدل در مورد متغیر مستقل تغییر در سرمایه فکری

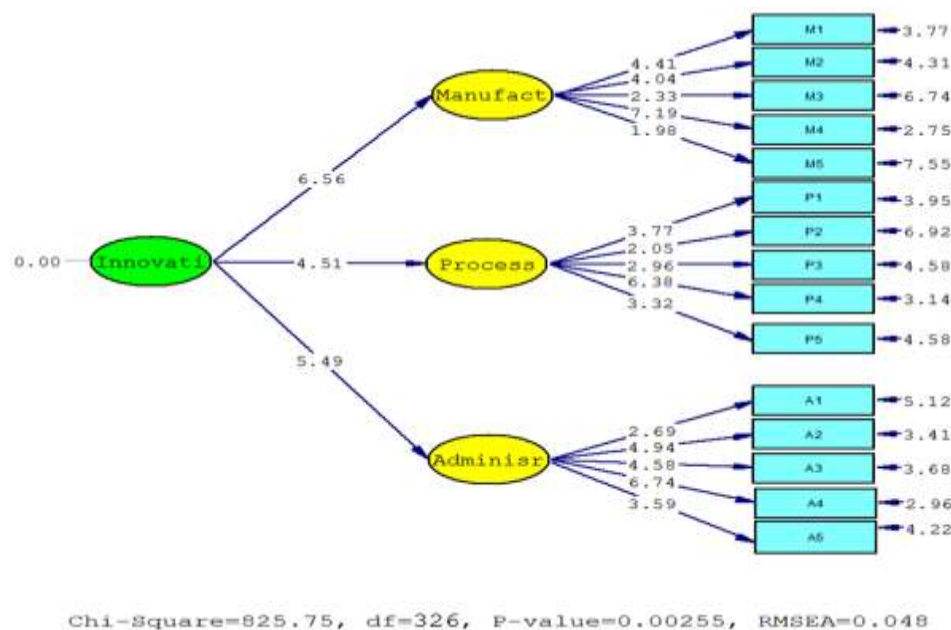
عنوان شاخص	مقدار محاسبه شده	حد قبولی	نتیجه
χ^2/df	۲,۸۱۴۲۳۲	کمتر از ۴	تایید
RMSEA	۰,۰۶۲	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
RMR	۰,۰۴۷	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
NFI	۱,۰۰	بالاتر از ۰,۹	تایید
CFI	۰,۹۸	بالاتر از ۰,۹	تایید
NNFI	۰,۹۷	بالاتر از ۰,۹	تایید
GFI	۰,۹۵	بالاتر از ۰,۹	تایید
AGFI	۰,۹۴	بالاتر از ۰,۹	تایید



(شکل ۳) ضرایب استاندارد مدل برای سازه متغیر مستقل تغییر در سرمایه فکری

تحلیل عاملی تاییده سازه متغیر مستقل: نوآوری سازمانی

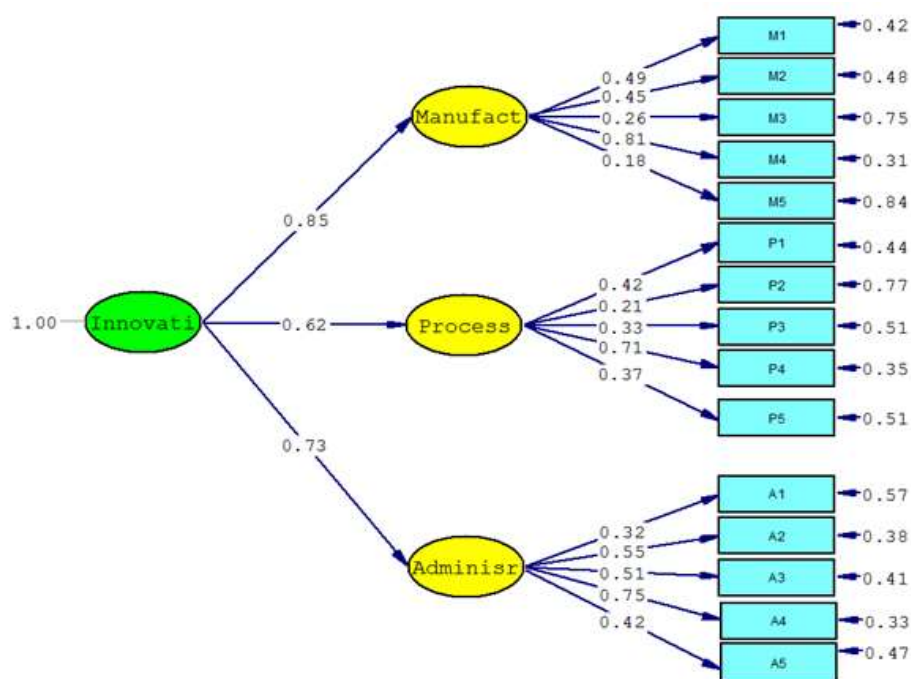
در این بخش نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای سازه "متغیر مستقل نوآوری سازمانی" از بعد عوامل دورنی مدل تحقیق شکل (۴) ارائه می گردد. در پیمایش انجام شده سوالات ۱ تا ۱۵ به این سازه اختصاص داشت. همانطور که در این شکل مشخص است، مقادیر t برای همه سنج‌های این سازه بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد لذا همه مسیرها معنادار بوده، نیازی به حذف هیچ یک از متغیرها از مدل نیست.



