

بررسی نقش میانجی گر یادگیری سازمانی بر رابطه میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران

قاسم رضایی^۱، کیارش زبرجد^۲، مریم محمدی دارنجان^۳

^۱ استادیار، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع - مدیریت مهندسی، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

^۳ دانشجوی کارشناسی مهندسی صنایع، گروه مهندسی صنایع، دانشکده فنی و مهندسی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

چکیده

سازمان‌های کنونی در محیطی فعالیت می‌کنند که تغییرات سریع، آن‌ها را ملزم به داشتن استراتژی‌های انطباق پذیر می‌کند. پژوهش حاضر به منظور بررسی نقش میانجی گر یادگیری سازمانی بر رابطه میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران انجام شده است. این تحقیق از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع همبستگی است. جامعه آماری آن شامل کارکنان شرکت نفت گچساران می‌باشد که تعداد آن‌ها برابر با ۲۵۰۰ نفر است. از این جامعه آماری بر اساس جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای به حجم ۳۳۲ نفر به صورت تصادفی طبقاتی و به شیوه سهمیه‌ای، سهم هر دستگاه و کارکنان مورد نظر انتخاب شده است و به منظور گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه هوش سازمانی، چابکی سازمانی و یادگیری سازمانی استفاده شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی، تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی نشان داد که مدل‌های هوش سازمانی، چابکی سازمانی و یادگیری سازمانی قابل برازش و کاربرد می‌باشند. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که یادگیری سازمانی نقش میانجی میان یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی ایفا می‌کند. همچنین میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی، میان هوش سازمانی و یادگیری سازمانی و میان یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: یادگیری سازمانی، هوش سازمانی، چابکی سازمانی، شرکت نفت، میانجی گر، تحلیل عاملی تاییدی، مدل معادلات ساختاری.

۱. مقدمه

مدیران امروز در محیطی پر ابهام، پویا و متحول کار می‌کنند. یکی از بارزترین خصوصیات عصر حاضر، تغییرات و تحولات شگرف و مداومی است که در طرز تفکر، ایدئولوژی، ارزش‌های اجتماعی، روش‌های انجام کار و بسیاری از پدیده‌های دیگر زندگی به چشم می‌خورد. یادگیری، سرآغاز نیاز به تکامل و بهتر شدن است و هر چه علم و دانش بشری تکامل و توسعه بیشتری یابد، نیاز به تحول و یادگیری بیشتر می‌شود [۱]. افزایش رقابت روزافزون میان سازمان‌ها در قرن کنونی باعث شده آن‌ها همواره به دنبال راه‌هایی برای کسب مزیت رقابتی برآیند. یادگیری سازمانی به‌عنوان یکی از پایه‌های استقرار مدیریت دانش و یکی از ابزارهای کسب مزیت رقابتی برای مدیران سازمان‌های کنونی به شمار می‌آید. یادگیری سازمانی فرایندی است پویا که سازمان را قادر می‌سازد تا به سرعت و با تغییر سازگاری یابد. توسعه این قابلیت‌ها در درون یک سازمان مبین توانایی آن سازمان برای اجرای اقدامات مدیریت، ساختارها و رویه‌هایی است که فرایند یادگیری را تسهیل و تشویق می‌کند [۲]. طی سال‌های اخیر با توجه به تغییر و تحولاتی که در اثر رشد علم و دانش به وجود آمده است؛ تلاش روزافزون سازمان‌های پیشرو در دنیای رقابتی کسب‌وکار این است که یک راهبرد مشخص برای افزایش هوش سازمانی خود داشته باشند. هوش سازمانی تضمین‌کننده برتری‌های بلندمدت برای سازمان‌ها و جوامع و بهبود عملکرد آن‌هاست. در این عصر افرادی موفق و کارا هستند که از بهره‌های بالا بهره‌مند هستند. چنین افرادی با بهره‌گیری از هوش خداداد و با استفاده از قدرت تفکر و دانش خود بر مسائل و مشکلات غلبه می‌کنند با توجه به پیشرفت علوم و فنون و پیدایش نیازها و چالش‌های جدید، سازمان‌ها پیچیده‌تر و اداره آن‌ها مشکل‌تر می‌شود. این مفهوم زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بپذیریم علاوه بر منبع عظیم و خلاق هوش انسانی، یک ابزار مکانیکی هوشمند به نام هوش سازمانی نیز در روند عملکرد سازمان‌ها نقش به سزایی دارد [۳].

چابکی دارای اهمیت فراوانی است زیر نتایج و موفقیت‌های سازمان‌های چابک جالب و تحسین‌برانگیز است. مطالعات نشان داده که این سازمان‌ها، نرخ موفقیت فزاینده‌ای در برخی اقدامات تحولی نسبت به هم‌تایان خود به دست می‌آورند. سازمان‌هایی که در زمینه سرعت، انعطاف‌پذیری و پاسخگویی سازمانی بیشتر سرمایه‌گذاری می‌کنند به احتمال قوی به اهدافشان خواهند رسید؛ زیرا عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فناوری با سرعت هر چه تمام‌تر بر دولت‌ها و تصمیمات آن‌ها تأثیر گذارده و شهروندان سریع‌تر به خدمات سریع‌تر و تخصصی‌تر نیاز پیدا می‌کنند. در نتیجه این امر باید خط‌مشی‌های سریع‌تر از گذشته تهیه، تدوین و اجرا کنند که مسلماً چابکی می‌تواند به سازمان‌ها و مؤسسات به انجام این رسالت و کسب اهداف سازمانی کمک کند. برخی از دلایل ضرورت حرکت به سمت چابکی سازمان را می‌توان، رقابت شدید در محیط کسب‌وکار، افزایش انتظارات مشتریان، جهانی‌شدن، مسائل فرهنگی و اجتماعی، محدودیت نیروی انسانی ماهر، تغییرات فناوری اطلاعات، نوآوری و ابتکار دانست [۴]. شرکت‌های امروزی با چالش‌هایی مواجه هستند، یادگیری عامل کلیدی و موردنیاز سازمانی است که می‌خواهد در دنیای نوین اقتصادی و محیط رقابتی پابرجا بماند. امروزه یادگیری جاده حیاتی شناخت و انطباق با سرعت فزاینده‌ی تغییر است؛ بنابراین سازمان‌های آموزشی مانند دانشگاه‌ها که یکی از تولیدکنندگان دانش و اطلاعات و گسترده‌ترین نهاد تولید دانایی به شمار می‌روند، از تغییرات عصر حاضر مصون نبوده، باید از راه یادگیری همیشگی، افراد را برای رویارویی با تغییرات آماده نمایند. یادگیری سازمانی به هماهنگ شدن سازمان‌ها از جمله سازمانی‌های آموزشی با فناوری و پیشرفت‌های جدید کمک می‌کند [۵].

