فصلنامه علمی اقتصاد و مدیریت شهری، ۷(۴(پیاپی ۲۸))، ۱۵-۱
www.iueam.ir
نمایه در ISC، EconLit، Econbiz، EBZ، GateWay-Bayern، SID، Google Scholar، Noormags، Magiran،
Civilica، RICeST، Ensani
شاپا: ۲۳۴۵-۲۸۷۰

فصلنامه علمی
اقتصاد و مدیریت شهری

ارائه مدل هوشمندی کسب‌وکار براساس رویکرد دوسوتوانی

مسعود سیرتی دانشجوی دکتری کسب‌وکار هوشمند، گروه مدیریت فناوری اطلاعات، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سجاد شکوهیار* (استادیار گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی) گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

علی رضاییان (استاد گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی) گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

نوع مقاله: پژوهشی
دریافت: ۱۳۹۸/۰۳/۲۱ **پذیرش:** ۱۳۹۸/۰۸/۰۱

چکیده: هدف از تحقیق حاضر، ارائه مدل هوشمندی کسب‌وکار براساس رویکرد دوسوتوانی است. روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی (غیرآزمایشی) و طرح پژوهشی همبستگی از نوع معادلات ساختاری به روش کمترین مجذورات جزئی است. شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، مدیران خانه‌های سرای محله شهر تهران بودند. در این تحقیق تعداد اعضای جامعه آماری را ۶۰۰ نفر از مدیران خانه‌های سرای محله شهر تهران تشکیل می‌دهند که براساس فرمول کوکران، ۲۳۴ نفر از مدیران خانه‌های سرای محله شهر تهران به‌عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. در تحقیق حاضر، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. جهت اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه محقق‌ساخته ۲۴ سؤالی که از مبانی نظری و پرسشنامه‌های موجود تهیه و تنظیم شده بود، استفاده شد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن هستند که مدیریت کاوشگر و فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر گرایش کارآفرینی دارند. همچنین مدیریت کاوشگر و فرهنگ سازمانی تأثیر مثبت و معناداری بر انعطاف‌پذیری دارد. همچنین تأثیر گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری بر هوشمندی اکتشافی تأثیر معنی‌دار دارد. تأثیر گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری بر هوشمندی بهره‌بردارانه تأثیر معنی‌دار دارد همچنین نقش تعدیل‌کننده ظرفیت جذب فناوری در ارتباط گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری بر هوشمندی اکتشافی و هوشمندی بهره‌بردارانه معنادار است.

واژگان کلیدی: هوشمندی، کسب‌وکار، رویکرد دوسوتوانی، سراهای محله، شهر تهران

طبقه‌بندی JEL: J82, L26, N25, C38

* نویسنده مسئول: shokohyar@gmail.com

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

۱- مقدمه

افـزایش سـریع جمعیـت، تـوأم بـا گسـترش شهرنشـینی، مشـکلات فراوانـی در کشـورهای گونـاگون به‌ویژه کشورهای درحال‌توسعه ایجاد کرده است. کمبـود مسکن، بیکاری، حاشیه‌نشـینی، معضـلات ترافیکـی و ...، تنها بخشی از مشکلاتی است که مـدیران شـهری بـا آن روبه‌رو هسـتند کـه رفـع این‌گونـه معضـلات در جامعـه، نیازمند گسترش منـابع درآمـدی شـهرداری‌ها بـه‌عنوان رکن اصـلی مـدیریت شـهری می‌باشـد. امـروزه، یکـی از مسائل مهم شهرداری‌ها در سراسـر جهـان ایجـاد منـابع کـافی درآمـد و تـ أمین هزینـه خـدمات شـهری اسـت. (Dasgupta & Lloyd-Jones, 2018). امروزه هوشمندی شهری و گسترش کسب‌وکارهای هوشـمند می‌توانـد بـه اقتصاد شهری یاری برسـاند. رشـد هوشـمند، بـه معنـی برنامه‌ریزی برای آینده است. دنیا مملو از نمونه شهرهایی است که به‌سرعت و بدون هیچ‌گونـه برنامـه‌ریزی خاصـی رشد کرده‌اند. نتیجه ایـن عـدم برنامـه‌ریزی، در بهتـرین حالت، هرج و مرج و بی‌نظمی اسـت، امـا ایـن وضـعیت، اغلب مانع از توسعه بیشتر است و کیفیت زندگی پـایینی را برای شهروندان و البته محیط‌زیسـت بـه همـراه دارد؛ بنابراین، مدیران شهری باید آینده‌نگر باشند و برای رشـد و تغییـرات جمعیتـی و اثـر آن بـر حمل‌ونقـل، مـدارس، بیمارستان‌ها و بسیاری دیگر از جنبه‌های زندگی شهری، برنامه‌ریزی کنند. اصطلاح شهر هوشـمند، هنـوز بـه‌طور بسـیار گسـترده‌ای در ادبیـات برنامـه‌ریزی فضـایی یـا تحقیق‌هـای شـهری اسـتفاده نشـده اسـت و هنـوز هـم شناسایی جنبه‌های مختلف آن به‌عنوان اصلی برای بسط جزئیات بیشتر به‌طور کامل ممکن نیست، می‌شـود آن را فن‌آوری، رشد و نمو یا قوانین و مقررات اداری تلقی کرد. شهر هوشمند، بیش از یک شهر دیجیتال اسـت. شـهری هوشمند است کـه قـادر بـه پیونـد سـرمایه فیزیکـی بـا سـرمایه اجتمـاعی بـه‌منظور توسـعه خـدمات بهتـر و زیرساخت باشد. آن‌گونه است که قادر به گـرد هـم‌آوردن فناوری، اطلاعات و دیدگاه سیاسی، برحسب یـک برنامـه منسجم و بهبود خدمات شـهری می‌شـود. اشـتباه اسـت فکـر کنـیم کـه سـاخت شـهرهای هوشـمند نیـاز بـه سرمایه‌گذاری فقط در حوزهIT (فناوری اطلاعـات) دارد؛ آنچه شهرها نیاز دارند استفاده از IT بـه‌عنوان وسـیله‌ای برای انتقال اهداف و مقاصد محلی و ملی و سطوح (EU) است (Sengers et al., 2018, Ul-Ain et al., 2019).

کسب‌وکارهای هوشـمند نیـز در داخـل شـهرهای هوشـمند، رشـد و نمـو مـی‌یابنـد. در محیط‌هـای دارای پویایی بالا، مشخصاتی؛ از قبیل تغییر سـریع و ناپیوسـته در تقاضا، رقبا، فناوری یا قوانین و مقررات وجود دارد که موجـب عدم‌دسترسـی صـحیح و بـه‌موقع بـه اطلاعـات می‌شوند؛ به‌طوری‌که اغلب اطلاعات، نادرسـت و منسـوخ هستند؛ در نتیجه، سازمان‌ها نیـاز دارنـد کـه پاسـخ‌های تطبیق ی خـود را به‌سـرعت، توسـعه و دامنـه کسـب و جمع‌آوری اطلاعات را گسترش دهند. بنابراین، سازمان‌ها با افزایش نیاز بـه انعطاف‌پـذیری و اقـدامات چابـک، بـه چالش کشیده می‌شوند. اقداماتی که از پویش، انتخـاب و پردازش اطلاعات شروع می‌شـوند و تـا تفسـیر اطلاعـات ادامه می‌یابند. به همین منوال، افزایش پیچیدگی محیط، سازمان‌ها را ملزم می‌سـازد کـه در تصـمیم‌گیری اسـتراتژیک خود، عوامل ناهمگن و طیف وسیعی از اقدامات، ارتباط ات و تعاملات خارج از مرزهای موجود را مورد نظر قرار دهنـد (Dooley et al., 2018; Richards et al., 2019).