(شکل ۴) مقادیر t و معناداری روابط در سازه متغیرمستقل نوآوری سازمانی

(جدول ۱۱) خروجی نرم افزار برای شاخص های نیکویی برازش مدل مربوط به " نوآوری سازمانی " را نشان می دهد . با توجه به این جدول ، همه شاخص های ذکر شده در سطح قابل قبولی قرار دارند و لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار است . شکل (۵) ضرایب استاندارد را برای سازه متغیر مستقل نوآوری سازمانی نشان می دهد . (جدول ۱۱) شاخص های نیکویی برازش سازه متغیرمستقل نوآوری سازمانی

عنوان شاخص	مقدار محاسبه شده	حد قبولی	نتیجه
χ^2/df	۲,۲۵۲۶۴	کمتر از ۴	تایید
RMSEA	۰,۰۴۸	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
RMR	۰,۰۵۶	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
NFI	۰,۹۸	بالاتر از ۰,۹	تایید
CFI	۰,۹۶	بالاتر از ۰,۹	تایید
NNFI	۰,۹۴	بالاتر از ۰,۹	تایید
GFI	۰,۹۳	بالاتر از ۰,۹	تایید
AGFI	۰,۹۱	بالاتر از ۰,۹	تایید

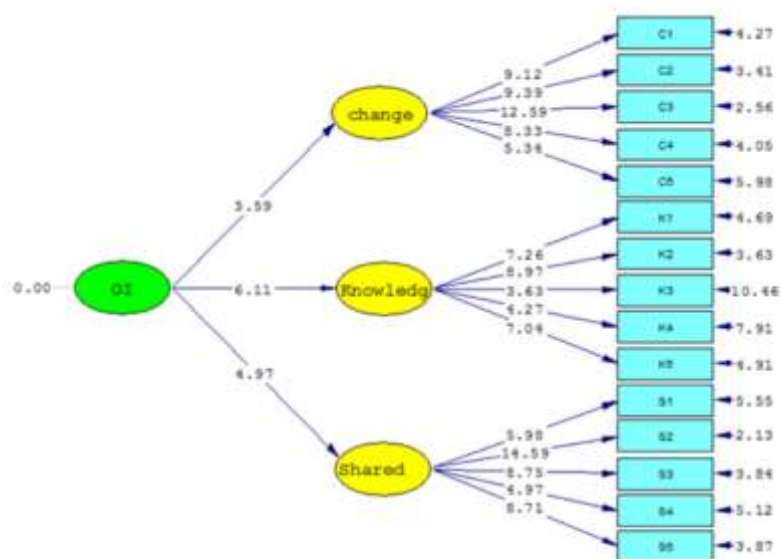


Chi-Square=825.75, df=326, P-value=0.00255, RMSEA=0.048

(شکل ۵) ضرایب استاندارد مدل برای سازه متغیر مستقل نوآوری سازمانی

تحلیل عاملی تاییده سازه متغیر مستقل هوش سازمانی

در این بخش نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای سازه "متغیر مستقل هوش سازمانی" از بعد عوامل دورنی مدل تحقیق شکل (۶) ارائه می گردد. در پیمایش انجام شده سوالات ۱ تا ۱۵ این سازه اختصاص داشت. همانطور که در این شکل مشخص است، مقادیر t برای همه سنج‌های این سازه بزرگتر از ۱٫۹۶ می باشد لذا همه مسیرها معنادار بوده، نیازی به حذف هیچ یک از متغیرها از مدل نیست.



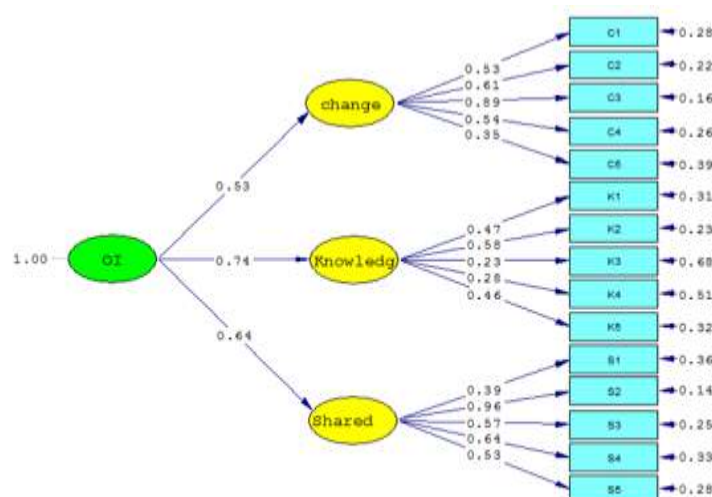
Chi-Square=415.88, df=326, P-value=0.03397, RMSEA=0.031

(شکل ۶) مقادیر t و معناداری روابط در سازه متغیر مستقل هوش سازمانی

(جدول ۱۲) خروجی نرم افزار برای شاخص های نیکویی برازش مدل مربوط به " متغیرمستقل هوش سازمانی نشان می دهد. با توجه به این جدول، همه شاخص های ذکر شده در سطح قابل قبولی قرار دارند و لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار است. شکل (۷) ضرایب استاندارد را برای سازه متغیرمستقل هوش سازمانی نشان می دهد.