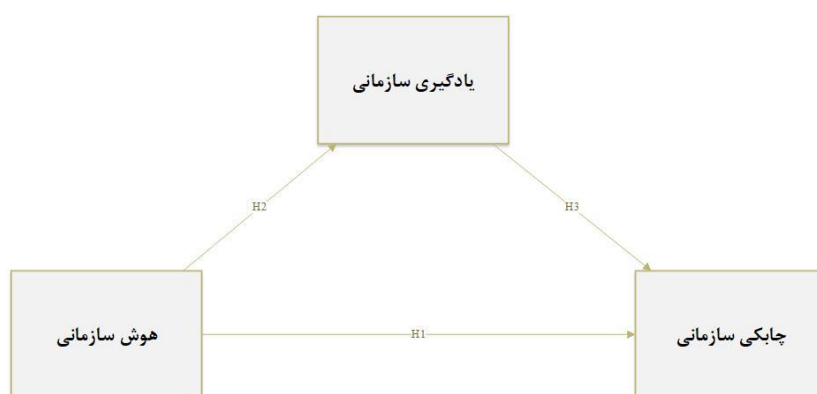
۲. بیان مسئله

سازمان چابک می‌تواند منجر به هزینه‌های تولید کمتر، سهم بازار فزاینده، ارضای نیازهای مشتریان، تسهیل معرفی سریع محصولات جدید و حذف فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده شود و قابلیت رقابت سازمان را ارتقاء دهد [۶]. طی سال‌های اخیر با توجه به تغییر و تحولاتی که در اثر رشد علم و دانش به وجود آمده است؛ تلاش روزافزون سازمان‌های پیشرو در دنیای

رقابت و کسب‌وکار این است که یک راهبرد مشخص برای افزایش هوش سازمانی خود داشته باشند. هوش سازمانی تضمین‌کننده برتری‌های بلندمدت برای سازمان‌ها و جوامع و بهبود عملکرد آنهاست [۷]. در این عصر، افرادی موفق و کارا هستند که از بهره‌مندی هوشی بالا بهره‌مند هستند. چنین افرادی با بهره‌گیری از هوش خدادادی و با استفاده از قدرت تفکر و دانش خود بر مسائل و مشکلات غلبه می‌کنند. با توجه به پیشرفت علوم و فنون و پیدایش نیازها و چالش‌های جدید، سازمان‌ها پیچیده‌تر و اداره آن‌ها مشکل‌تر می‌شود. این مفهوم زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بپذیریم علاوه بر منبع عظیم و خلاق هوش انسانی، یک ابزار مکانیکی هوشمند به نام هوش سازمانی نیز در روند عملکرد سازمان‌ها نقش به سزایی دارد [۳]. با توجه به اینکه هوش سازمانی افراد نشانگر آگاهی و اطلاعات افراد در رابطه با عوامل مؤثر بر سازمان است، می‌توان ادعا کرد که شناسایی و استفاده از هوش سازمانی می‌تواند قدرت احاطه بر محیط داخلی و بیرونی را افزایش دهد و آن را از دیگر سازمان‌ها متمایز سازد. لذا هوش سازمانی مدیران سازمان را قادر می‌سازد تا با توجه به حافظه سازمانی خود، پاسخگوی به‌موقع نیازها، آسیب‌پذیری‌ها و واکنش به‌موقع به تغییرات ناسالم محیط داخل سازمان باشند [۷]. هوش سازمانی را شامل ۷ مؤلفه بینش راهبردی، سرنوشت مشترک، تغییر گرایی، روحیه سازمانی، ساختار سازمانی، مدیریت دانش و عملکرد سازمانی می‌داند [۸].

در هر سازمانی توان بالقوه پرورش نیافته‌ای وجود دارد که برای تغییرات راهبردی در سازمان می‌توان از این نیروی سازمانی استفاده کرد. برای اینکه نیروی انسانی در جهت تغییرات راهبردی سازمان برانگیخته شود، ضروری است انگیزه لازم را در کارکنان به وجود آوریم. این انگیزه ممکن است از طریق تعامل بین ساختار مناسب سازمانی ایجاد شود. از این‌رو سلسله‌مراتب سازمانی، افراد و گروه‌های سازمانی در فرایند یادگیری سازمانی می‌توانند پیوندهای مناسبی را در جهت افزایش عملکرد سازمانی به وجود آورند [۹]. امروزه، یادگیری سازمانی نیز به‌طور فزاینده‌ای در میان سازمان‌هایی که به افزایش مزیت رقابتی، نوآوری و اثربخشی علاقه مندند موردتوجه ویژه قرار گرفته است و پژوهشگران مختلف از رویکردهای متفاوتی به تحلیل آن پرداخته‌اند.

با توجه به مطالب مورد ذکر و مدل مفومی ۱ بایستی بررسی کنیم آیا میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی با نقش میانجی گر یادگیری سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معناداری وجود دارد؟



شکل ۱- مدل مفومی تحقیق

۳. مبانی نظری تحقیق

هوش سازمانی مفهومی جدید در عرصه متون سازمان و مدیریت است. پیشینه موضوعی هوش سازمانی به دهه ۱۹۹۰ برمی گردد و ریشه های آن باید در نظریه های مدیریت دانش و یادگیری سازمانی جستجو کرد، اما سخن از هوش سازمانی از سال ۱۹۹۲ به طور آشکار و صریح در مقاله ای که ماتسودا با عنوان «هوش سازمانی، اهمیت آن به عنوان یک فرایند و فرآورده» در اجلاس بین المللی اقتصاد در توکیو منتشر کرد، مطرح شده است. در این مقاله ضمن تشریح معنا و مفهوم هوش سازمانی، فرایند هوش سازمانی را متشکل از پنج عنصر و فرآورده هوش سازمانی در قالب طراحی شبکه های اطلاعاتی معرفی کرده است. پس از آن هلال هم در رابطه با هوش سازمانی چارچوبی ارائه کرده است که در آن به طور منسجم زیرساخت ها و روش های شناختی هوش سازمانی را نشان داده است. همچنین در این چارچوب یکی دیگر از مؤلفه های آن یادگیری تک حلقه ای و دو حلقه ای است به معنای کسب دانش و بهبود و اصلاح روش است. همچنین متذکر می شود که امروزه سازمان ها نظام های یادگیری هوشمندی هستند که از افراد آموزش دیده ای تشکیل شده اند که این افراد از شبکه های اطلاعاتی پیچیده برای سازگاری با دنیای پیچیده استفاده می کنند [۱۰].