هوشمندی کسب‌وکار در قالب هر تعریفی به دنبال افزایش سودآوری سازمان با استفاده از اتخـاذ تصـمیمات هوشمند و دقیق است و به‌طور اعم می‌توان ضـرورت‌های زیر را برای این رویکرد نوین بیان کـرد (سـروی همپـا و همکاران، ۱۳۹۷):

۱- تعیین گرایش‌های تجاری سازمان کـه موجـب می‌شود تا سازمان بدون اتلاف وقت و هزینه و انـرژی در سایر مسـیرها بـه دنبـال اهـداف کـلان و اساسـی خـود متمرکز شود.

۲- تحلیل عمیق بازار

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

۳- پیش‌بینی بازار که می‌تواند قبل از اینکه رقبا سهم بازار خود را توسعه دهند، منافع جدید به وجود آمده در بازار را عاید سازمان نماید.

۴- بالا بردن سطح رضایت‌مندی مشتریان می‌تواند موجب استمرار کسب‌وکار شده و از دست دادن این اعتماد و رضایت‌مندی مراتبی را برای بنگاه به همراه دارد.

۵- با شناسایی مشتریان دائمی و وفادار و پیگیری رفتار آنان، جهت‌گیری‌های کلان و استراتژیک قابل انجام است.

۶- تقسیم‌بندی مشتریان و متعاقباً ایجاد تنوع در روش برخورد با هر گروه از مشتریان

۷- افزایش کارایی سازمان در امور داخلی و شفاف‌سازی رویه فرایندهای کلیدی

۸- استانداردسازی و ایجاد سازگاری بین ساختارهای سازمان

۹- تسهیل در تصمیم‌گیری که جزء اهداف اساسی هوشمندی کسب‌وکار محسوب می‌شود.

۱۰- تشخیص زودهنگام خطرات قبل از اینکه سازمان را به مخاطرات جدی بکشاند و شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار قبل از اینکه رقبا آن را تصاحب کنند.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در پیشینه پژوهش در زمینه هوشمندی کسب‌وکار براساس رویکرد دوسوتوانی، به‌طور واضحی خلاء پژوهش علمی نظام‌مند در این حوزه قابل مشاهده است. با توجه به اینکه تحقیقات کیفی و مطالعات پدیدارشناسانه نیز در این حوزه اندک است، استفاده از یک استراتژی پژوهش کیفی می‌تواند راهگشای تحقیقات متعددی در این حوزه باشد. از این رو سؤال اصلی تحقیق حاضر این است که مدل هوشمندی کسب‌وکار براساس رویکرد دوسوتوانی کدام است؟

۲- پیشینه تحقیق

الف) پیشینه خارجی

ریچاردز[1] و همکارانش (۲۰۱۹) در پژوهشی به اثربخشی هوشمندی کسب‌وکار و مدیریت عملکرد شرکت پرداختند. داده‌ها از نظرسنجی مدیران ارشد در ۳۳۷ شرکت جمع آوری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که هرچه اجرای هوشمندی کسب‌وکار مؤثرتر باشد، برنامه‌ریزی و شیوه‌های تحلیلی مربوط به مدیریت عملکرد شرکت مؤثرتر است. اثربخشی هوشمندی کسب‌وکار به‌شدت با برنامه‌ریزی و اندازه‌گیری مرتبط است.

بازیچ و دیموسکی[2] (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «هوش تجاری و تجزیه‌وتحلیل برای خلق ارزش: نقش ظرفیت جذب‌کننده» انجام دادند. در این تحقیق چهارده مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته با نمونه‌ای از مدیرعامل، مدیران IT و کارشناسان تحقیق و توسعه از نُه شرکت اروپایی متوسط یا بزرگ انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که قابلیت‌های ظرفیت پایه اساسی در روند تبدیل بینش‌های هوشمندی کسب‌وکار و جذب دانش به دانش ارزشمند است. علاوه بر این، لین فرایند توسط دارایی‌های فناوری، انسانی و روابطی، پشتیبانی می‌شود.

دولی[3] و همکارانش (۲۰۱۸) در پژوهشی به شناسایی موانع اجرای هوشمندی کسب‌وکارها پرداختند. در این تحقیق، پروژه‌های شکست خورده کسب‌وکارهای هوشمند بررسی شدند. هدف اصلی این مطالعه، شناسایی موانع اجرای هوش تجاری یک سازمان می‌باشد که از طریق کشف عوامل پیشین و عوامل بحرانی، پیشنهادهایی برای دستیابی به موفقیت بیشتر ارائه می‌شود. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که عواملی مانند: هوش تجاری مدیران و کارکنان شرکت و رضایت مشتریان و ارزش درک‌شده شرکت در اجرای هوشمندی کسب‌وکار نقش ایفا می‌کند.

جاکلیچ[4] و همکارانش (۲۰۱۸) در پژوهشی، به بررسی نقش متقابل سازگاری در پیش‌بینی استفاده از هوشمندی کسب‌وکار پرداخت. مدل به‌صورت تجربی با

1- Richards

2- Božič and Dimovski
3- Dooley
4- Jaklič

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

روش تقریبی حداقل مربعات (PLS) از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM)، آزمون شد. نتایج نشان می‌دهد که ادراک سازگاری تأثیر مثبتی مستقیم بر روی اهداف استفاده دارد که تأثیر ادراکات عملکرد را بر اهداف، ثابت می‌کند. همچنین نتایج نشان داد که استفاده از قصد در ارتباط سازگاری و هوش کسب‌وکار، نقش میانجی ایفا می‌کند.

ب) پیشینه داخلی

سروی همپا و همکارانش (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به طراحی مدلی برای موفقیت هوشمندی کسب‌وکار با رویکرد ارتقای مدیریت دانش در صنعت بیمه پرداختند. ۳۴ متغیر در قالب چهار دسته به نام متغیرهای مدیریت دانش، هوشمندی کسب‌وکار، میانجی و نتایج، شناسایی گردید. نتایج به دست آمده از تحقیق، ۱۱ عامل کلیدی در موفقیت یک پروژه مدیریت دانش را شناسایی کرده است که به ترتیب اهمیت و درج ه رتبه‌بندی، تعهد مدیریت ارشد سازمان به مدیریت دانش دارای بالاترین اهمیت و ایجاد انگیزه در کارکنان برای اطمینان از تداوم جریان بلندمدت اطلاعات، پایین‌ترین رتبه اهمیت را به دست آورده است.

رضایی و همکارانش (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران پرداختند. جامعه آماری این پژوهش، شامل متخصصان و خبرگان حوزه فناوری اطلاعات و فعال در پیا ده‌سازی راهکارهای هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران بودند. براساس نتایج تحقیق، ابعاد مدل پیاده‌سازی اثربخش هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران شامل ۱۰ بعد سازمانی، انسانی، کیفیت داد، محیطی، قابلیت سیستم، راهبردی، کیفیت سرویس، زیرساخت فنی و مدیریتی و اثربخشی هوشمندی کسب‌وکار است.

حقیقی و همکارانش (۱۳۹۶) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر فرهنگ نوآور و حافظه سازمانی بر عملکرد توسعه محصول جدید با تبیین نقش میانجی دوسوتوانی سازمانی پرداختند. جامعه آماری پژوهش، شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بود. برای جمع‌آوری داده‌ها از پنج پرسشنامه محقق‌ساخته و برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار LISREL استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که فرهنگ نوآور و حافظه سازمانی به صورت مستقیم و غیرمستقیم (از طریق دوسوتوانی سازمانی) بر عملکرد توسعه محصول جدید تأثیر معناداری دارد و فرهنگ نوآور بر حافظه سازمانی تأثیر مثبت دارد. علاوه بر این، یافته‌ها مؤید آن است که فرهنگ نوآور و حافظه سازمانی می‌توانند از طریق اکتشاف و بهره‌برداری به بهبود عملکرد توس عه محصول جدید در شرکت‌های دانش‌بنیان بیانجامند.

ابراهیم‌پور و همکارانش (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد شرکت‌های تولیدی پرداختند. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی بوده و داده‌ها از طریق پرسشنامه گردآوری شده است. برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و الگوریتم حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد شرکت‌های تولیدی تأثیرگذار است.