(جدول ۱۲) شاخص های نیکویی برازش مدل در مورد متغیر مستقل هوش سازمانی

عنوان شاخص	مقدار محاسبه شده	حد قبولی	نتیجه
χ^2/df	۲,۲۰۴۲	کمتر از ۳	تایید
RMSEA	۰,۰۳۱	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
RMR	۰,۰۴۷	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
NFI	۱,۰۰	بالاتر از ۰,۹	تایید
AGFI	۰,۹۴	بالاتر از ۰,۹	تایید
GFI	۰,۹۵	بالاتر از ۰,۹	تایید
CFI	۰,۹۸	بالاتر از ۰,۹	تایید
NNFI	۰,۹۷	بالاتر از ۰,۹	تایید

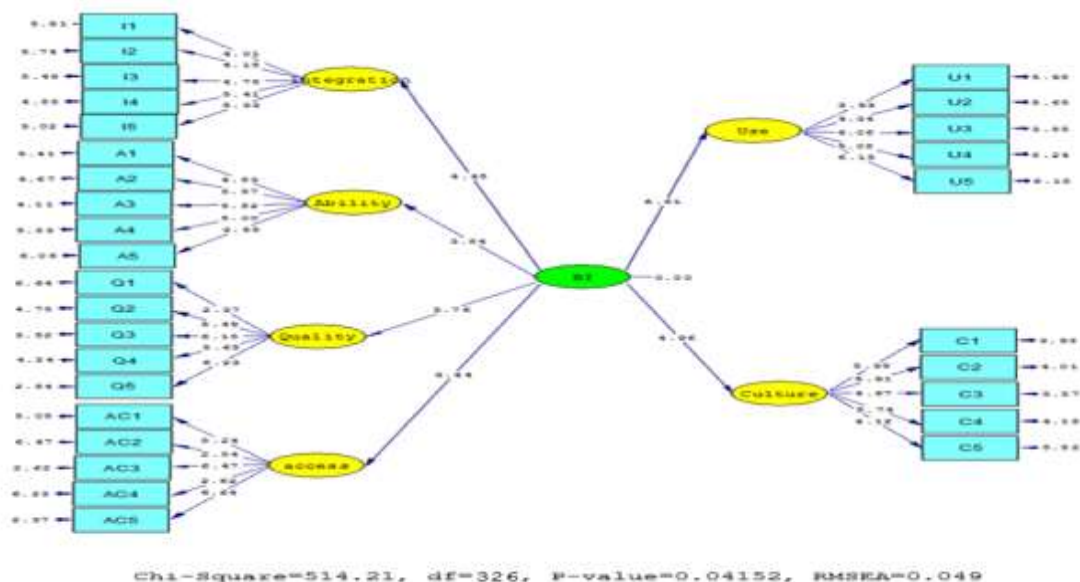


Chi-Square=415.88, df=326, P-value=0.03397, RMSEA=0.031

(شکل ۷) ضرایب استاندارد مدل برای سازه متغیر مستقل هوش سازمانی

تحلیل عاملی تاییدی سازه متغیر وابسته هوش تجاری

در این بخش نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای سازه "متغیر وابسته هوش تجاری" از بعد عوامل دورنی مدل تحقیق (شکل ۸) ارائه می گردد. در پیمایش انجام شده سوالات ۱-۳۰ به این سازه اختصاص داشت. همانطور که در این شکل مشخص است، مقادیر t برای همه سنجه های این سازه بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد لذا همه مسیر ها معنادار بوده، نیازی به حذف هیچ یک از متغیرها از مدل نیست.



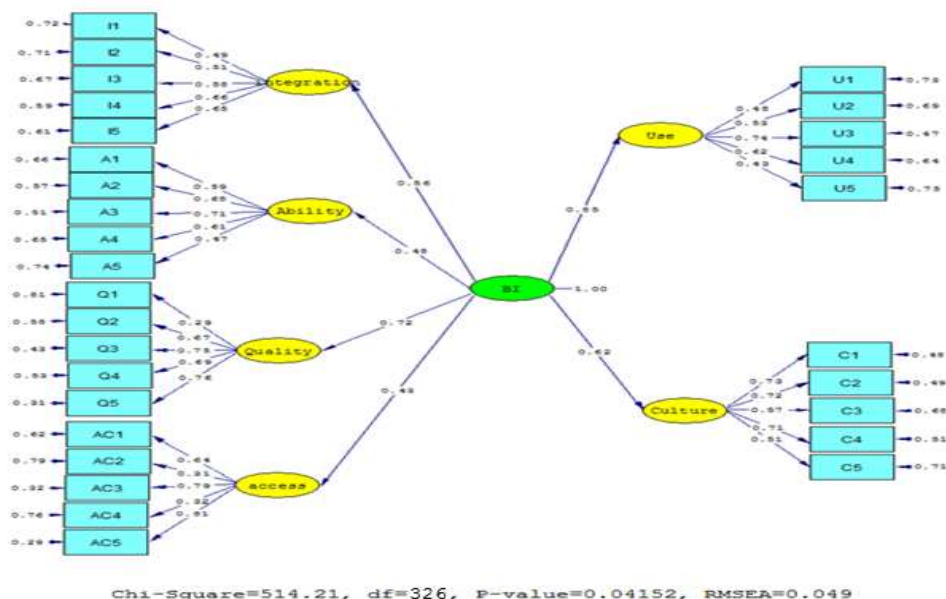
Chi-Square=514.21, df=326, P-value=0.04152, RMSEA=0.049