در اقتصاد امروزه که هزینه ها باید کاهش یابد، سازمان ها و شرکت ها از خود می پرسند: «چه مقدار تاکنون برای فناوری سرمایه گذاری کرده ایم؟» و اینکه «از این سرمایه گذاری چه سودی برده ایم؟» امروزه در کشورهای پیشرو و توسعه یافته سرمایه گذاری در هوش سازمانی در حال افزایش است. در سازمانی که OI در آن بکار گرفته می شود، مدیران می توانند اطلاعات هزینه ها را از داخل سازمان استخراج نمایند و بدانند که هزینه ها چه هستند و تصمیم هایی برای کاهش و حذف آن ها بگیرند. تغییرات آینده را پیش بینی کنند و برای مسائل خود راه حلی مناسب داشته باشند. به منظور افزایش درآمد، شرکت ها باید علاوه برافزایش فروش خود، مثلاً مشتریان فعلی خود را حفظ کنند. حفظ مشتریان اغلب کاری بسیار پسندیده است [۱۱]، اما باید بدانیم اغلب کدام مشتری سود بیشتری عاید می کند. معمولاً ۲۰٪ از مشتریان ۸۰٪ سود شرکت را تامین می کنند. شرکت ها باید ابتدا مشتریانی که سود بیشتری را عاید می سازند، حفظ نمایند. باید بدانید OI کاربرد بسیاری در این بخش نیز دارد. گام بعدی تجزیه و تحلیل رفتار بازار، فروش و مشتریان پرسود هستند. این دانش به مدیران کمک می کند تا چگونه مشتریان خود را مدیریت نمایند. برای جلب نظر مشتریان ممکن است پارامترهای کانال های هزینه ای، فروش عمده به مشتریان و یا تغییر در حاشیه سود و... مدنظر قرار گیرد. نکته مهم این است که رفتارها با مشتریان یکسان نیست و هر مشتری یا گروهی از مشتریان روابط خاص خود را خواهند داشت.

چابکی درواقع برای مهندسی بنگاه های رقابتی یک پارادایم جدید شده است نیاز به این پارادایم جدید، مبتنی برافزایش نرخ تغییر در محیط است که مؤسسات را وادار به پاسخ پیش کنشی به تغییرات می کند. بازارها و مشتریان خواهان محصولات ارزان، متناسب با سلیق خود و دسترسی سریع به آن هستند [۱۲].

به باور شریفی و ژانگ (۱۹۹۹) چابکی به معنای توانایی هر سازمانی برای حسگری، ادراک و پیش بینی تغییرات موجود در محیط کاری است. چنین سازمانی باید بتواند تغییرات محیطی را تشخیص داده، به آن ها به عنوان عوامل رشد و شکوفایی بنگرد. آن ها درجایی دیگر چابکی را توانایی فائق آمدن بر چالش های غیرمنتظره برای رویارویی با تهدیدهای بی سابقه محیط کاری و کسب مزیت و سود از تغییرات به عنوان فرصت های رشد و پیشرفت تعریف می کنند [۱۳].

چابکی پویا، در آغوش گیرنده تغییرات، تهاجمی و رشد گراست. چابکی به دنبال پیروزی و موفقیت در سود، سهم بازار و به دست آوردن مشتریان در بازارهای رقابتی است که بسیاری از کمپانی ها به علت اینکه این بازارها مراکز متلاطمی هستند از ورود به آن بازارها هراسان هستند. برای چابکی نهایی فرض نمی شود و نقطه ای وجود ندارد که کمپانی یا یک شخص

سفر به چابکی را کامل کرده باشد. چابکی به طور دائم به عملکرد کارکنان و سازمان، ارزش محصول و خدمات و تغییر دائم در زمینه فرصت‌های حاصل از جذب مشتری توجه می‌کند و مستلزم آمادگی دائم برای روبه‌رو شدن با تغییرات بنیادی و سطحی است و کمپانی‌های چابک همیشه برای یادگیری هر چیز جدیدی که باعث افزایش سودآوری ناشی از بهره‌گیری از فرصت‌های جدید می‌شود، آماده‌اند. انتقال به چابکی با فرض به اشتراک‌گذاری بازارهای سود ده همراه با اطلاعات و خدمات کامل تعدیل می‌شود و محصولات متناسب با نیازهای مشتریان مشخص شکل‌دهی می‌شود. قابلیت سوددهی این محصولات مبتنی بر استراتژی‌های بازاریابی و قیمت‌گذاری است که خود مبتنی بر ارزش دریافت شده از مشتری است؛ بنابراین، رقبا چابک موفق، نه تنها باید بازارها، خطوط تولید، شایستگی‌ها و مشتریان فعلی خود را خیلی خوب بشناسند، بلکه باید مشتریان و بازارهای بالقوه آینده را هم بشناسند. این شناخت به برنامه‌های استراتژیک برای به دست آوردن شایستگی‌های جدید، توسعه خطوط محصول جدید و ثبت و ضبط بازارهای جدید منجر می‌شود [۱۴].

در زمانی نه‌چندان دور، سازمان‌ها در محیطی پایدار و باثبات به سر می‌بردند. به تدریج تغییرات مربوط به علم و فناوری، اقتصاد، فرهنگ و سیاست به سرعت سازمان‌ها را تحت تأثیر قرارداد؛ اما امروزه مدیران و رهبران سازمان‌ها دریافته‌اند که به یادگیری، به عنوان پدیده‌ای ارزشمند بنگرند و برای موفقیت در ایجاد آینده‌ای بهتر، سازمانی را پرورش دهند که به خوبی و به طور اثربخش پایدار در پی فراگیری باشد و برای حفظ بقای خود با دگرگونی‌ها هماهنگ گردد. به طور کلی تاریخچه یادگیری سازمانی بنا به گفته آبروزس به شروع برنامه‌های توسعه کارکنان به تلاش‌های نایتینگل طی جنگ‌های کریمه برمی‌گردد [۱۵]. هنگامی که وی با تعدادی پرستار کار می‌کرد و سعی داشت مراقبت‌هایی را به بیماران ارائه دهد، قسمتی از سؤالات او به عنوان سرپرست پرستاران این بود که پرستاران مراقبت‌ها را در حد استاندارد ارائه دهند. یادگیری سازمانی از سال ۱۹۵۸ که اولین بار مارچ و سایمون آن را تعریف نمودند تا اوایل دهه ۱۹۹۰ که ویک و رابرتس تعریف جدیدی از آن ارائه داده‌اند، همواره مورد بحث و تجزیه و تحلیل صاحب نظران مدیریت بوده است. تلمپیتون و همکاران یادگیری سازمانی را مجموعه‌ای از اقدامات برای مطالعه کسب دانش، توزیع اطلاعات، تفسیر اطلاعات تعریف می‌کنند. مطالعه تحول در یادگیری سازمانی دارای یک تاریخچه طولانی است که به دهه ۱۹۶۰ برمی‌گردد. در سال ۱۹۶۸ پیشرفت‌ها در یادگیری منطبق با پیشرفت در تغییرات غیر خطی بود [۱۶].