۳- مبانی نظری

هوشمندی کسب‌وکار، مجموعه‌ای از نظریات، روش‌ها، فرایندها، معماری‌ها و فناوری‌هایی است که برای تبدیل داده خام به اطلاعات مفید و معنادار استفاده می‌شود. هوشمندی کسب‌وکار، یکی از مفاهیم مدیریتی است که مدیران سازمان‌ها را در زمینه مدیریت اطلاعات و اتخاذ تصمیمات واقع‌گرایانه یاری می‌دهد. چنین سیستم‌هایی با تجزیه‌وتحلیل اطلاعات سازمان امکان پشتیبانی و بهبود تصمیم‌گیری در سطح وسیعی از فعالیت‌های کسب وکار را فراهم می‌کنند (پهلوان‌نژاد، ۱۳۹۶). امروزه هوشمندی کسب‌وکار به مفهومی

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

ارزشمند برای سازمان‌ها و شرکت‌هایی تبدیل شده است که تمایل به افزایش ارزش تصمیمات خود و دستیابی به مزیت رقابتی دارند. در واقع سازمان‌ها سایر پارادایم‌ها را براساس موازین هوشمندی کسب‌وکار هم جهت می‌کنند. از جمله کاربردهای سیستم‌های مبتنی بر هوشمندی کسب‌وکار می‌توان به استخراج و تحلیل داده‌ها از منابع متعددی؛ نظیر سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمان، مدیریت ارتباط مشتری، مدیریت زنجیره تـ أمین، چرخه اتوماسیون اداری و اطلاعات بازار کسب‌وکار به‌منظور شناسایی الگوها و تشخیص مسائل اشاره کرد (ملک اخلاق و حیدرنیای کهن، ۱۳۸۹). هوشمندی کسب‌وکار، یک مدل پایه‌ای فعال و راهکار چشم‌انداز جهت کشف موارد پنهان، تصمیم‌گیری در مقیاسی بزرگ از داده‌های کسب‌وکار برای اطلاع‌رسانی بهتر در فرایند کسب‌وکار است.

سطوح بالای عدم‌اطمینان و عدم‌پیش‌بینی‌پذیری در محیط سازمان‌ها، پایش و پردازش بیشتر و مستمر اطلاعات را طلب می‌کند. تحت این شرایط رسیدن به اهداف نهایی و مسـیرهای دستیابی به آن اهداف، نامشخص است؛ به‌طوری‌که سازمان بایـد آماده برای تغییر و انتخاب بهترین راه برای دستیابی به اهداف خود براساس یک مبنای ثابت باشد. از این رو، زمینه‌های سازمانی که با افزایش ابهام و عدم‌قطعیت همراه هستند، معضلات مهمی را در سطح سازمانی و استراتژیک، به‌ویژه با توجه به انطباق سازمانی دربر خواهند داشت. علاوه‌بر این، پاسخ آهسته و خام به تغییرات ناگهانی محیطی، پیامدهای منفی‌ای را برحسب ضررها و هزینه‌ها به سازمان تحمیل خواهد کرد (Ramirez et al., 2018).

با توجه به موارد فوق می‌توان گفت که احساس نیاز به وجود هوشمندی کسب‌وکار در سازمان برای اولین بار در سطوح بالای مدیریتی احساس می‌شود و از بالای هرم ساختار سازمانی به بخش‌های زیرین منتقل می‌شود، ولی برای ایجاد آن باید از پایین‌ترین سطوح و لایه‌ها شروع کرد (صفردوست، ۱۳۹۵). مدیران با اتکا به هوشمندی کسب‌وکار، نبض امور کسب‌وکار شرکت را به همراه اوضاع و احوال رقابت در دست می‌گیرند و با بهره‌مندی از گزارش‌های به‌روز می‌توانند فرصت‌های بیشتری برای واکنش در برابر شرایط حاصل از تغییرات سریع بازار ایجاد کنند و سازمان خود را در شرایط بحرانی رهبری نمایند و آن را به سر منزل هدف، رهنمون کنند. هوشمندی کسب‌وکار نیز مانند سایر ابزارهای مدیریتی در صورت توجه و حمایت مدیریت ارشد شرکت دانش‌بنیان می‌تواند شرکت را در حصول موفقیت سازمانی یاری برساند و در غیر این صورت، آن نیز مانند بسیاری از پارادایم‌ها و رویه‌های متعدد سازمانی، به جز صرف وقت با ارزش مدیریت شرکت و کارمندان، حاصلی در بر نخواهد داشت. در شرایط کنونی که به‌سرعت شرایط تجاری و اقتصادی تغییر می‌کند، به کار بستن هوشمندی کسب‌وکار می‌تواند چتری برای مصون ماندن سازمان در کوران‌های اقتصادی باشد (ملک‌اخلاق و حیدرنیای کهن، ۱۳۸۹).

یکی از ایده‌های اساسی در علم سازمانی این است که سازمان باید بتواند از قابلیت‌های موجود خود استفاده کند و در آنِ واحد، توانایی‌های جدید و اساسی بجوید علاوه‌بر اینکه وظایف گذشته خود را به‌طور دقیق انجام دهد. در تحقیق‌های اولیه‌ای که به این مبحث پرداخته شده، رابطه میان این دو فعالیت (کاوش یا بهره‌برداری) غیرقابل قبول است، اما در تحقیق‌های اخیر، به سازمان‌های دوسوتوان اشاره شده که می‌توانند توانایی‌های موجود خود را دریابند و در عین حال به جست‌وجوی فرصت‌های جدید بپرازند. مارش معتقد است که بهره‌برداری و کاوش، دو فعالیت یادگیری متفاوتند که شرکت، توجه و منابعش را بین این دو تقسیم می‌کند. بهره‌برداری، به فعالیت‌هایی مانند اصلاح، بهره‌وری، انتخاب و اجرا گفته می‌شود، کاوش به مفاهیمی مانند: تحقیق، تغییر، آزمایش و کشف، همراه است و بنابراین لازمه کاوش و بهره‌برداری ساختارهای سازمانی، استراتژی‌ها و بافت‌های سازمانی متفاوت است. محققان

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

بسیاری بر این باورند که میان هم‌ترازی سازمان بر بهره‌برداری از توانایی‌ها و کاوشِ توانایی‌های جدید، رابطه متقابل وجود دارد. تحقیق‌های پیشین، معمولاً ادعا کرده‌اند که دست‌یابی به اقدامات سازمانی که به‌طور هم‌زمان به کاوش و بهره‌برداری بپردازد غیرممکن است و بنابراین بسیاری از نظریه‌های مدیریت معاصر، پدیده سازمانی را از بعد مقوله‌هایی جدا و پارادکس‌گونه، بررسی کرده‌اند و شرکت‌ها را مجبور کرده‌اند که بر کاوش یا بر بهره‌برداری، تمرکز کنند (Raisch & Birkinshaw, 2008).

رشد هوشمند شهری و سازمانی، گسترش فیزیکی سریع و بی‌برنامه شهرها و در پی آن، استفاده بی‌رویه از وسایل نقلیه موتوری، این مکان‌ها را با معضلات زیست‌محیطی فراوانی روبه‌رو کرده است که حاصل آن، افزایش آلودگی‌های محیطی و از بین رفتن زمین‌های کشاورزی و افزایش هزینه زیرساخت شهری بوده است (مختاری و همکاران، ۱۳۹۲). بنابراین جهت ساماندهی به چنین رشدی، از الگوهای نوین برنامه‌ریزی همچون رویکرد دوسوتوانی استفاده می‌شود (Božič & Dimovski, 2019). تمرکز بر روی بهره‌برداری (کارایی) بدون در نظر گرفتن اکتشاف (نوآوری)، سازمان را دچار فریب شایستگی می‌نماید. بنابراین فرض بر این است که سازمان‌های موفق، دوسوتوانی را برحسب ادغام و تفکیک، همکاری و کنترل و رسمیت و عدم‌رسمیت اجرا می‌نمایند؛ بدین معنی که در سازمان‌های موفق، رویکرد دوسوتوانی، به گونه‌ای است که هم ادغام و هم تفکیک، مدنظر قرار می‌گیرند؛ همچنین میزان اهمیت همکاری به اندازه کنترل است و به درجه رسمیت و عدم‌رسمیت به‌طور یکنواخت، توجه می‌شود (Roldán Bravo et al., 2018). در جدول ۱، نتایج مربوط به پژوهش‌های مرتبط با رویکرد دوسواتی ارائه شده است.