(شکل ۸) مقادیر t و معناداری روابط در سازه متغیر وابسته هوش تجاری

جدول (۱۳) خروجی نرم افزار برای شاخص های نیکویی برازش مدل مربوط به "متغیر وابسته هوش تجاری" را نشان می دهد در سطح قابل قبولی قرار دارند و لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار است. شکل (۸) ضرایب استاندارد را برای سازه متغیر وابسته سهم بازار نشان می دهد.

(جدول ۱۳) شاخص های نیکویی برازش سازه متغیر وابسته هوش تجاری

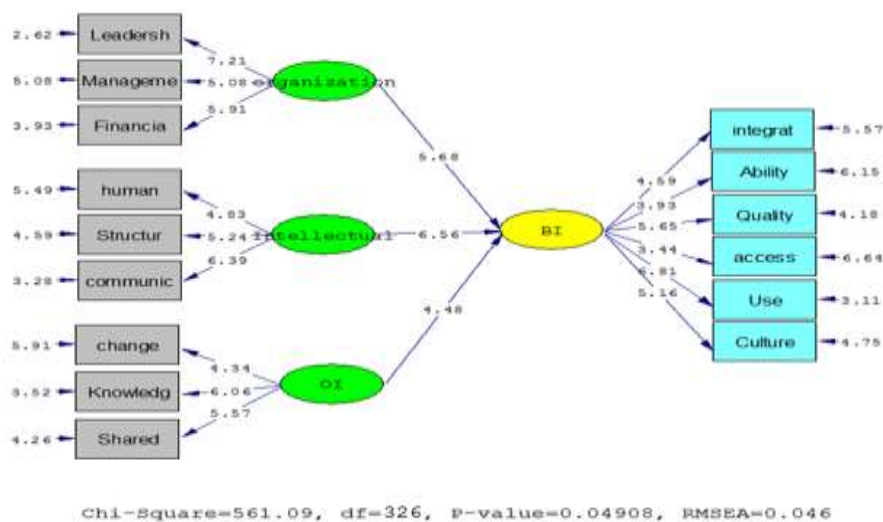
عنوان شاخص	مقدار محاسبه شده	حد قبولی	نتیجه
χ^2/df	۲,۷۲۰/۶۸	کمتر از ۳	تایید
RMSEA	۰,۰۴۹	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
RMR	۰,۰۷۱	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
NFI	۰,۹۸	بالاتر از ۰,۹	تایید
AGFI	۰,۹۱	بالاتر از ۰,۹	تایید
GFI	۰,۹۳	بالاتر از ۰,۹	تایید
CFI	۰,۹۶	بالاتر از ۰,۹	تایید
NNFI	۰,۹۵	بالاتر از ۰,۹	تایید



(شکل ۹) ضرایب استاندارد مدل برای سازه متغیر وابسته هوش تجاری

تحلیل عاملی تاییده سازه متغیر وابسته و مستقل

در این بخش نتایج تحلیل عاملی تاییدی برای سازه "رابطه متغیر وابسته و مستقل" از بعد عوامل دورنی مدل تحقیق شکل (۱۰) ارائه می گردد. در پیمایش انجام شده سوالات ۱ تا ۹۰ به این سازه اختصاص داشت. شکل (۹) نتایج نمودار مسیر را برای سازه فوق نشان می دهد. همانطور که در این شکل مشخص است، مقادیر t برای همه سنجه های این سازه بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد لذا همه مسیر ها معنادار بوده، نیازی به حذف هیچ یک از متغیرها از مدل نیست.

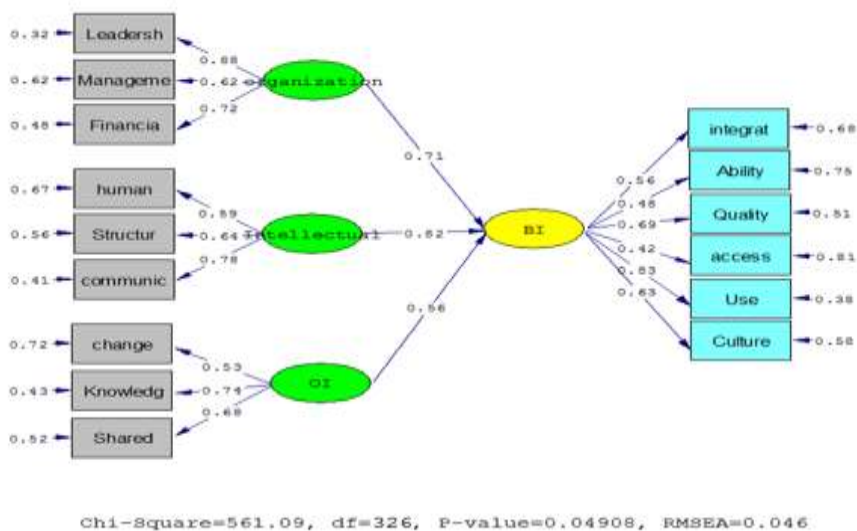


(شکل ۱۰) مقادیر t و معناداری روابط در سازه رابطه متغیر وابسته و مستقل

(جدول ۱۴) خروجی نرم افزار برای شاخص های نیکویی برازش مدل مربوط به " رابطه متغیر وابسته و مستقل را نشان می دهد . با توجه به این جدول ، همه شاخص های ذکر شده در سطح قابل قبولی قرار دارند و لذا مدل از برازش مناسبی برخوردار است . شکل (۱۱) ضرایب استاندارد را برای سازه رابطه متغیر وابسته و مستقل نشان می دهد .