۴. پیشینه تحقیق

منتظری و پسندی پور (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه بین هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در کارکنان شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران - منطقه جنوب شرق» انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش مشتمل از ۳۵۰ نفر از کارکنان رسمی شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران - منطقه جنوب شرق بود که بر اساس جدول گرجسی و مورگان ۱۸۳ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود و داده‌های گردآوری شده با استفاده از روشهای آماری ضریب همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری چندگانه با استفاده از نرم افزار LIEREL تجزیه و تحلیل شد. نتایج پژوهش نشان داد که هوش سازمانی رابطه معناداری با یادگیری سازمانی دارد. همچنین رابطه بین سرنوشت مشترک، فشار سازمانی، اتحاد و توافق با یادگیری سازمانی تایید شد [۲].

بهرامی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی تحت عنوان «بررسی رابطه یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی در بیمارستانهای آموزشی شهر یزد در سال ۱۳۹۴» انجام دادند این پژوهش تحلیلی از نوع همبستگی، به صورت مقطعی در ۴ بیمارستان آموزشی شهر یزد انجام شد. ۲۷۰ نفر از کادر درمانی و اداری به صورت نمونه گیری طبقه بندی با تخصیص متناسب

انتخاب شدند. داده های مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری شدند؛ و با استفاده از نرم افزار R و پکیج lavaan, semPlot semtools, برای روش معادلات ساختاری و SPSS برای آمار توصیفی آنالیز شد. یافته های پژوهش نشان داد که بین یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد [۱۷].

پانتوواکیس و بورانتا (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان " بررسی رابطه بین یادگیری سازمانی و رضایت مشتری " انجام داد. جامعه آماری شامل کارکنان سه مجموعه حمل و نقل، سوپر مارکت و خدمات تعمیر اتومبیل بود که نمونه ۴۳۷ نفری از کارکنان خطوط اولیه آنها انتخاب گردید. جهت بررسی رابطه از مدل رگرسیون استفاده گردید. نتایج پژوهش آنها نشان داد که بین یادگیری سازمانی و رضایت مندی مشتری رابطه معنی دار و مثبت وجود دارد [۱۸].

آنیها و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیق خود به بررسی رابطه بین اعتماد بین فردی و یادگیری سازمانی پرداختند. جامعه آماری این پژوهش، ۱۴۷ نفر از مدیران بخشهای تولیدی و خدماتی هند بودند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه های اعتماد بین فردی چارتیر (۱۹۹۱) و یادگیری سازمانی ینگ و همکاران (۱۹۹۱) استفاده کردند. برای تجربه و تحلیل دادهها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کردند. نتایج نشان داد که بین اعتماد بین فردی و یادگیری سازمانها و ابعاد یادگیری سازمانی ارتباط معناداری وجود دارد [۱۹].

سابان و دیگران (۲۰۱۰) در تحقیقی با عنوان «یادگیری سازمانی: مؤلفه های اساسی جهت ایجاد محصول جدید» به مطالعه رابطه کارکردی بین یادگیری سازمانی و فرایند محصول جدید پرداخته اند. نویسندگان در این تحقیق مدل یادگیری محصولی جدید را طراحی کرده اند که در برگرنده سه مؤلفه یادگیری سازمانی، توسعه دانش و فناوری سازمانی است. در مؤلفه یادگرسر سازمانی به سطوح یادگیری یک حلقه ای، دو حلقه ای و سه حلقه ای اشاره می کنند. در توسعه دانش بر فراگیری اطلاعات، نشر آن و تفسیر و درک مشترک افراد از اطلاعات توجه دارند و در مورد رفتار سازمانی که تأثیر معناداری نیز بر اعمال و تصمیمات کارکنان دارد به دو نوع سنجش عملکرد در پایان و در حین فرایند اشاره می کنند. آنها نتیجه می گیرند که شرکت ها قبل از اینکه بتوانند محصول جدیدی را ایجاد کنند لازم است مدیریت، وضعیت فعلی یادگیری سازمانی را تحلیل کند و در صورت لزوم سبک یادگیری سازمان را بهبود بخشند [۲۰].

۵. روش شناسی تحقیق

تحقیق پیش رو از نظر روش، همبستگی بوده و از نظر هدف کاربردی میباشد.

جامعه آماری در این پژوهش، کارکنان شرکت نفت گچساران را تشکیل می دهد که در مجموع ۲۵۰۰ نفر را شامل می شوند. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی و حجم نمونه آماری براساس جدول مورگان به تعداد ۳۳۲ نفر می باشد. برای جمع آوری داده های مورد نیاز تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده شده است.

در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت فرضیه ها و نوع متغیرها از آزمون های آماری زیر استفاده شده است. در این تحقیق از روشهای موجود در آمار توصیفی با نرم افزار SPSS نظیر جداول توزیع فراوانی مطلق، میانگین جهت بررسی و مقایسه اطلاعات جمع آوری شده از طریق پرسشنامه و در بخش آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل و همچنین برای تحلیل عاملی تاییدی و مدلسازی معادلات ساختاری با نرم افزار Amos مورد استفاده قرار گرفت.

جدول ۱ جامعه تحقیق مورد بررسی پژوهش میباشد.

جدول ۱- جامعه آماری کارکنان شرکت نفت گچساران

ردیف	واحد	تعداد کارکنان	حجم نمونه
۱	ستادی	۵۰۰	۶۷
۲	عملیاتی	۱۶۰۰	۲۱۲
۳	خدمات عملیاتی	۴۰۰	۵۳
	جمع	۲۵۰۰	۳۳۲

جدول ۲ نمایانگر توزیع فراوانی جمعیت شناختی تحقیق میباشد.

جدول ۲- توزیع فراوانی جمعیت شناختی تحقیق

درصد	فراوانی		
۸۹,۸	۲۹۸	آقا	جنسیت
۱۰,۲	۳۴	خانم	
۳۵,۸	۱۱۹	مجرد	وضعیت تاهل
۶۴,۲	۲۱۳	متاهل	
۸,۱	۲۷	دیپلم	
۱۵,۱	۵۰	فوق دیپلم	سطح تحصیلات
۵۹,۹	۱۹۹	کارشناسی	
۱۶,۹	۵۶	کارشناسی ارشد	
۲۸,۹	۹۶	۱ الی ۵ سال	
۳۰,۴	۱۰۱	۶ تا ۱۰ سال	سابقه خدمت
۱۹,۳	۶۴	۱۱ تا ۱۵ سال	
۱۴,۲	۴۷	۱۶ تا ۲۰ سال	
۷,۲	۲۴	۲۱ تا ۲۵ سال	
۴۹,۱	۱۶۳	۳۱ الی ۴۰	سن
۳۵,۸	۱۱۹	۴۱ الی ۵۰	
۱۵,۱	۵۰	۵۱ و بالاتر	

۶. یافته های تحقیق

در ابتدا به تحلیل شاخصهای مرکزی، پراکندگی و توزیع متغیرهای پژوهش میپردازیم:

