

تأثیر تفکر استراتژیک بر انگیزه پیشرفت با نقش میانجی تفکر خلاق (مورد مطالعه: دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب)

مهرنوش ابراهیمی^۱، رضا آریا فرزین^۲

^۱ گروه مدیریت کسب و کار واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ گروه مدیریت بازرگانی واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

پژوهش علمی کوششی نظام‌مند جهت پاسخ دادن به پرسش‌های پژوهش است. یکی از بخش‌های اصلی هر پژوهش علمی، گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها جهت آزمون فرضیات بیان شده توسط محقق است. انتخاب یک روش پژوهش مناسب، محقق را تا حد زیادی در پیشگیری از بروز اشتباهات یاری می‌رساند. پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی است که با رویکردی استقرایی انجام شده است، نوع داده‌های پژوهش کمی بوده و به روش پرسش نامه گردآوری شده است. از منظر روش یک مطالعه پیمایشی از نوع همبستگی است و در دسته مطالعات توصیفی قرار می‌گیرد. جامعه آماری مورد پژوهش دانشجویان و اساتید دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب هستند و در مجموع تعداد ۴۲ پرسشنامه پاسخ داده شد. در این پژوهش از آزمون چولگی و کشیدگی و آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها استفاده شده است. نتایج به دست آمده در چهار فرضیه مورد بررسی قرار گرفت. در فرضیه اول انگیزه پیشرفت بر روی تفکر استراتژیک اثر مثبت و معنا داری دارد. در فرضیه دوم تفکر خلاق بر روی تفکر استراتژیک اثر مثبت و معنا داری دارد. در فرضیه سوم انگیزه پیشرفت بر روی تفکر خلاق اثر مثبت و معنا داری دارد. در فرضیه چهارم تفکر خلاق بر روی تفکر استراتژیک و انگیزه پیشرفت اثر مثبت و معنا داری دارد.

واژه‌های کلیدی: تفکر استراتژیک، تغییر سازمانی، پیشرفت، تفکر خلاق

^۱Skewness

^۲kurtosis

^۳Kolmogorov-smirnov

مقدمه

در دنیای کنونی هر روز شاهد پشرفت و تغییراتی در تمام عرصه های زندگی و شغلی را شاهد هستیم. با توجه به پویایی عوامل درون و برون سازمانی، تغییر اقدامی گریزناپذیر است و مدیریت آن باید اصلی بنیادین در مدیریت سازمانها قلمداد شود. سازمانهای متعددی با ضرورت تغییر مواجه اند و محیطی به شدت ناپایدار برای کسب و کارها ایجاد شده است. بنابراین می توان بیان کرد که ظهور یک دوره جدید اقتصادی و سیاسی با عدم قطعیت و پیچیدگی های سازمانی و محیطی همراه بوده است (چین و لیو، ۲۰۱۷). همچنین تغییرات شدید در گراسر جهان به طور مداوم اتفاق می افتد، همه سازمانها در همه صنایع، به طور فزایندهای در معرض ناکافی بودن سه تفکر استراتژیک هستند (چین و همکاران، ۲۰۱۸). در حال حاضر با افزایش روزافزون جمعیت ها، جوامع و سازمان ها به سرعت در حال توسعه و پیشرفت و به تبع آن پیچیدگی آنها در حال افزایش است، فضای کسب و کار امروز بارها و بارها با ویژگی هایی مانند پیچیدگی و عدم قطعیت تعریف شده است. (داوری و عزیزاده مجد، ۲۰۱۶) تفکر استراتژیک یک تفکر واگرا و عمل گرا بوده و مانند فکر پویا است که با تعامل مستمر با محیط و تجزیه آن و خلاقیت توسعه می یابد و در واقع یک فرآیند مستمر و مداوم است که هدف آن رفع ابهام و معنی بخشیدن به یک محیط پیچیده است. اگر یک مدیر یا رهبر بخواهد در سازمان به طور مفید و مؤثر نقش ایفا کند باید مهارت های تفکر استراتژیک را در خود بهبود ببخشد. یکی از مهم ترین انگیزه های اجتماعی و شناختی که بر رفتار انسان تأثیر می گذارد، انگیزه پیشرفت است، در تفکر استراتژیک یکی از راهبردهای مهم در پیشبرد اهداف همین موضوع است که می توان آن را در پیش بینی و تبیین رفتار انسان مورد توجه قرار داد (الیوت، ۱۹۹۷). امروزه انگیزه پیشرفت از مشخصه های روانشناختی توسعه ی جوامع به حساب می آید (خداپناهی، ۱۳۸۶). به طور کلی افراد دارای انگیزه پیشرفت احساس می کنند که بر زندگی شان مهار دارند و از آن لذت می برند، آنها سعی می کنند عملکرد خود را بهبود بخشند و ترجیح می دهند کارهایی را انجام دهند که چالش انگیز باشد و به کارهایی دست می زنند که ارزیابی پیشرفت آنان امکان پذیر باشد (توکرلد، ۲۰۰۰) و اما خلاقیت را نیز به عنوان توانایی حل مسائل به شیوه ی ابتکاری و با تفکر واگرا می توان تعریف کرد. قطعاً در شرایط پیچیده عصر حاضر، سازمان ها به کرات در چالش هایی گیر می کنند که تصمیمات خلاقانه می تواند به فرایند موفقیت سازمان کمک شایانی نماید (مظاهر، محمدی، اکرادی، پروین، فاضلی، ۱۳۹۶). روشی برای نگاه عمیق به آینده به منظور شناسایی چشم انداز و اهداف یک سازمان، درک اهداف و تأثیر تصمیمات و روش های فعلی و جلوگیری از مشکلات احتمالی است؛ همچنین شامل فکر کردن در مورد زمینه، امکان تغییر و آنچه برای حمایت از چنین تغییراتی لازم است (کتونن و همکاران، ۲۰۲۰؛