(جدول ۱۴) شاخص های نیکویی برازش مدل در مورد رابطه متغیر وابسته و مستقل

عنوان شاخص	مقدار محاسبه شده	حد قبولی	نتیجه
χ^2/df	۲,۹۶۸۷۳	کمتر از ۳	تایید
RMSEA	۰,۰۴۶	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
RMR	۰,۰۵۸	کوچکتر از ۰,۰۸	تایید
NFI	۰,۹۸	بالتر از ۰,۹	تایید
AGFI	۰,۹۴	بالتر از ۰,۹	تایید
GFI	۰,۹۶	بالتر از ۰,۹	تایید
CFI	۰,۹۷	بالتر از ۰,۹	تایید
NNFI	۰,۹۶	بالتر از ۰,۹	تایید



(شکل ۱۱) ضرایب استاندارد مدل در سازه رابطه متغیر وابسته و مستقل

نتیجه گیری

امروزه بیشتر سازمان ها، در حال پی بردن به این نکته هستند که اطلاعات، خون زندگی دیجیتال است. همچنین کلید موفقیت در عصر اطلاعات، اتخاذ تصمیماتی است که بدون پیچیدگی و مغایرت های عملیاتی، بهتر و سریع تر بتواند سازمان را در رقابت با سایرین به پیش ببرند. تصمیمات تجاری بد و نامناسب یعنی تصمیمات مبتنی بر اطلاعات حداقلی یا ناقص، می تواند زیان های چند میلیون دلاری به بار بیاورد، سهم اصلی و اکثریت بازار شرکت را از دست خارج کند و یا حتی شرکت را به ورطه ورشکستگی بکشاند. طی ۱۰ سال گذشته، رویکرد مدیریت کسب و کار در سراسر جهان به صورت عمیقی تغییر کرده است. در قرن بیست و یکم، سازمان ها بر مبنای دانش و شبکه ها به منظور پاسخگویی به محیط متغیر و متمایز کنونی رشد کرده اند؛ لذا سازمان ها به منظور مواجهه با این چالش ها نیازمند زیرساخت های مناسب پشتیبان تصمیم می باشند. فناوری اطلاعات در همه جا حاضر است و به عنوان یک بخش حیاتی از سازمان نمود پیدا کرده است. همچنین نقش پشتیبانی از عملیات روزانه سازمان و فرآیندهای تصمیم گیری را ایفا میکند. محیط رقابتی و پرتلاطم امروزی تصمیم گیری بهینه و مداوم در کوتاه ترین زمان ممکن را از نیازهای ضروری مدیران ساخته است. بر این اساس برای دستیابی به موفقیت در چنین محیطی، مدیران نیازمند سیستمهای پشتیبان تصمیم هوشمندی می باشند که قادر به استفاده از داده ها و اطلاعات در دسترس باشد. در دنیایی که ما در آن زندگی می کنیم، اطلاعات و دانش بیانگر دارایی اصلی سازمان ها می باشند. بدین منظور سازمان ها سعی در به کارگیری این دارایی برای ایجاد مزیت رقابتی به هنگام اتخاذ تصمیمات خطیر سازمانی را دارند؛ لذا برای دستیابی به آرمان ها و اهداف مدیریتی خود به دنبال استفاده از بهترین روش ها و ابزارها می باشند. سیستم های سازمانی پایه و زیرساخت سازمان می باشند و هوش تجاری به عنوان یک مفهوم جامع به منظور خلق محیط پشتیبان تصمیم یکپارچه برای مدیریت پیاده سازی می شود. هوش تجاری، مجموعه ای از ابزارها و تکنیک ها با هدف پشتیبانی از فرآیند تصمیم گیری است. تحقیقات علمی صورت گرفته در این خصوص نشان داده که هوش تجاری مهمترین فناوری حاضر از نظر سازمان ها می باشد. با وجود سیستم هوش تجاری مناسب، سازمان قادر خواهد بود سیستم های پشتیبان تصمیم خود را به منظور دستیابی به مزیت رقابتی در صنعت توسعه دهند. آنچه امروزه سازمان ها در تمامی نقاط دنیا و بخصوص در کشور ما مبتلا به آن هستند، مشکلات ارزیابی و سنجش احتمال موفقیت سیستم های سازمانی می باشد که با توجه به نیازمندی های کارکردی و غیر کارکردی بتوانند در نقش هوش تجاری و پشتیبانی تصمیم گیری نیز ظاهر شوند. این موضوع در دنیای کسب و کار از اهمیت خاصی برخوردار است، لیکن در دنیای علم نیز می تواند پیام آور مفاهیم ارزشمندی باشد. تشخیص معیارها و عوامل پشتیبانی تصمیم گیری و هوش تجاری در قالب یک چارچوب یکپارچه برای محققان، دستاوردی قابل توجه بوده و ارائه نظریات جدید در این زمینه می تواند مرزهای دانش را گسترش دهد. در طول ۳۰ سال گذشته و نظر به مفهوم سیستم های پشتیبان تصمیم، محیط کسب و کار تغییرات زیادی کرده است. از آن جمله می توان به مواردی نظیر جهانی شدن اقتصاد و افزایش پیچیدگی مراودات اقتصادی، مسطح کردن ساختار سازمانی و افزایش اختیارات کارکنان، افزایش نیاز به پاسخگویی سریع در محیط رقابتی پویا، ظهور و رشد تجارت الکترونیک و ... اشاره کرد. سیستم های پشتیبان تصمیم سازمانی، سیستم های در مقیاس بزرگ، چند کاربره، و با هدف عمومی هستند که در فرآیند تصمیم گیری و برنامه ریزی جایگاه سازمان یافته و نسبتاً مشخصی را دارند و برای انواع تصمیمات سازمانی طراحی شده اند.