متغیر «هوش سازمانی» دارای میانگین ۳,۶۶، انحراف معیار ۰,۴۶۴، چولگی ۰,۰۳۳- و کشیدگی ۰,۱۳۵ می باشد. اگر میانگین به دست آمده در بازه (۲,۳۳ - ۱) قرار گیرد در سطح ضعیف، اگر در بازه (۳,۶۶-۲,۳۴) قرار گیرد در سطح

متوسط واگر در بازه (۵-۳,۶۷) قرار گیرد در سطح قوی برآورد می‌گردد. با توجه به اینکه میانگین به دست آمده متغیر ارزشهای سازمانی در بازه (۲,۳۴-۳,۶۶) قرار میگیرد، بنابراین در سطح متوسط قرار دارد. منفی بودن چولگی متغیر نشان دهنده طولانی بودن دنباله به سمت چپ میباشد از طرف دیگر کشیدگی مثبت به این معنی است که شکل متغیر از توزیع نرمال بلندتر می‌باشد.

متغیر «چابکی سازمانی» دارای میانگین ۳,۶۵، انحراف معیار ۰,۵۰۳، چولگی ۰,۱۶۱- و کشیدگی ۰,۳۱۸ می‌باشد. با توجه به اینکه میانگین به دست آمده متغیر چابکی سازمانی در بازه (۲,۳۴-۳,۶۶) قرار میگیرد، بنابراین در سطح متوسط قرار دارد منفی بودن چولگی متغیر نشاندهنده طولانی بودن دنباله منفی توزیع به سمت چپ میباشد از طرف دیگر کشیدگی مثبت به این معنی است که شکل متغیر از توزیع نرمال بلندتر می‌باشد.

متغیر «یادگیری سازمانی» دارای میانگین ۳,۳۰، انحراف معیار ۰,۶۰۷، چولگی ۰,۳۵۱- و کشیدگی ۰,۵۰۴ می‌باشد. با توجه به اینکه میانگین به دست آمده متغیر یادگیری سازمانی در بازه (۲,۳۴-۳,۶۶) قرار میگیرد، بنابراین در سطح متوسط قرار دارد. منفی بودن چولگی متغیر نشان دهنده طولانی بودن دنباله منفی توزیع به سمت چپ می‌باشد از طرف دیگر کشیدگی مثبت به این معنی است که شکل متغیر از توزیع نرمال بلندتر می‌باشد.

پس از تدوین نظری الگو برای تبیین پدیده مورد پژوهش و اندازهگیری متغیرهای پنهان تعریف شده، لازم است تا به بحث برآورد الگو و تحلیل شاخصهای کلی و جزئی الگو پرداخت تا مشخص شود که آیا دادههای تجربی در مجموع حمایت کنندهی الگو نظری تدوین شده هستند یا خیر. وجود اجزای متعدد در الگوی تدوین شده، پژوهشگران را به این قسمت سوق داد که قبل از آنکه الگوهای تدوین شده در همان گام اول مورد برآورد و آزمون قرار گیرند در ابتدا الگوهای اندازهگیری حاضر در الگوها برآورد و آزمون شوند. میتوان گفت بررسی روابط ساختاری بین متغیرهای پنهان هنگامی منطقیتر و بامعنا تر تفسیر میشود که اندازه گیری سازههای پنهان با توجه به معیارهای علمی قابل قبول باشند. وجود شاخصهای برازش کلی ضعیف برای هر یک از الگوهای اندازهگیری به معنای آن است که ورود آن الگو اندازهگیری به الگو معادله ساختاری میتواند پژوهشگر را در تحلیل روابط ساختاری بین متغیرهای پنهان با اشتباه مواجه شود. به عبارتی دیگر مهمترین مرحله در تجزیه و تحلیل آماری SEM ارزیابی برازش الگو به دادهها است. توضیح شاخص های برازش به شرح زیر می‌باشد:

کایاسکوئر بهنجار یا نسبی: (CMIN/DF) یکی از شاخصهای عمومی برای به حساب آوردن پارامترهای آزاد در محاسبه شاخص برازش، کای اسکوئر بهنجار یا نسبی است که از تقسیم ساده مقدار کایاسکوئر بر درجه آزادی الگو محاسبه میشود و با برچسب CMIN/DF گزارش میشود. دیدگاهها برای مقدار قابل قبول بودن این شاخص متفاوت است. مقادیر بین ۱ تا ۳, ۱ تا ۵, ۲ تا ۳, ۱ تا ۲ را قابل قبول میدانند.

شاخص دیگر: RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) می باشد. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می شود. زمانی که مقدار این آماره کمتر از ۰,۰۵ باشد نشان می دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار است. در صورتی که بین ۰,۰۵ تا ۰,۰۸ باشد، برازش قابل قبول و اگر بین ۰,۰۸ تا ۰,۱ باشد برازش متوسط و اگر بزرگتر از ۰,۱ باشد برازش ضعیف است.

مقدار کایاسکوئر (CMIN) الگو و سطح معناداری آن لازم است ذکر شود که هر چه مقدار کایاسکوئر کوچکتر باشد برازش الگو تدوین شده توسط پژوهشگر رضایتبخشتر و بهتر است. چنانچه مقدار P بزرگتر از ۰/۰۵ باشد، میتوان نتیجه گرفت که

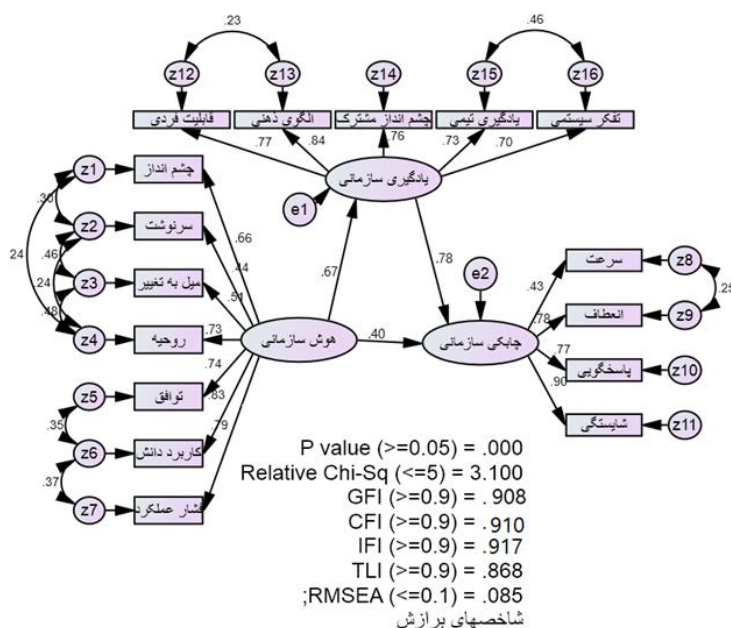
ساختار کوواریانس الگو به طور معناداری از ساختار کوواریانس مشاهده شده متفاوت نبوده و در واقع مقدار کایاسکوئر برای الگو قابل قبول است. با توجه به اینکه مقدار P برای غالب الگوهای اندازه‌گیری بزرگتر از $0/05$ می‌باشد، میتوان نتیجه گرفت که مقدار کای اسکوئر برای الگوهای اندازه‌گیری مناسب است.