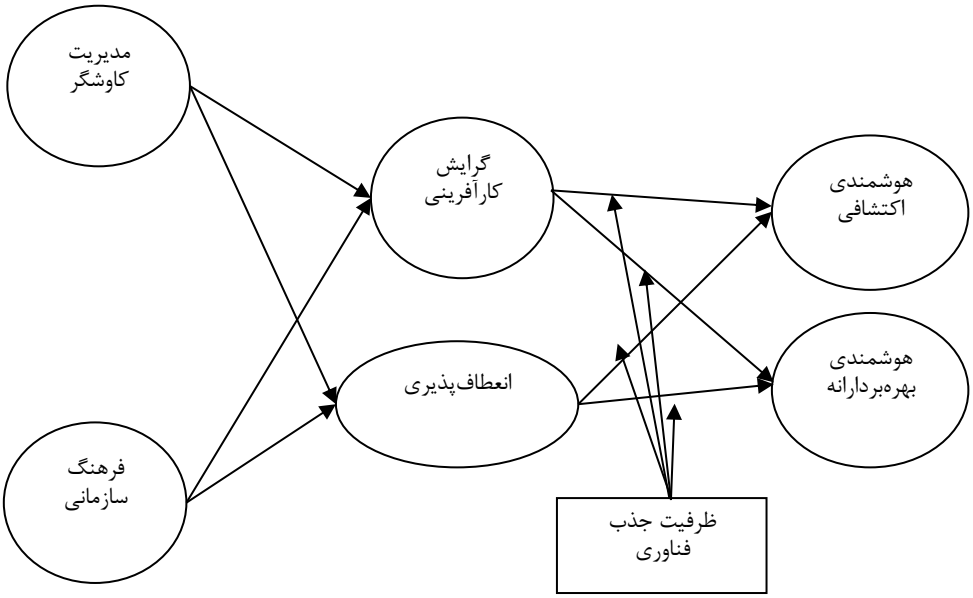
جدول ۱- نتایج مربوط به رویکرد دوسوتوانی

نویسندگان	سال انتشار	خلاصه نتایج
بنر و توشمن[1]	۲۰۰۳	دوسوتوانی نوعی نگرش در نوآوری‌های کاوشی و بهره‌بردارانه است.
گراتن و اریکسون[2]	۲۰۰۷	رهبران وظیفه‌مدار و رابطه مدار، پویایی محیطی
سرکیس و هالند[3]	۲۰۰۹	نوآوری، کارایی، امنیت روانی نیروی انسانی
پارک[4] و همکاران	۲۰۱۷	استفاده از هوش تجاری و چابکی سازمانی، هویت سازمانی، ظرفیت جذب
دولی و همکاران	۲۰۱۸	هوش تجاری مدیران و کارکنان شرکت، رضایت مشتریان و ارزش درک شده شرکت، مشارکت در تصمیم‌گیری کارکنان
جاکلیچ و همکاران	۲۰۱۸	سازگاری و ادراکات عملکرد، مدیریت، جهت‌گیری بازار
وانگ[5] و همکاران	۲۰۱۹	شدت رقابت، انعطاف‌پذیری
اورتیز دی اوگینیا و رایموند[6]	۲۰۱۹	ظرفیت جذب فناوری، گرایش کارآفرینی

1- Benner and Tushman
2- Gratton and Erickson
3- Sarkees and Hulland
4- Park
5- Wang
6- Ortiz de Guinea and Raymond

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

در این پژوهش، پس از بررسی این پژوهش‌ها، مدل مفهومی پژوهش تدوین شد (شکل ۱). همان‌طور که ملاحظه می‌شود در این مدل، مدیریت کاوشگر و فرهنگ سازمانی، به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده و متغیرهای گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری، به‌عنوان متغیر میانجی و هوشمندی اکتشافی و هوشمندی بهره‌بردارانه به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است و متغیر ظرفیت جذب فناوری، نقش تعدیل‌گر را در مدل ایفا می‌کند.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

۴- روش تحقیق

روش اجرای پژوهش حاضر، توصیفی (غیرآزمایشی) و طرح پژوهشی همبستگی، از نوع معادلات ساختاری به روش کمترین مجذورات جزئی است؛ زیرا در این پژوهش، روابط بین متغیرها در قالب الگوی علّی، بررسی می‌شود. چین[1] و همکارانش (۲۰۰۳) استفاده از این رویکرد را در گرایش‌های مختلف مدیریت که داده‌ها بسیار گسترده اما دانش نظری نسبتاً کافی و ابزارهای اندازه‌گیری جا افتاده وجود ندارد، به علت انعطاف‌پذیری بالا و داشتن محدودیت‌های کمتر نسبت به روش لیزرل پیشنهاد می‌کنند. در پژوهش حاضر نیز از روش کمترین مجذورات جزئی به دلیل مزایایی که نسبت به رویکرد مبتنی بر کوواریانس دارد، استفاده شده است. همچنین به دلیل کاربردی بودن پژوهش حاضر بنا به نظر چین و همکاران (۲۰۰۳)، روش کمترین مجذورات جزئی، تناسب بیشتری با اهداف این پژوهش دارد. شرکت‌کنندگان در پژوهش حاضر، مدیران سراهای محله شهرداری شهر تهران بودند. در این تحقیق، تعداد اعضای جامعه آماری را ۶۰۰ نفر از مدیران سراهای محله شهرداری شهر تهران تشکیل می‌دهند که براساس فرمول کوکران، ۲۳۴ نفر از مدیران سراهای محله شهرداری شهر تهران به‌عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. در تحقیق حاضر، از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. در این روش، عناصر نمونه اصلی، طی چند مرحله انتخاب شدند. ابتدا چند منطقه به‌طور تصادفی از شهر تهران انتخاب شد و سپس از بین هر منطقه، چند سرای محله را معین و پس از آن

1- Chin

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

عناصر نمونه را از هر واحد به‌طور تصادفی انتخاب شد. به‌طور کلی باید گفت در روش نمونه‌گیری مرحله‌ای، در هر مرحله، یک شرط بر روی اعضای جامعه گذاشته می‌شود و به این طریق، نمونه مورد نظر را انتخاب می‌کنند. براین اساس، از پنج قسمت شهر تهران شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز سراهای محله، مناطق ۲، ۶، ۸، ۱۱ و ۱۹ انتخاب شدند.

جهت اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته ۲۴ سؤالی که از مبانی نظری و پرسشنامه‌های موجود تهیه و تنظیم شده بود، استفاده شد. برای بررسی پایایی سازه‌ها فرنل و لاکر[1] (۱۹۸۱) سه ملاک را پیشنهاد می‌کنند که شامل پایایی هریک از گویه‌ها، پایایی ترکیبی هریک از سازه‌ها و میانگین واریانس استخراج شده می‌باشد. در مورد پایایی هریک از گویه‌ها، بار عاملی ۰/۶ و بیشتر هر گویه در تحلیل عاملی تأییدی نشانگر مناسب بودن هر یک از گویه‌های آن سازه می‌باشد. همچنین بارعاملی گویه‌ها باید حداقل در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار باشند (Gefen & Straub, 2005). جهت محاسبه آماره t برای تعیین معنی‌داری بارهای عاملی از آزمون بوت‌استراب[2] (با ۵۰۰ زیرنمونه) استفاده شد. جهت بررسی پایایی ترکیبی هر یک از سازه‌ها از ضریب دیلون- گلداشتاین (ρ_c) استفاده شد. مقادیر قابل پذیرش ρ_c باید ۰/۷ یا بیشتر باشند. ملاک سوم بررسی پایایی، میانگین واریانس استخراج شده می‌باشد. فرنل و لارکر مقادیر AVE ۰/۵۰ و بیشتر را توصیه می‌کنند و این امر به معنای آن است که سازه مورد نظر حدود ۵۰ درصد یا بیشتر واریانس نشانگرهای خود را تبیین می‌کند. در جدول ۲ بارهای عاملی، ρ_c و AVE متغیرهای پژوهش، ارائه شده‌اند. مقادیر این جدول، نشان‌دهنده پایایی کافی و مناسب سازه‌ها هستند.