پیشنهادهای برای پژوهشگر

۱- پیشنهاد بر اساس نتایج حاصل از فرضیه اصلی اول:

با توجه به نتایج آزمون فرضیات اصلی و نشان از تاثیر و رابطه معناداری بین سرمایه فکری و هوش تجاری لازم است بیمه پاسارگاد اقدام به انتخاب و جذب نیروی متخصص به منظور افزایش توان اجرایی نیروی انسانی خود نماید و همچنین با برگزاری دوره های آموزشی مرتبط در سازمان ضمن تقویت مهارت های نیروی انسانی آنان اقدام به بالا بردن سطح دانش فنی آنان نمایند. با تدوین مکانیزم ها و ساختار مناسب در سازمان اقدام به توسعه و رشد هر چه بیشتر فرهنگ نوآورانه در سازمان

شود تا بدین منظور ضمن توسعه فناوری باعث افزایش سطح توانمندی فناوری و نوآورانه شود. همچنین با مهندسی مجدد ساختار سازمانی و تدوین راهکارهای فناوری در سلسله مراتب سازمانی و شناسایی سرمایه‌های ساختاری آن منجر به توسعه هر چه بیشتر نوآوری سازمانی در آن‌ها شده و فرهنگ نوآورانه را رشد دهد. در نهایت شرکت بیمه پاسارگاد ضمن ایجاد کانال‌های بازاریابی هوشمند و اثربخش جهت شناسایی مشتریان در بیرون از فضا سازمانی اقدام به توسعه هر چه بیشتر ارتباطات با سایر سازمان‌ها شده و در این رابطه از مکانیزه‌های موجود در بستر بیمه پاسارگاد جهت توسعه ارتباطات با سایر مشتریان توانمند در بخش فناوری و نوآوری‌های جدید باعث تقویت سرمایه‌های ارتباطی در بیمه پاسارگاد شوند. در این خصوص ضمن بررسی راهکارهای مؤثر نیز می‌توان تا حد امکان از پتانسیل‌های موجود استفاده و در جهت رشد و بالندگی هوش تجاری منطبق بر خرد جمعی و نظر مشتریان منجر به رشد بیشتر سودآوری بیمه پاسارگاد گردید.

۲- پیشنهاد بر اساس نتایج حاصل از فرضیه اصلی دوم:

با توجه به نتایج آزمون فرضیات اصلی و نشان از تاثیر و رابطه معناداری بین هوش سازمانی و هوش تجاری لازم است بیمه پاسارگاد اقدام اتخاذ مکانیزم‌های در سازمان برای مدیریت تغییرات در سازمان نماید و تغییرات ایجاد شده را در روند نیازهای هوش تجاری سازمانی سوق داده و همچنین به منظور جلوگیری از موازی‌کاری و هدر رفتن منابع سازمانی اقدام به ایجاد سیستم‌های خودکنترلی شود تا بدین وسیله با گرفتن بازخوردهای بازه‌ای می‌تواند مشکلات و موانع موجود شناسایی شوند و با ایجاد کارگروه‌های تخصصی اقدام به ارائه راهکارهای برای حل آنها نمایند. همچنین با تقویت ساختار مدیریت دانش سازمانی باعث تسهیل روند استفاده از دانش سازمانی توسط کارمندان در سازمان شوند. در نهایت با تقویت روحیه کارگروهی و استفاده از نظرات و ایده‌های جمعی به منظور افزایش نظرات در منطبق بر خرد جمعی باعث رشد هر چه بیشتر هوش سازمانی شده و به تبع آن منجر به افزایش هوش تجاری سازمان گردد.