یکی از معتبرترین شاخصهایی که برای بررسی برازندگی الگو به کار میرود GFI یا شاخص نیکویی برازش است. این شاخص را میتوان به عنوان مشخصه‌های مشابه R^2 در رگرسیون چند متغیری در نظر گرفت. هرچه GFI نزدیکتر به $1/00$ باشد الگو با داده‌ها برازش بهتری دارد. شاخص GFI برای الگوهای اندازه‌گیری بزرگتر از $0/90$ می‌باشد که نشان از برازش خوب داده‌ها از الگو دارد.

شاخص برازش تطبیقی یا CFI یکی از شاخصهای تطبیقی است که مقادیر بین $0/90$ تا $0/95$ به عنوان قابل قبول بودن الگو و مقادیر بالاتر از $0/95$ برای این شاخص به عنوان برازش بسیار خوب داده‌ها به الگو تفسیر میشود. مقدار CFI برای همه الگوهای اندازه‌گیری بزرگتر از $0/95$ است که میتوان نتیجه گرفت که داده‌ها به خوبی از الگوهای اندازه‌گیری حمایت میکنند.

برای آزمون معناری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و سطح معناداری استفاده شده است. مقدار بحرانی مقداری است که از حاصل تقسیم تخمین وزن رگرسیونی بر خطای استاندارد بدست می‌آید. براساس سطح معناداری $0/05$ ، مقدار مسیر بحرانی باید بیشتر از $1/96$ یا کمتر از $-1/96$ باشد و کمتر از این مقدار، پارامتر مربوط در الگو مهم شمرده نمی‌شود؛ و همچنین مقادیر کوچکتر از $0/05$ برای مقدار سطح معناداری حاکی از تفاوت معنادار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان $0/99$ دارد. لازم به ذکر است که برای سنجش متغیر هوش سازمانی، بر روی چابکی سازمانی با نقش میانجی یادگیری سازمانی عمل پارسلینگ انجام شده است و به ازای هر بعد، میانگین گویه‌های آن بعد قرار گرفته است.

مطابق با شکل ۲ مدل معادلات ساختاری تحقیق به شرح زیر می‌باشد:



شکل ۲- مدل معادلات ساختاری تحقیق

بررسی فرضیات تحقیق:

فرضیه ۱: میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی با نقش میانجی گر یادگیری سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد.

برآیند شاخص های برازش، مدل در سطح اطمینان ۹۹ درصد می باشد. مقدار P بین دو متغیر هوش سازمانی و چابکی سازمانی ۰,۰۰۰، بین دو متغیر هوش سازمانی و یادگیری سازمانی ۰,۰۰۰ و یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی ۰,۰۰۰ می باشد که مقداری کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد. مقدار بحرانی بین دو متغیر هوش سازمانی و چابکی سازمانی ۱۱,۶۷ می باشد که این مقدار از ۱,۹۶ بزرگتر می باشد بنابراین می توان نتیجه گرفت که این فرضیه با اطمینان ۰/۹۹ پذیرفته می شود و به عبارتی میتوان عنوان نمود که با اطمینان ۰/۹۹، بین هوش سازمانی و چابکی سازمانی با نقش واسطه ای یادگیری سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه ۲: میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد.

مقدار P بین دو متغیر هوش سازمانی و چابکی سازمانی ۰,۰۰۰ می باشد که مقداری کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد. مقدار بحرانی بین دو متغیر هوش سازمانی و چابکی سازمانی ۱۱,۶۷ می باشد که این مقدار از ۹۶,۱ بزرگتر می باشد بنابراین می توان نتیجه گرفت که این فرضیه با اطمینان ۰/۹۹ پذیرفته می شود و به عبارتی میتوان عنوان نمود که با اطمینان ۰/۹۹، بین هوش سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی بین دو متغیر هوش سازمانی و چابکی سازمانی ۰,۴۰ می باشد. هر چه این ضریب بیشتر باشد به معنای اثرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. اگر این مقدار کمتر از ۰,۳ باشد متوسط اگر بین ۰,۳ تا ۰,۶ باشد خوب و اگر بالای ۰,۶ باشد عالی است. با توجه به اینکه ضریب بین ۰,۳ و ۰,۶ می باشد، پس می توان ادعا کرد که هوش سازمانی تاثیر خوب و مستقیمی بر روی چابکی سازمانی کارکنان شرکت نفت گچساران دارد.

فرضیه ۳: میان هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد.

مقدار P بین دو متغیر هوش سازمانی و یادگیری سازمانی ۰,۰۰۰ می باشد که مقداری کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که این فرضیه با اطمینان ۰/۹۹ پذیرفته می شود و به عبارتی میتوان عنوان نمود که با اطمینان ۰/۹۹، بین هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی بین دو متغیر هوش سازمانی و یادگیری سازمانی ۰,۶۷ می باشد. با توجه به اینکه ضریب بزرگتر از ۰,۶ می باشد، پس می توان ادعا کرد که هوش سازمانی تاثیر قوی و مستقیمی بر روی یادگیری سازمانی کارکنان شرکت نفت گچساران دارد.

فرضیه ۴: میان یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد.

مقدار P بین دو متغیر یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی ۰,۰۰۰ می باشد که مقداری کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد. مقدار بحرانی بین دو متغیر یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی ۱۱,۶۷ می باشد که این مقدار از ۱,۹۶ بزرگتر می باشد بنابراین می توان نتیجه گرفت که این فرضیه با اطمینان ۰/۹۹ پذیرفته می شود و به عبارتی میتوان عنوان نمود که با اطمینان ۰/۹۹، بین یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معنی داری وجود دارد. ضریب همبستگی بین دو متغیر یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی ۰,۷۸ می باشد. با توجه به اینکه ضریب بزرگتر از ۰,۶ می باشد، پس می توان ادعا کرد که یادگیری سازمانی تاثیر قوی و مستقیمی بر روی چابکی سازمانی کارکنان شرکت نفت گچساران دارد.

۷. نتیجه گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی نقش میانجی گر یادگیری سازمانی بر رابطه میان هوش سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران می باشد. مدل مفهومی پژوهش با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری برای شناسایی نقش میانجی گر یادگیری سازمانی در ارتباط بین هوش سازمانی با چابکی سازمانی مورد آزمون قرار گرفت. یافته های توصیفی پژوهش نشان داد که کلیه مولفه های هوش سازمانی، چابکی سازمانی و یادگیری سازمانی در وضعیت مطلوب و بالاتر از میانگین متوسط نظری پژوهش قرار دارند.