^۴- Chin, T., & Liu^۵- Chin^۶Davari&AlizadehMajd^۷-achievement motivation^۸-Elliot^۹- Tucher^{۱۰}- Kettunen

زمرنینگ ، ۲۰۱۸). با توجه به اهمیت^۱ و ضرورت ارتقای مهارت های منابع انسانی در صنعت ۴،۰، شرکت ها باید استراتژی مناسبی برای افزایش رقابت پذیری منابع انسانی خود اتخاذ کنند. با تمرکز بر اتوماسیون فرآیند، شرکت ها تنها به پس انداز مالی دست می یابند، در حالی که با اتخاذ استراتژی هایی مبتنی بر ظرفیت ها و استعداد های منابع انسانی و فناوری، یک شرکت می تواند چشم انداز بزرگ تری را برای دستیابی به رشد و اهداف کسب و کار متصور شود. (بالویی و همکاران ، ۲۰۲۲)

تفکر استراتژیک یکی از ابزارهای مهم مدیریت در سازمان های پیچیده است. تفکر استراتژیک برای بقا و رشد سازمان در محیط به شدت رقابتی و پرتلاطم امروزی امری اجتناب ناپذیر است. این نوع تفکر زمینه شکل گیری و توسعه بصیرت را فراهم می سازد و باعث تشخیص به موقع خصوصیات میدان رقابت و دیدن فرصت هایی است که رقبای آن غافل هستند. تفکر استراتژیک رویکردی مناسب برای رهبری سازمان به حساب می آید. رویکردی که می تواند سازمان را نسبت به رقبای برتری بخشیده و سهم بیشتری از منافع بازار را نصیب آن سازد. تفکر استراتژیک بدین معنی است که بتوان عوامل مؤثر بر سازمان را دید و از آینده مبهم و نامطمئن با ملاحظه وابستگی عوامل مؤثر راه حل های مسائل را استنباط کرد (قاسمی، ۱۳۹۳، ۱۰۴). در عصر کنونی شاهد رقابت تنگاتنگ فرهنگ ها هستیم که بدون استفاده از ابزارهای مدرن نوین و اثربخش بازاریابی دستیابی به وضعیت مطلوب توسعه پایدار فرهنگی امکان پذیر نخواهد بود. (محقق و همکاران، ۱۳۹۶) جستجو در منابع علمی و مدیریتی نشان می دهد که شناسایی و پرورش استعدادهای مورد نیاز سازمانها تاریخچه ای طولانی دارد. به طوریکه در اوایل سال ۱۹۷۷ مکنزی و شرکا واژه جنگ برای استعداد (سیزنو و پنینگتون ، ۲۰۱۷) را برای توصیف چالش هایی که کارفرمایان ، با آن مواجه اند تا کاندیدایی بامهارت بالا را پیدا کنند مطرح نمودند . آنها اعتقاد داشتند که مدیران کمی این آمادگی را دارند تا نقش رهبری در سازمانها را ایفا نمایند . بنابراین شرکتهای سراسر جهان برای دستیابی به استعدادها، خود را درگیر رقابت با دیگران می یابند . از این رو کسب و کارها باید توانایی شناخت افراد با استعداد، ارائه آموزش های لازم به آنها و حفظ و نگهداری کارکنان با ارزش برای بلندمدت را داشته باشند (مک کاولی و ویکفیلد ، ۲۰۰۶) رویکرد سازمانی /اداری تأثیر جامع، اجرای نسبتاً سریع و نیاز به بودجه کم دارد. این رویکرد به شدت به ظرفیت کارکنان برای سازگاری در کاربرد آن متکی است. (بالویی و همکاران، ۲۰۲۱)