جدول ۲- بارهای عاملی، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده تحلیل عاملی متغیرهای پژوهش

شاخص اندازه‌گیری	مدیریت کاوشگر	فرهنگ سازمانی	گرایش کارآفرینی	انعطاف‌پذیری	ظرفیت جذب فناوری	هوشمندی اکتشافی	هوشمندی بهره‌بردارانه
آلفای کرونباخ	۰/۸۰	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۸۸	۰/۷۹
ρ_c	۰/۸۷	۰/۸۲	۰/۹۰	۰/۸۰	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۸۶
AVE	۰/۶۵	۰/۵۸	۰/۶۵	۰/۵۷	۰/۵۶	۰/۵۹	۶۳

برای بررسی روایی یا روایی واگرای سازه‌ها، چین و همکاران (۲۰۰۳) دو ملاک را توصیه می‌کنند که عبارتند از: ۱- گویه‌های یک سازه باید بیشترین بار عاملی را بر سازه خود داشته باشند؛ یعنی بار مقطعی کمی بر سازه‌های دیگر داشته باشند. گیفن و اشتراب[3] (۲۰۰۵) پیشنهاد می‌کنند که بار عاملی هر گویه بر روی سازه مربوط به خود باید حداقل ۰/۱ بیشتر از بار عاملی همان گویه بر سازه‌های دیگر باشد. ۲- جذر AVE یک سازه باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد. این امر نشانگر آن است که همبستگی آن سازه با نشانگرهای خود بیشتر از همبستگی‌اش با سازه‌های دیگر است. در جدول ۳ بار مقطعی گویه‌ها بر سازه‌های پژوهش، ارائه شده است.

1- Fornell and Larcker
2- Bootstrap
3- Gefen and Straub

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

جدول ۳- بارهای عاملی متقاطع برای بررسی روایی پرسشنامه‌ها

متغیر / سؤال	مدیریت کاوشگر	فرهنگ سازمانی	گرایش کارآفرینی	انعطاف‌پذیری	ظرفیت جذب فناوری	هوشمندی اکتشافی	هوشمندی بهره‌بردارانه
سؤال ۱	**۰/۸۳**	۰/۲۸	۰/۲۵	۰/۳۷	۰/۲۲	۰/۲۲	۰/۲۵
سؤال ۲	**۰/۹۲**	۰/۲۳	۰/۲۹	۰/۳۸	۰/۲۴	۰/۱۸	۰/۲۶
سؤال ۳	**۰/۸۴**	۰/۱۸	۰/۲۸	۰/۳۳	۰/۳۰	۰/۲۷	۰/۲۱
سؤال ۴	۰/۲۲	**۰/۸۷**	۰/۴۷	۰/۲۲	۰/۱۹	۰/۳۲	۰/۳۳
سؤال ۵	۰/۲۸	**۰/۸۲**	۰/۳۸	۰/۱۸	۰/۱۶	۰/۲۹	۰/۳۲
سؤال۶	۰/۳۲	**۰/۸۱**	۰/۱۲	۰/۲۷	۰/۲۳	۰/۳۰	۰/۲۸
سؤال ۷	۰/۱۴	۰/۲۲	**۰/۸۴**	۰/۳۲	۰/۲۵	۰/۱۴	۰/۲۵
سؤال ۸	۰/۳۸	۰/۳۳	**۰/۷۲**	۰/۱۴	۰/۲۹	۰/۳۸	۰/۲۶
سؤال ۹	۰/۳۳	۰/۳۲	**۰/۷۲**	۰/۳۸	۰/۲۸	۰/۳۳	۰/۲۱
سؤال۱۰	۰/۲۲	۰/۲۵	**۰/۶۷**	۰/۳۳	۰/۴۷	۰/۲۲	۰/۳۳
سؤال۱۱	۰/۱۸	۰/۳۲	۰/۲۵	**۰/۸۰**	۰/۳۸	۰/۱۸	۰/۳۲
سؤال ۱۲	۰/۲۵	۰/۱۴	۰/۲۹	**۰/۸۲**	۰/۲۴	۰/۲۵	۰/۱۴
سؤال۱۳	۰/۲۶	۰/۲۷	۰/۲۸	**۰/۷۸**	۰/۳۰	۰/۲۶	۰/۳۸
سؤال ۱۴	۰/۲۱	۰/۳۸	۰/۴۷	**۰/۸۵**	۰/۴۱	۰/۲۱	۰/۳۳
سؤال ۱۵	۰/۳۳	۰/۳۳	۰/۳۸	۰/۳۳	**۰/۸۰**	۰/۲۷	۰/۲۲
سؤال ۱۶	۰/۳۲	۰/۲۲	۰/۱۸	۰/۳۲	**۰/۸۶**	۰/۳۲	۰/۱۸
سؤال ۱۷	۰/۲۵	۰/۲۰	۰/۳۱	۰/۲۵	**۰/۸۴**	۰/۱۴	۰/۲۵
سؤال ۱۸	۰/۳۲	۰/۳۲	۰/۳۳	۰/۴۴	**۰/۸۷**	۰/۳۸	۰/۲۶
سؤال ۱۹	۰/۱۴	۰/۱۴	۰/۳۲	۰/۲۲	۰/۳۸	**۰/۶۹**	۰/۲۱
سؤال ۲۰	۰/۲۷	۰/۳۸	۰/۲۵	۰/۱۸	۰/۳۳	**۰/۸۴**	۰/۳۳
سؤال ۲۱	۰/۳۲	۰/۳۳	۰/۳۲	۰/۲۵	۰/۲۲	**۰/۸۵**	۰/۲۱
سؤال ۲۲	۰/۱۴	۰/۳۸	۰/۱۴	۰/۲۶	۰/۱۸	۰/۲۱	**۰/۷۹**
سؤال ۲۳	۰/۳۸	۰/۳۳	۰/۲۷	۰/۲۱	۰/۳۹	۰/۳۳	**۰/۸۵**
سؤال ۲۴	۰/۲۱	۰/۲۸	۰/۳۳	۰/۳۳	۰/۴۰	۰/۲۱	**۰/۸۱**

با توجه به جدول ۳ تمامی ابعاد، بیشترین بار عاملی را بر سازه خودشان دارند و حداقل فاصله بین بارعاملی مربوط به سازه خودشان بیش از ۰/۱ می‌باشد که نشان می‌دهد سازه‌های پژوهش از روایی مناسبی برخوردار هستند.

۵- یافته‌های تحقیق

در جدول ۴ نتایج مربوط به بررسی همبستگی و ملاک دوم روایی؛ یعنی جذر متوسط واریانس استخراج شده، گزارش شده‌اند.