امروزه با رشد فناوری، روشهای ارتباطی مبتکرانه، واقعیت های مجاری، بهبود بازارها و الگوهای شغلی جایگزین که هریک به نوبه خود تحولات زیادی ایجاد کرده است، تغییرات شتاب بیشتری گرفته است. کارل آلبرخت برای موفقیت یک سازمان به داشتن عوامل انسانی هوشمند، گروه های هوشمند و سازمان های هوشمند، اشاره می کند. از مهم ترین برگ های خرید بقا و پیشرفت شرکتها در محیط پویای امروزی، چابکی آنها می باشد. با بهره گیری از هوش سازمانی، اثربخشی استفاده از ساختارهای اطلاعاتی موجود در راستای اهداف افزایش می یابد و اطلاعات از حالت عملیاتی و محدود شده در لایه های پنهانی و غیر رسمی برای استفاده و کاربرد در تصمیم گیری ها و حل مسائل، توسعه داده می شود. هوش سازمانی می تواند به مدیران کمک شایانی کند و آنها را قادر سازد تا با توجه به حافظه سازمانی، به نیازها و مشکلات پاسخ گویند و توان عکس العمل به موقع در برابر تغییرات محیط را داشته و چابک عمل نمایند. در واقع سازمانهای هوشمند، به سرعت در عملیات و چابکی در تصمیم گیری، نیازمند است تا بتوانند چه در فرصت ها و چه در تهدیدها، با تمام ظرفیت و با نهایت دقت و چابکی، واکنش لازم را نشان دهند و سریعاً عمل نمایند. دنیای پرتلاطم به شدت، به سازمان های چابک و هوشمند نیاز دارد تا با هر تغییر و پیشامد ناگهانی به نحو مطلوب، انعطاف پذیری لازم عکس العمل مناسب را نشان دهند [۲۱].

نتایج این پژوهش با پژوهش شیری و همکاران (۱۳۹۳)، ذبیحی و همکاران (۱۳۹۵)، کیانی و همکاران (۱۳۹۵) همسو میباشد [۲۱]، [۲۲]، [۱۷]. بین هوش سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معناداری وجود دارد.

به دلیل تغییرات سریع در محیط و لزوم تطابق سازمان با این تغییرات، نیاز سازمان به یادگیری ضروری است. از آنجا که سازمان باید از طریق آموزش و یادگیری به سرعت خود را با این تغییرات تطابق دهد، بنابراین رابطه بین هوش سازمانی و یادگیری سازمانی برای پذیرفتن تغییرات غیرقابل انکار است. سازمان های هوشمند که براساس هوش سازمانی و یادگیری سازمانی بنا شده اند، یاد می گیرند که دانش خود را به صورت هوشمند اداره کنند. یادگیری که در دو سطح فردی و سازمانی روی می دهد، ارائه دهنده ی فرایندی مستمر است و به تحصیل دانش کمک می کند. هر چه سطح بالاتری از عایدات دانش را کسب کنند، عملکرد بهتر و در نتیجه هوش سازمانی افزایش می یابد. هر چه سازمان فرایند یادگیری یعنی تحصیل تسهیم و به کار گیری دانش را با سرعت و کیفیت بیشتری نسبت به رقبا به انجام برساند، به همان نسبت از سایر سازمان های رقیب اثربخش و کاراتر خواهد شد و هوش سازمانی افزایش خواهد یافت از طرف دیگر هوش سازمانی بر یادگیری سازمانی تاکید دارد [۲۳].

نتایج این پژوهش با پژوهش منتظری و پسندی پور (۱۳۹۶)، زارعی و همکاران (۱۳۹۵) و حسینی چلی سریل (۱۳۰۲) همسو میباشد [۲]، [۲۴]، [۲۵]. بین هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معناداری وجود دارد.

سازمان هایی در برابر تغییر و تحولات، موفق و پیروز خواهند بود که بتوانند سرمایه نامشهود و معنوی خود را بهبود بخشند؛ اما در این میان نکته قابل توجه این است که حصول دانش و دستیابی به اندوخته های دانش سازمان، بدون یادگیری امکان پذیر نیست. امروزه سازمانها، با محیطی متلاطم و ناآرام و از لحاظ تحولات علمی و فناوری با محیط های پیچیده روبه رو هستند. تهدیدهای گوناگونی بقای این سازمان را به خطر می اندازد. از این رو سازمان ها باید با تکیه بر قوت ها و فرصتهای پیش رو، بر ضعف ها و تهدیدها غلبه کنند؛ که این موضوع در قالب یادگیری سازمانی و متعاقب آن چابکی سازمانی امکان پذیر می باشد. سازمان های یادگیرنده به دنبال آموزش و آماده سازی کارکنان برای رویارویی با شرایط آتی هستند. سازمان های امروزی باید به آن چنان شایستگی دست پیدا کنند که بتوانند دانش جدید را بیاموزند و از آن چنان قابلیت بر خوردار باشند که بتوانند دانش موجود را تحت کنترل در آورند. تا حدی که سازمان را وادار به عکس العمل نمایند که این همان چابکی سازمانی است. سازمان هایی که از فرایند چابکی بهره مند گردیده اند، در زمینه یادگیری موفقیت های چشمگیری را کسب نموده اند [۲۶].

نتایج این پژوهش با پژوهش بهرامی و همکاران (۱۳۹۵)، جلالی فراهانی و همکاران (۱۳۹۴)، حیدری و همکاران (۱۳۹۳) همسو میباشد [۱۷]، [۲۶]، [۲۷]. بین یادگیری سازمانی و چابکی سازمانی در شرکت نفت گچساران رابطه معناداری وجود دارد.

۸. محدودیت های تحقیق

امکان عدم صداقت پاسخ دهندگان در پاسخ به سوالات تحقیقاتی دانست. بدین معنا که برخی از پاسخ دهندگان بر اساس پیش فرضها و خاطراتی که در گذشته از سازمان داشته اند پاسخ سوالات را ذکر کرده اند. ابزار به کار رفته در این تحقیق پرسشنامه است. ممکن است هنگام پاسخ دادن به پرسش ها عواملی مانند محافظه کاری، عدم دقت و صراحت و ... بر نحوه پاسخ گویی تاثیر گذاشته باشد، همچنین افراد ممکن است به دلایل مختلف واقعیت ها را در مورد خود و سازمان منعکس نکنند که در اینجا با هم صحبت شدن با کارکنان قبل از ارایه پرسشنامه ها به آنها و دادن اطلاعاتی از متغیرهای تحقیق به کارکنان و اثر آن متغیرها بر بهبود فضای کاری و روابط در سازمان و همچنین با ایجاد یک محیط دوستانه و آرام و دادن توضیحات در زمینه اهمیت پاسخ گویی صحیح آنان این محدودیت رفع گردید. عدم کنترل عوامل محیطی، چنانچه در بعضی از موارد چند نفر با هم در یک مکان نشسته و پرسشنامه را تکمیل می کنند، ممکن است آن ها تحت تاثیر دوست خود قرار گرفته و پرسشنامه را مطابق با واقعیت موجود پر نکنند. بنابر این سعی شد با راهنمایی و ذکر این نکته که پاسخگویی صحیح و بیان نظر شخصی هر یک از آنان به تنهایی چه تاثیر مهمی بر نتایج تحقیق دارد این محدودیت رفع شود.