سازمانها برای اینکه بتوانند در محیط پرتلاطم و رقابتی امروز باقی بمانند، باید خود را به شیوه های تفکر نوین سازمانی مجهز سازند و به طور مستمر خود را بهبود بخشند. در این زمینه یکی از مهمترین مولفه های کلیدی که می تواند به مدیران و متولیان سازمان کمک کند، تفکر استراتژیک است که مدیران با بالا بردن توان و قدرت تفکر خود در این زمینه باعث تقویت عملکرد خود و انگیزه پیشرفت را در سازمان تحت امر خود ایجاد کنند و قادر به حل مسائل جاری خواهند بود (مختاری پور و سیادت، ۱۳۸۴، ۲۰).

^{۱۱} Zeemering

^{۱۲} Balouei&etal

^{۱۳} Suseno & Pinnington

^{۱۴} McCauley& Wakefield

در حوزه عملکرد شغلی دو طبقه وسیع از رفتار کارکنان را شناسایی نموده اند، عملکرد وظیفه ای و عملکرد زمینه ای. مدل - های اخیر عملکرد شغلی، عملکرد را تابعی می دانند که تاکید بر جنبه های جداگانه عملکرد دارند (برمن و همکاران، ۱۹۹۷) کمپل و همکاران (۱۹۹۹) نیز مدلی چند عاملی از عملکرد شغلی را براساس مهارت های کاری تخصصی شغل، مهارت های کاری غیر تخصصی شغل مهارت های ارتباطی شفاهی و کتبی، بروز دادن سعی و تلاش، حفظ انضباط فردی، تسهیل سنجش عملکرد همکاران، سرپرستی / رهبری، مدیریت / اداره پیشنهاد کردند عملکرد فنی با آنچه که بورمن و موتوودیلو (۲۰۰۰) آن را هسته فنی سازمان یا شغل می نامند ارتباط دارد و فعالیت هایی را شامل می شود که مستقیماً یا غیر مستقیماً با تبدیل منابع به محصول در مبادلات اقتصادی انجام می گیرد. اگر چه فعالیت های خاصی که عملکرد وظیفه ای را ایجاد می کند، به طور متنوعی از یک شغل به شغل دیگر متفاوت است، با این حال عملکرد وظیفه ای می تواند در طبقاتی کلی تر مطرح شود. یک روش دیگر طبقه بندی عملکرد وظیفه ای در نظر گرفتن درجه ای است که محتوای یک شغل ثابت یا متغیر است. بسیاری از سازمان ها رفتارهای عملکرد وظیفه ای را بوسیله انجام تجزیه و تحلیل شغل شناسایی می کنند شرح شغل بر رفتارهای عملکرد وظیفه ای همچون فعالیت ها، وظایف و مسئولیت ها که بخش اصلی شغل را تشکیل می دهند تمرکز دارد به عبارت دیگر عملکرد وظیفه ای مجموعه ای از تعهدات مشخص است که کارمند باید برای دریافت حق الزحمه و یاتداوم استخدامش انجام دهد (کول کویت، ترجمه فیضی و همکاران، ۱۳۹۰).^۱ خبرگان و متخصصان کسب و کار براین باور هستند که ساخت و حفظ یک برند قدرتمند کارآفرینانه جهت رشد، دوام و ماندگاری یک کسب و کار در محیط های رقابتی و پیچیده امروزی از اهمیتی فوق العاده حیاتی برخوردار است. (موسوی و همکاران، ۱۴۰۰)