جدول ۴- ماتریس همبستگی و جذر میانگین واریانس استخراج شده متغیرهای پژوهش

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
مدیریت کاوشگر	۰/۷۸	-	-	-	-	-	-
فرهنگ سازمانی	۰/۴۰**	۰/۷۹	-	-	-	-	-
گرایش کارآفرینی	۰/۳۲**	۰/۴۱**	۰/۷۶	-	-	-	-
انعطاف‌پذیری	۰/۳۵**	۰/۳۸**	۰/۴۲**	۰/۷۸	-	-	-
ظرفیت جذب فناوری	۰/۳۶**	۰/۴۲**	۰/۳۹**	۰/۳۷**	۰/۷۶	-	-
هوشمندی اکتشافی	۰/۳۵**	۰/۲۹**	۰/۳۷**	۰/۴۱**	۰/۳۷**	۰/۷۷	-
هوشمندی بهره‌بردارانه	۰/۴۲**	۰/۳۹**	۰/۵۰**	۰/۴۳**	۰/۳۴**	۰/۳۱**	۰/۷۹
میانگین	۳/۴۲	۳/۲۱	۳/۸۷	۴/۰۲	۳/۱۲	۳/۵۴	۳/۵۴
انحراف معیار	۰/۸۴	۱/۰۱	۰/۸۷	۱/۲۵	۰/۹۴	۱/۰۲	۱/۰۲

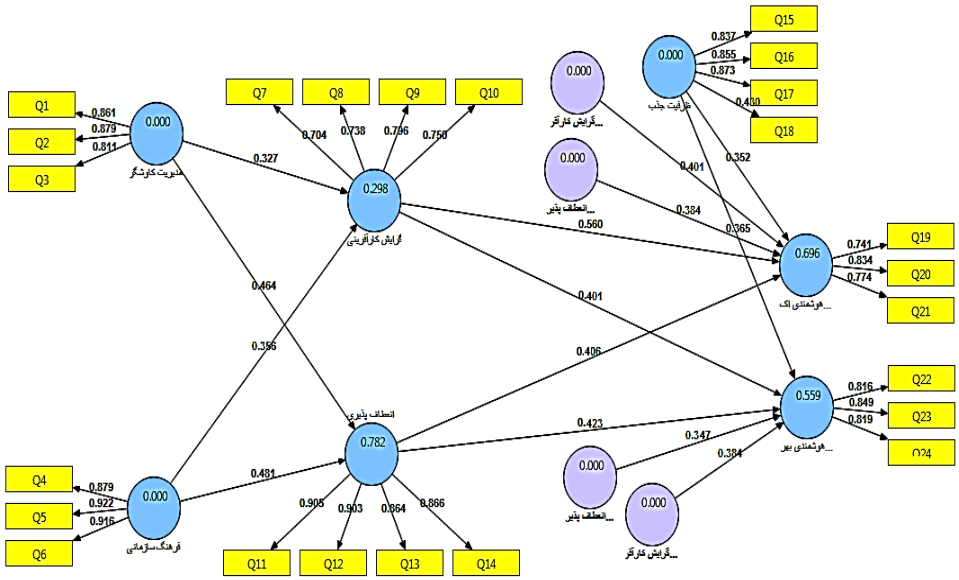
[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

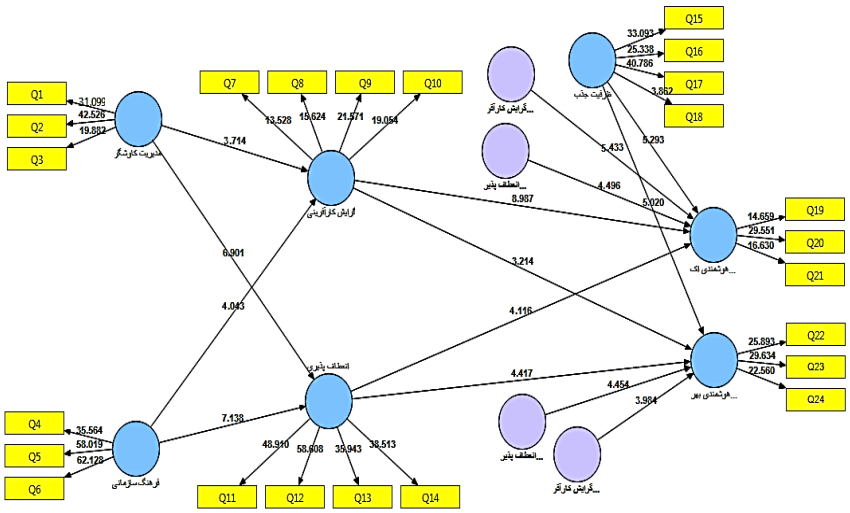
بـا توجـه بـه جـدول ۴ جـذر میـانگین واریـانس اسـتخراج شـده تمـامی متغیرهـای پـژوهش، بیشـتر از همبستگی آن‌ها با متغیرهای دیگر است؛ بنابراین مـلاک دوم، بررسی روایی واگرا متغیرهای پژوهش برقرار اسـت. علاوه‌بر این اعـداد زیـر قطـر مـاتریس همبسـتگی بـرای بررسی رابطه بین متغیرها گزارش شده است. همـان‌طور که ملاحظه می‌شـود ضـریب همبسـتگی بـین متغیرهـا مثبت و معنادار است.

آزمون مدل معادلات ساختاری

برای پیش‌بینی هوشمندی اکتشافی و هوشـمندی بهره‌بردارانه، الگوی مفهومی پیشنهاد شده از طریق روش الگویـابی معـادلات سـاختاری، بررسـی و بـا توجـه بـه فرضیه‌های پـژوهش، از روش حـداقل مجـذورات جزئـی برای برآورد الگـو اسـتفاده شـد. همچنـین از روش بـوت استراپ (با ۵۰۰ زیر نمونه) برای محاسبه مقادیر آمـاره t جهت تعیین معنی‌داری ضرایب مسیر استفاده شد. اعداد داخل دایره واریانس تبیین شده، متغیرهای پژوهش هستند.



شکل ۲- الگوی آزمون شده پژوهش در حالت استاندارد



شکل ۳- الگوی آزمون شده پژوهش در حالت t معنی‌داری

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

شکل ۳ ضرایب t مسیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. ضرایب t بالای ۱/۹۶± تا ۲/۵۸± در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار می‌باشند و ضرایب t بالاتر از ۲/۵۸± در سطح ۰/۰۱، معنی‌دار هستند. همچنین در جدول ۵، برآورد ضریب مسیر و واریانس تبیین شده مدل پژوهش آورده شده است.

جدول ۵- ضرایب مسیر و واریانس تبیین شده

متغیرها	ضرایب مستقیم	ضرایب غیرمستقیم	واریانس تبیین شده
به روی گرایش کارآفرینی از:			
مدیریت کاوشگر	۰/۳۲**	-	۰/۲۹
فرهنگ سازمانی	۰/۳۵*	-	
به روی انعطاف‌پذیری از:			
مدیریت کاوشگر	۰/۴۶**	-	۰/۷۸
فرهنگ سازمانی	۰/۴۸**	-	
به روی هوشمندی اکتشافی از:			
گرایش کارآفرینی	۰/۵۶**	-	۰/۶۹
انعطاف‌پذیری	۰/۴۰**	-	
ظرفیت جذب فناوری	۰/۳۵**	-	
مدیریت کاوشگر	-	۰/۱۷**	
فرهنگ سازمانی	-	۰/۲۰**	
به روی هوشمندی بهره‌بردارانه از:			
گرایش کارآفرینی	۰/۴۰**	-	۰/۵۵
انعطاف‌پذیری	۰/۴۲**	-	
ظرفیت جذب فناوری	۰/۳۶**	-	
مدیریت کاوشگر	-	۰/۱۵*	
فرهنگ سازمانی	-	۰/۱۹**	
به روی هوشمندی اکتشافی از:			
نقش تعدیل‌کنندگی ظرفیت جذب در ارتباط گرایش کارآفرینی با هوشمندی اکتشافی	۰/۴۰۴۳**	-	-
نقش تعدیل‌کنندگی ظرفیت جذب در ارتباط انعطاف‌پذیری با هوشمندی اکتشافی	۰/۳۸**	-	
به روی هوشمندی اکتشافی از:			
نقش تعدیل‌کنندگی ظرفیت جذب در ارتباط گرایش کارآفرینی با هوشمندی بهره‌بردارانه	۰/۳۴**	-	-
نقش تعدیل‌کنندگی ظرفیت جذب در ارتباط انعطاف‌پذیری با هوشمندی بهره‌بردارانه	۰/۳۸**		

طبق جدول ۵، مدیریت کاوشگر و فرهنگ سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر گرایش کارآفرینی دارند. همچنین مدیریت کاوشگر و فرهنگ سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر انعطاف‌پذیری دارد. همچنین گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری، بر هوشمندی اکتشافی، تأثیر معنی‌دار دارد. گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری، بر هوشمندی بهره‌بردارانه، تأثیر معنی‌دار دارد، همچنین نقش تعدیل‌کننده ظرفیت جذب فناوری در ارتباط گرایش کارآفرینی و انعطاف‌پذیری بر هوشمندی اکتشافی و هوشمندی بهره‌بردارانه، معنادار است.