۹. پیشنهادات برای تحقیقات آتی

به پژوهشگران آینده توصیه می شود در پژوهش های خود موارد زیر را لحاظ نمایند:

۲. اجرای طرح های پژوهشی مشابه در سایر سازمان ها و مقایسه نتایج در جوامع دیگر.

١٠. منابع و مراجع

- 5.

- ۱۹۹۵.
- [13] H. Sharifi and Z. Zhang, "A methodology for achieving agility in manufacturing organisations: An introduction," *Int. J. Prod. Econ.*, vol. 62, no. 1, pp. 7-۲۲, ۱۹۹۹, doi: [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(98\)00217-5](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(98)00217-5).
- [۱۴] ا. نیک پور، س. سلاجقه، "بررسی رابطه بین چابکی سازمانی و رضایت شغلی کارکنان سازمان های دولتی شهر کرمان،" پژوهش های مدیریت عمومی، سال سوم، دوره ۱، شماره ۷، ص ۱۶۹-۱۸۴، ۱۳۸۹.
- [۱۵] ن. مظلومی، م. زمانی، م. سید نقوی، ع. ربانی، "رابطه یادگیری سازمانی، بهبود مستمر و اعتماد میان سازمانی با عملکرد سازمانی (شرکت های نمایندگی خدمات بیمه ای)،" فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشنامه بیمه، دوره ۲۹، شماره ۲، ص ۱۶۳-۱۸۲، ۲۰۱۴.
- [۱۶] ع. رضایی، ف. کوثری، "رابطه فرهنگ سازمانی با یادگیری سازمانی در شرکت بهره برداری و پخش فراورده های نفتی جنوب،" همایش ملی پژوهش های علوم مدیریت، ۱۳۹۴.
- [17] M. Kiani, M. A. Bahrami, R. Montazeralfaraj, H. Falah Zadeh, and M. Mohammad Zadeh, "The Relationship between Organizational Intelligence and Organizational Agility in Teaching Hospitals of Yazd Shahid Sadoughi University of Medical Sciences TT - Investigating the relationship between organizational intelligence and organizational agility in teaching hospitals of Shahid Sadougi University of Medical Sciences," *hbrj*, vol. 2, no. 2, pp. 105-1۱۷, ۲۰۱۶.
- [18] A. Pantouvakis and N. Bouranta, "The link between organizational learning culture and customer satisfaction: Confirming relationship and exploring moderating effect," *Learn. Organ.*, vol. 20, pp. 48-۶۴, ۲۰۱۳, ۱۰.۱۱۰۸/۰۹۶۹۶۴۷۱۳۱۱۲۸۸۵۲۸.
- [19] A. K., S. Joseph, R. John Chandran, E. V Ramasamy, and N. P. Sunkara, "Tree species diversity and community composition in a human-dominated tropical forest of Western Ghats biodiversity hotspot, India," *Ecol. Complex. - ECOL COMPLEX*, vol. 7, pp. 217-2۲۴, ۲۰۱۰, ۱۰.۱۰۱۶/۱.۰۰۰۰۰۰۰۰.۲۰۱۰.۰۲.۰۰۵.
- [20] S. Michael and T. Palandjian, "Organizational Learning in New Product Introductions," *J. Prod. Innov. Manag.*, vol. 21, pp. 268-۲۷۶, ۲۰۰۴, ۱۰.۱۱۱۱/۱.۰۷۳۷-۶۷۸۲.۲۰۰۴.۰۰۰۷۸.۱.
- [۲۱] ا. شیری، ا. محسنی مقدم، ش. ا. فیضی، "رابطه بین هوش سازمانی و چابکی سازمانی در استانداری ایلام،" فصلنامه علمی فرهنگ ایلام، دوره ۱۵، شماره ۴۴ و ۴۵، ص ۳۶-۲۲، ۲۰۱۴.
- [22] M. R. Zabihi, S. S. Tabatabaee, M. R. Ghamari, and M. H. Asadi, "The Relationship Between Organizational Intelligence And Organizational Agility In Hospitals Of Mashhad University Of Medical Sciences TT - Determining the relationship between organizational intelligence and organizational agility in Mashhad University of Medical Sciences hospitals," *Payavard-Salamt*, vol. 9, no. 1, pp. 43-۵۴, ۲۰۱۵, [۱۰.۱۰۱۶/۱.۰۰۰۰۰۰۰۰.۲۰۱۵.۰۱.۰۰۰۰۰۰۰۰-۵۶۵۹-fa.html].
- [۲۳] غ. طبرسا، ع. رضائیان، ع. آذر، ج. علیخانی، "تبیین و طراحی مدل رسالت مسئولیت اجتماعی سازمان،" فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی، دوره ۲، شماره ۸، ص ۸۳-۱۰۲، ۲۰۱۲.
- [۲۴] ع. زارعی، ع. مقدم، س. مهمانوازان، م. شهریاری، "بررسی نقش هوش سازمانی و یادگیری سازمانی در تبیین رابطه بین مدیریت دانش و نوآوری سازمانی،" ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره ۵، شماره ۴، ص ۳۲-۱، ۳۲-۱.

۲۰۱۶.

- [۲۵] س. ی. حسینی، ن. چلی سریل، "تأثیر هوش سازمانی بر یادگیری در سازمان،" مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، دوره ۲۲، شماره ۷۱، ص ۱۳۱-۱۵۹، ۲۰۱۳.
- [۲۶] م. جلالی فراهانی، ع. صابری، م. حیدری، م. جاوید، "تبیین رابطه فراموشی سازمانی هدفمند و یادگیری سازمانی با چابکی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان همدان،" مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، دوره ۲، شماره ۴، ص ۳۵-۴۴، ۲۰۱۶.
- [۲۷] م. حیدری، س. ع. سیادت، ر. هویدا، "بررسی روابط چندگانه میان یادگیری سازمانی، توانمندسازهای تعالی سازمانی و قابلیت های چابکی سازمانی در دانشگاه های دولتی شهر اصفهان،" رویکردهای نوین آموزشی، دوره ۹، شماره ۲، ص ۱۲۱-۱۴۰، ۲۰۱۴.