۳- پیشنهاد بر اساس نتایج حاصل از فرضیه اصلی سوم:

با توجه به نتایج آزمون فرضیات اصلی و نشان از تاثیر و رابطه معناداری بین نوآوری سازمانی و هوش تجاری لازم است بیمه پاسارگاد اقدام استفاده مناسب از فرآیندهای مالی به منظور برآوردن نمودن نیازهای مالی سازمان برای توسعه برنامه‌های نوآورانه سازمانی و همچنین بکارگیری تیم‌های تحقیق و توسعه به منظور انجام پژوهش‌های کاربردی برای پیشبرد اهداف سازمان بهره‌جسته تا بتوانند ضمن تحقق اهداف استراتژیک هوش تجاری باعث توسعه میزان توانمندی نوآورانه سازمان گردد. همچنین در این خصوص با استفاده از اهرم‌های مدیریتی به منظور کنترل و نظارت درست بر روند نوآوری در سازمان و بکارگیری متد و روش‌های جدید برای تسریع و تسهیل روند نوآوری در سازمان میتوان نقش مهمی را ایفا نمایند در نهایت با رهبری دست فرآیندهای نوآورانه و دادن بهای مناسب به فرآیندهای نوآورانه در سازمان میتوان تاثیر مثبت و فزاینده بر توسعه و رشد هوش تجاری در بیمه پاسارگاد داشت.

یشنهاد برای پژوهش‌های آتی

۱- بررسی نوآوری و خلاقیت، توانمندی تکنولوژیک بر هوش سازمانی در شرکت بیمه پاسارگاد می‌تواند موضوع مناسبی برای پژوهشگران آتی باشد.

۲- بررسی هوش تجاری بر سهم بازار در شرکت‌های بیمه ای می‌تواند موضوع مناسبی برای پژوهشگران آتی باشد.

۳- بررسی تاثیر اثربخشی دوره‌های آموزشی بر هوش تجاری در شرکت‌های بیمه ای می‌تواند موضوع مناسبی برای پژوهشگران آتی باشد.

۴- شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر رفع موانع هوش تجاری در شرکت‌های بیمه ای می‌تواند موضوع مناسبی برای پژوهشگران آتی باشد.

منابع و مآخذ

- احمدی، محبوبه ۱۳۹۱، بررسی رابطه هوش سازمانی و نوآوری سازمانی در مدیران آموزشی شهرزاهدان، اولین همایش منطقه ای پژوهش ها و راه کارهای نوین در حسابداری و مدیریت، تنکابن، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی شفق تنکابن.
- امیری، مهران، (۱۳۸۸)، تصمیم گیری گروهی برای انتخاب ابزار ماشین با استفاده از روش ویکور فازی، فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۱۶، ص ۱۳
- پارسی، مریم و ابوالفضل کیانی نیکو، ۱۳۹۵، پیاده سازی هوش تجاری در بستر رایانش ابری و تأثیر آن بر سازمان های معاصر، اولین کنفرانس بین المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در مهندسی برق و کامپیوتر، تهران، کنفدراسیون بین المللی مخترعان جهان (IFIA)، دانشگاه جامع علمی کاربردی.
- جعفری، مصطفی و اخوان، پیمان، (۱۳۸۵)، اولویت انتخاب بین مدیریت دانش و مهندسی مجدد در سازمان. تدبیر ۲۸-۱۴۷
- چهرقانی، مونا؛ مصطفی صدیقیان؛ غلامعلی طبرسا و حسین بهمنی، ۱۳۹۵، بررسی نقش و کاربرد مولفه های هوش تجاری در مدیریت منابع انسانی مورد مطالعه بانک صادرات ایران، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- چهرقانی، مونا؛ مصطفی صدیقیان؛ غلامعلی طبرسا و حسین بهمنی، ۱۳۹۵، بررسی تاثیر هوش تجاری بر مزیت های رقابتی سازمانی مورد مطالعه شرکت بیمه پارسیان در سطح شهر تهران، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی،
- داودوند، مجتبی، (۱۳۹۴)، بررسی تاثیر سرمایه فکری، نوآوری و استراتژی سازمانی بر عملکرد شرکت پتروشیمی قائد بصیر گلپایگان، کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی
- شهر آرای، مهرناز (۱۳۸۶) خلاقیت و نوآوری در سازمان های آموزشی. فصلنامه مدیریت در شماره ۲۵.
- طالب بیدختی، عباس؛ و انوری، علیرضا. (۱۳۸۳). خلاقیت و نوآوری در افراد و سازمان ها. تدبیر ۱۴ (۱۵۲): ۲۱-۲۵
- علی محمدی، حدیث؛ مهدی زرین سبب و صالح سالاری، ۱۳۹۳، مدیریت سرمایه فکری رویکردی نوین در توسعه نوآوری سازمانی، اولین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران، موسسه آموزش عالی مهر اروند، مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.
- قنواتی اصل، مجید و علیرضا قاسمی زاد، ۱۳۹۵، مدل معادلات ساختاری ارتباط هوش تجاری با عملکرد سازمانی مدیران شرکت های مستقر در مراکز رشد فناوری دانشگاه های دولتی تهران، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی،
- کمالیان امین رضا، سالارزهی حبیب الله، اصغرزاده فاطمه، (۱۳۹۱)، بررسی تاثیر سرمایه فکری بر نوآوری سازمانی (مطالعه موردی: مدیران مجتمع مس سرچشمه کرمان)، محل انتشار: هشتمین کنفرانس توسعه منابع انسانی
- مجدطاهری، مهدیه؛ کامبیز جلالی فراهانی و غلامرضا هاشم زاده خوراسگانی، ۱۳۹۵، اثر هوش تجاری بر چابکی و عملکرد سازمان از طریق تکنولوژی های نوین در صنعت بانکداری مورد مطالعه: بانک کشاورزی، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران، دانشگاه شهید بهشتی،
- هداوند، مجتبی؛ فرزانه خلیلی و اکرم براتی، ۱۳۹۵، نقش هوش تجاری بر استراتژی های تامین در بازارهای بین الملل، اولین کنفرانس بین المللی هوش تجاری ایران، تهران، دبیرخانه دائمی کنفرانس.