روش‌هایی برای بررسی اعتبار مدل در PLS وجود دارد. این روش‌ها که به آن بررسی اعتبار[1] می‌گویند؛ شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک[2] و شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی[3] می‌باشند. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. شاخص حشو نیز که به آن Q^2 استون- گیسر نیز می‌گویند، با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زاد اندازه‌گیری می‌کند. مقادیر مثبت این شاخص‌ها نشانگر کیفیت مناسب و قابل‌قبول مدل

1- Cross-validation
2- CV- Communality
3- CV-Redundancy

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

انـدازه‌گیری و سـاختاری می‌باشـند. همـان‌طور کـه در جدول ۷ مشاهده می‌شـود مثبـت بـودن مقـادیر اعتبـار اشتراک و اعتبار حشو برای تمامی متغیرهـا در پـژوهش حاضـر نشـانگر کیفیـت مناسـب و قابـل قبـول مـدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌باشد.

جدول ۶- اعتبار اشتراک و حشو متغیرها

متغیرهای پژوهش	CV-Redundancy	CV- Communality
مدیریت کاوشگر	-	۰/۸۲۱
فرهنگ سازمانی	-	۰/۷۲۹
گرایش کارآفرینی	۰/۵۹۸	۰/۷۰۵
انعطاف‌پذیری	۰/۶۳۲	۰/۷۸۵
ظرفیت جذب فناوری	-	۰/۵۹۴
هوشمندی اکتشافی	۰/۵۰۱	۰/۶۱۴
هوشمندی بهره‌بردارانه	۰/۵۶۷	۰/۶۲۵
انعطاف‌پذیری * ظرفیت جذب	-	۰/۵۴۹
انعطاف‌پذیری * ظرفیت جذب	-	۰/۵۳۶
گرایش کارآفرینی * ظرفیت جذب	-	۰/۵۲۴
گرایش کارآفرینی * ظرفیت جذب	-	۰/۶۲۰

علاوه‌بر شاخص‌های جدول ۶ شاخص برازش کلـی الگو در PLS شـاخص GOF[1] می‌باشـد و از آن می‌تـوان برای بررسی اعتبار یا کیفیت الگوی PLS به‌صورت کلـی استفاده کرد. این شاخص توانایی پیش‌بینی کلی مـدل را بررسی می‌کند و اینکه آیا مدل آزمون شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا، موفق بوده است یا نه.

GOF=√avrage (Comunalitie)*R^2

در پژوهش حاضر، برای الگوی آزمون شده شاخص بـرازش مطلـق GOF، ۰/۴۷ به‌دسـت آمـد کـه مقـدار به‌دست آمده برای این شـاخص بـرازش نشـانگر بـرازش مناسب الگوی آزمون شده است.

۶- نتیجه‌گیری و پیشنهاد

هوشـمندی کسـب‌وکار، ارتباطـات در سـازمان را تسهیل می‌کند و اطلاعات به هنگام را برای تحلیـل‌گران در هر سطح افقی و عمـودی در درون و بیـرون سـازمان فـراهم می‌نمایـد. هوشـمندی کسـب‌وکار، نتیجـه تجزیه‌وتحلیل عمیق داده‌های تجاری مفصل می‌باشد کـه شـامل پایگاه‌هـای داده و تکنولوژی‌هـای کـاربردی و همچنین اقدامات تحلیلی می‌باشد. هوشمندی کسب‌وکار از نظـر فنـی، گسـترده‌تر و شـامل مـدیریت دانـش، برنامـه‌ریزی منـابع مؤسسـه، سیسـتم‌های پشـتیبان از تصمیم و داده‌کـاوی می‌باشـد. هـدف از تحقیـق حاضـر، طراحـی و اعتباریـابی الگـوی هوشـمندی کسـب‌وکار براساس رویکرد دوسوتوانی بود. نتـایج نشـان دادنـد کـه مـدیریت کاوشـگر و فرهنـگ سـازمانی، تـأثیر مثبـت و معناداری بر گرایش کارآفرینی دارند. همچنـین مـدیریت کاوشگر و فرهنگ سازمانی، تأثیر مثبـت و معنـاداری بـر انعطاف‌پذیری دارد. همچنین تأثیر گـرایش کـارآفرینی و انعطاف‌پذیری بـر هوشـمندی اکتشـافی تـأثیر معنـی‌دار دارد. تـأثیر گـرایش کـارآفرینی و انعطاف‌پـذیری بـر هوشمندی بهره‌بردارانـه تـأثیر معنـی‌دار دارد. همچنـین نقـش تعدیل‌کننـده ظرفیـت جـذب فنـاوری در ارتبـاط گـرایش کـارآفرینی و انعطاف‌پـذیری بـر هوشـمندی اکتشافی و هوشمندی بهره‌بردارانه معنادار است. اوریل ـی

1- Goodness Of Fit

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

و تاشمن[1] (۲۰۰۸) معتقدند که پشتکار و چشم‌انداز مشترک کارکنان در سراسر سازمان، عامل مؤثری در مشارکت آنان در دستیابی به اهداف دوسوتوانی دارد و این امر زمانی قابل پیگیری و دستیابی است که هر فرد در سازمان در حیطه عملکردی خود ارزش را به مشتریان خود ارائه دهد، اما در عین حال، مراقبت از تغییرات در محیط کاری خود باشد. در واحدهای سازمانی که سازگار هستند، افراد، دستورالعمل‌های روشن و نیز انگیزه، تنها برای آن دسته از فعالیت‌هایی که انطباق یا سازگاری را حمایت می‌کنند، دریافت می‌نمایند. اما یک سازمان، دوسوتوان پویایی و انعطاف‌پذیری لازم را در جهت تنظیم خود بین فعالیت‌های سازگاری و انطباق دارد و هر دو با ارزش و پاداش همراه است.

تأیید نقش تعدیل‌گر ظرفیت جذب فناوری با نتایج پژوهش بازیچ و دیموسکی (۲۰۱۹) هم‌راستا است و بدین صورت توجیه می‌شود که ظرفیت جذب فناوری به شناسایی و جذب دانش خارج سازمان می‌پردازد و بر دانشی فراتر از دانش موجود در سازمان تمرکز می‌کند تا بتواند نیازهای دانشی مورد نیاز بنگاه را از محیط برای سازمان شناسایی کند. این تمرکز بر بیرون از مرزهای سازمان می‌تواند برای سازمان هوشمند به همراه داشته باشد که یا با محصول کاملاً جدید یا محصولات جاری در بازاری کاملاً جدید تأمین شود (هوشمندی اکتشافی). از طرفی، ظرفیت جذب تحقق یافته همان تغییر شکل و به‌کارگیری دانش شناسایی و جذب شده است و نیاز به تمرکز بر فرایندهای داخلی سازمان دارد که این امر می‌تواند منجر به شناسایی موارد بهبود در فرایندها و محصولات جاری سازمان، به عبارتی هوشمندی بهره‌بردارانه گردد.

یافته‌های تحقیق، حاکی از آن است که عواملی مانند هوش تجاری مدیران و کارکنان شرکت و رضایت مشتریان و ارزش درک‌شده شرکت در اجرای هوشمندی کسب‌وکار نقش ایفا می‌کند که با یافته‌های دولی و همکارانش (۲۰۱۸) هم‌راستا می‌باشد. نتایج نشان می‌دهند که ادراک سازگاری تأثیر مثبتی مستقیم بر روی اهداف استفاده دارد، تأثیر ادراکات عملکرد را بر اهداف ثابت می‌کند، همچنین نتایج نشان دادند که استفاده از قصد در ارتباط سازگاری و هوش کسب‌وکار، نقش میانجی ایفا می‌کند که این نتایج با یافته‌های جاکلیچ و همکارانش (۲۰۱۸)، همخوانی دارد. براساس یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌شود:

۱- در شرکت کارگروه و تیم ویژه هوش تجاری تشکیل شود و کارشناسان ویژه‌ای برای ارتقای هوش تجاری، تربیت شوند.

۲- شرکت از سیستم یکپارچه فناوری اطلاعات استفاده کند و بودجه کافی به تأمین فناوری اطلاعات اختصاص دهد.

۳- تمام کارکنان شرکت از مشکلات پیش‌رو باخبر شوند و در حل آن سهیم گردند.

۴- در شرکت، سرمایه‌گذاری لازم جهت معرفی برند صورت گیرد و شرکت بین ساختار و استراتژی‌های اتخاذ شده، تناسب برقرار کند.

۷- منابع

ابراهیم‌پور، مصطفی؛ مرادی، محمود؛ ممبینی، یعقوب. (۱۳۹۳). تأثیر دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد صنایع تولیدی: بررسی نقش پویایی‌های محیطی. *نشریه علوم مدیریت ایران*، ۹ (۳۶)، ۵۳-۷۵.

پهلوان‌نژاد، علی. (۱۳۹۶). *شناسایی سطح بلوغ هوشمندی کسب‌وکار در شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: صنعت نساجی کاشان)*. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.

حقیقی، محمد؛ دهقانی سلطانی، مهدی؛ فارسی‌زاده، حسین. (۱۳۹۶). تبیین نقش دوسوتوانی سازمانی در تأثیرگذاری فرهنگ نوآور و حافظه سازمانی بر عملکرد

1- O'Reilly III and Tushman

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

توسعه محصول جدید. *نشریه پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۱۰(۲۳)، ۱۹۷-۲۲۳.

رضایی، صلاح؛ میرعابدینی، سیدجواد؛ ابطحی، عطاءالله. (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی هوشمندی کسب‌وکار در صنعت بانکداری ایران. *نشریه مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند*، ۶(۲۳)، ۳۳-۸۱.

سروری همپا، حسین؛ محمودی میمند، محمد؛ سرلک، محمدعلی؛ امینی، محمدتقی. (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موفقیت هوشمندی کسب‌وکار با رویکرد استقرار مدیریت دانش (مطالعه موردی: صنعت بیمه ایران). *پژوهشنامه بیمه*، ۳۳(۲)، ۱۰۵-۸۵.

صفردوست، یاسر. (۱۳۹۵). *نقش دوسوتوانی سازمانی بر عملکرد کسب‌وکارهای خانوادگی*. دانشکده حسابداری و مدیریت، مؤسسه آموزش عالی کوشیار.

مختاری، رضا؛ حسین‌زاده، رباب؛ صفرعلی‌زاده، اسماعیل. (۱۳۹۲). تحلیل الگوهای رشد هوشمند شهری در مناطق چهارده‌گانه اصفهان براساس مدل‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای. *فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری منطقه‌ای*، ۵(۱۹)، ۶۶-۸۲.

ملک‌اخلاق، اسماعیل؛ حیدرنیای کهن، پدرام. (۱۳۸۹). نقش هوشمندی کسب‌وکار در مدیریت عملکرد کسب‌وکار: از مفاهیم تا مدل‌ها. *پنجمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت استراتژیک*.

Benner, M. J., & Tushman, M. L. (2003). Exploitation, exploration, and process management: The productivity dilemma revisited. *Academy of management review*, *28*(2), 238-256.

Božič, K., & Dimovski, V. (2019). Business intelligence and analytics for value creation: The role of absorptive capacity. *International Journal of Information Management*, *46*, 93-103.

Chang, Y. C., Yang, P. Y., & Chen, M. H. (2009). The determinants of academic research commercial performance: Towards an organizational ambidexterity perspective. *Research Policy*, *38*(6), 936-946.

Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information systems research*, *14*(2), 189-217.

Dasgupta, N., & Lloyd-Jones, T. (2018). Heterogeneity and vulnerability in the urban informal economy: Reworking the problem in the current context. The case of uganda. *World Development Perspectives*, *10*, 64-72.

Dooley, P. P., Levy, Y., Hackney, R. A., & Parrish, J. L. (2018). Critical value factors in business intelligence systems implementations. In *Analytics and data science* (pp. 55-78). Springer, Cham.

Gefen, D., & Straub, D. (2005). A practical guide to factorial validity using PLS-graph: Tutorial and annotated example. *Communications of the Association for Information Systems 16(1)* 91-109.

Gibson, C. B., & Birkinshaw, J. (2004). The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity. *Academy of management Journal*, *47*(2), 209-226.

Gratton, L., & Erickson, T. J. (2007). Eight ways to build collaborative teams. *Harvard business review*, *85*(11), 100.

Hou, C. K. (2013). Investigating factors influencing the adoption of business intelligence systems: an empirical examination of two competing models. *International Journal of Technology, Policy and Management*, *13*(4), 328-353.

Jaklič, J., Grublješič, T., & Popovič, A. (2018). The role of compatibility in predicting business intelligence and analytics use intentions. *International Journal of Information Management*, *43*, 305-318.

O'Reilly III, C. A., & Tushman, M. L. (2008). Ambidexterity as a dynamic capability: Resolving the innovator's dilemma. *Research in organizational behavior*, *28*, 185-206.

Ortiz de Guinea, A., & Raymond, L. (2019). Improving SMEs' Service Innovation

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]

Journal of Computer Information Systems, *59*(2), 188-196.

Roldán Bravo, M. I., Ruiz-Moreno, A., & Lloréns Montes, F. J. (2018). Examining desorptive capacity in supply chains: the role of organizational ambidexterity. *International Journal of Operations & Production Management*, *38*(2), 534-553.

Sarkees, M., & Hulland, J. (2009). Innovation and efficiency: It is possible to have it all. *Business horizons*, *52*(1), 45-55.

Sengers, F., Späth, P., & Raven, R. (2018). Smart city construction: Towards an analytical framework for smart urban living labs. In *Urban Living Labs* (pp. 74-88). Routledge.

Ul-Ain, N., Vaia, G., & DeLone, W. (2019). Business Intelligence System Adoption, Utilization and Success-A Systematic Literature Review. In *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.

Wang, S. L., Luo, Y., Maksimov, V., Sun, J., & Celly, N. (2019). Achieving temporal ambidexterity in new ventures. *Journal of Management Studies*, *56*(4), 788-822.

Performance in the Face of Uncertainty Through IT Ambidexterity: A Configurational Approach. In *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.

Park, Y., El Sawy, O. A., & Fiss, P. (2017). The role of business intelligence and communication technologies in organizational agility: a configurational approach. *Journal of the association for information systems*, *18*(9), 1.

Raisch, S., & Birkinshaw, J. (2008). Organizational ambidexterity: Antecedents, outcomes, and moderators. *Journal of management*, *34*(3), 375-409.

Ramirez, J., Vélez-Zapata, C., & Madero, S. (2018). Ambidexterity strategies in illegitimate institutional contexts: the role of informal institutions. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, *16*(2), 197-218.

Richards, G., Yeoh, W., Chong, A. Y. L., & Popovič, A. (2019). Business intelligence effectiveness and corporate performance management: an empirical analysis.

[Downloaded from iueam.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23452870.1398.7.28.1.3]