- Ahmadi, Mahboubeh 2011, The Relationship between Organizational Intelligence and Organizational Innovation in Educational Managers in Shahr-e-Ghadan, The First Regional Conference on New Research and Development in Accounting and Management, Tonekabon, Non-Profit Higher Education Institution of Tonekabon.(in Persian)
- Amiri Mehran (2009), Group Decision Making for Choosing Machine Tools Using Fuzzy Vocal Method, Quarterly of Industrial Management Studies, Allameh Tabatabai University, No. 16, p. 13.(in Persian)
- Brown, J.D. and Eisenhardt, K. (1997). Organizational Intelligence and Negotiation Based DAI Systems—Theoretical Foundations and Experimental Results. In Cooperative Knowledge Processing (pp. 155-1۷۲). □□□□□□□□ □□□□□□.
- City of Aria, Mehrnaz (2007) Creativity and Innovation in Educational Organizations. Management Quarterly in Issue 25.
- Chahaghani, Mona; Mostafa Sedighian; Gholamali Tabarsa and Hossein Bahmani, 1395, Investigating the role and application of the components of business intelligence in the human resources management study of Saderat Bank of Iran, The first international conference of business and organizational
- Dawood, Mojtaba ۲۰۱۵, Investigating the Influence of Intellectual Capital, Innovation and Organizational Strategy on the Performance of Ghaed Basir Golpayegan Petrochemical Company, International Conference on Management and Humanities.(in Persian)
- Duncan, R., Weiss, A. (1979). Computer-Based Support of Organizational Decision Making. Decision Sciences, 10(2), 268-291.
- Ghanavati Asl, M & Ghasemizade, Al ۲۰۱۶, Structural Equation Modeling of the Relationship between Business Intelligence and Organizational Performance of Managers of Companies Based on Technology Development Centers of Tehran State Universities, The First International Conference on the New Paradigms of Business and Organizational Management, Tehran, Shahid University HeavenlyHadith ,A,;
- Golmoradi, R., & Ardabili, F. S. (2016). The effects of Social Capital and Leadership Styles on Organizational Learning. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 230, 372-۳۷۸.
- hahaghani, Mona; Mostafa Sedighian; Gholamali Tabarsa and Hossein Bahmani, ۲۰۱۶; The Effect of Business Intelligence on the Organizational Competitive Advantages of the Parsian Insurance Company in the City of Tehran; The First International Conference on the New Paradigms of Business and Organizational Management, Tehran, Shahid University Heavenly, .(in Persian)
- Hadavand, Mojtaba, Farzaneh Khalili and Akram Barati, ۲۰۱۶, The role of business intelligence on supply strategies in international markets, The First International Conference on Business Intelligence in Iran, Tehran, Permanent Conference Secretariat.

Jafari, Mostafa and Akhavan, Peyman (2006), the priority of choosing between knowledge management and reengineering in the organization. Guidance 28-1۴۷.(in Persian)

Kamaliyan Amin Reza, Salarzahi Habibollah, Asgharzadeh Fatemeh (2012), Investigating the Influence of Intellectual Capital on Organizational Innovation (Case Study: Sarcheshmeh Copper Complex Managers), Place of publication: Eighth Human Resources Development Conference

Mahdieh M., Kambiz Jalali Farahani and Gholamreza Hashemzadeh Khorasgani, ۲۰۱۶ The Effect of Business Intelligence on Organizational Agility and Performance through New Technologies in the Banking Industry Case Study: Agricultural Bank, The First International Conference on the New Paradigms of Business and Organizational Management, Tehran, Shahid Beheshti University

Parsian, Maryam and Abolfazl Kiani Niko, ۲۰۱۶, Implementing Business Intelligence in the Cloud Computing Platform and its Influence on Contemporary Organizations, The First International Conference on New Advances in Electrical and Computer Engineering, Tehran, International Federation of Inventors of the World (IFIA), University Applied Science. (in Persian)

Taleb Bidokhty, Abbas; and Anvari, Alireza. (1383). Creativity and innovation in individuals and organizations. Trick 25-2۱: (۱۵۲) ۱۴

Tarek, B. H., & Adel, G. (2016). Business Intelligence versus Entrepreneurial Competitive Intelligence and International Competitiveness

Weng, S. S., Yang, M. H., Koo, T. L., & Hsiao, P. I. (2016). Modeling the prediction of business intelligence system effectiveness. SpringerPlus, 5(1), 737.

Zarrin Sabb .M, 2014, Intellectual Capital Management, A New Approach to the Development of Organizational Innovation, The First National Conference on Sustainable Development in Education Sciences and Psychology, Social and Cultural Studies, Tehran, Mehr Arvand Institute of Higher Education, Center for Strategies Achieving sustainable development, intelligence management paradigms, Tehran, Shahid University Heavenly. (in Persian)