پویایی های رقابت جهانی، پیشرفت های تکنولوژیکی، ساختار بندی مجدد شرکت و شرایط اقتصادی بی ثبات همگی تغییراتی هستند که تجارت را تحت پوشش قرار داده اند و آن را برای سازمان ها، مهم تر از سایر موارد جلوه داد هاند (علیزاده مجد و همکاران، ۱۳۹۹). دنیای امروزی با سرعتی زیاد در حال تغییر و تحول است و در این گذار کسانی که بتوانند با تفکرات و ایجاد انگیزه برای پیشرفت در سازمان با استفاده از تفکری خلاقانه شرایط را مهیا کنند، موفق خواهند بود. امروزه نه تنها جهان و محیط خارجی در حال تحول است، بلکه اقتصاد و بازارهای کشور نیز در حالت گذار قرار دارد. در این شرایط، بسیاری از فرصت های گذشته از بین می رود و فرصت های تازه ایجاد می شود. فقدان تفکر استراتژیک و همچنین انگیزه پیشرفت در مدیران ارشد بنگاه ها و سازمان های دولتی و صنعتی ما را از بهره برداری از فرصت های جدید محروم می سازد. لذا مجهز شدن مدیران ارشد به رویکرد استراتژی، ضروری و بلکه حیاتی به نظر می رسد. بر پایه تجربیات دهه های گذشته، در دهه ۱۹۹۰ ارتقای توانایی تفکر استراتژیک در مدیران ارشد، یک مسأله پراهمیت تلقی می شد. بحث و پژوهش درباره تفکر استراتژیک، موجب بهبود شگرف در عملکرد می شود. لازم به ذکر است که مدیران موفق، پیش از انجام کارها، درباره

^۱ Berman^۲ kempel^۳ Berman and motodlu^۴ Colquitt

نتایج آینده به طور دقیق می اندیشند (استیسی، ۱۹۹۶). همچنین ضرورت پژوهش حاضر، در مورد تاثیر و استفاده از تفکر استراتژیک برای ایجاد پیشرفت در سازمان و ایجاد انگیزه در افراد مجموعه هدف است که انجام این امر وابسته به تفکری خلاق و متفاوت تر از قبل می باشد که در سطح استراتژیک برای شکل دادن به سیاست های سازمان امر مهمی به شمار می رود.

سوال اصلی این تحقیق را چنین می توان مطرح کرد که آیا ارتباطی بین تفکر استراتژیک و ظرفیت تغییر سازمانی وجود دارد یا خیر؟

ادبیات و پیشینه تحقیق

تفکر استراتژیک به تحلیل فرصت ها و مشکلات از نگاهی جامع می پردازد و پیامدهای احتمالی کارهای شما را بر دیگران مدنظر قرار می دهد. متفکران استراتژیست تصویر آینده را ترسیم می کنند و رویکردی عمل گرا به چالش ها و مسایل روزمره دارند. آنان این کار را طی فرآیندی مستمر انجام می دهند و آن را یک اقدام نمی دانند. شما مثل سایر مدیران پیوسته با موقعیت های دشوار، مشکلات و یا تصمیم های چالشی مواجه هستید. کار شما انجام بهتر کارها تا حد توان و با کمک اطلاعات در دسترس است. در دنیای ایده آل، شما به تمام اطلاعات مورد نیازتان برای غلبه بر چالش ها دسترسی دارید. اما بی تردید در دنیای واقعی تنها بخشی از اطلاعات در اختیار شماست و چون شما در بخشی از سازمان کار می کنید، اطلاعات محدودی از نیروهای بیرون از حوزه نفوذ خود دارید. تفکر استراتژیک به شما کمک می کند تا بر این محدودیت ها غلبه کنید. وقتی استراتژیک بیندیشید، برفراز کارهای روزمره قرار می گیرید و محیط بزرگ تری را که در آن کار می کنید، در نظر خواهید داشت. شما فرضیه های نحوه ی انجام کارها در شرکت و صنعت را به چالش می کشید. اطلاعات پیچیده و گاه مبهمی را جمع کرده و تحلیل می کنید. از نتایج حاصل از تحلیل ها، برای تعیین موضوع های اصلی و اقدام های مناسب بهره می برید. تمام کارهای بالا با این دید دنبال می شوند که به بهترین نتایج ممکن برای کسب و کار دست بیابید و از فرصت های امروز استفاده کنید (سلطانی، مسعود، مترجم؛ ۱۳۹۴).

بون تفکر استراتژیک را روشی که رویکردهای منطقی و همگرایی را با فرآیند تفکر خلاق و چندگانه (واگرا) را ترکیب می نماید، جهت حل مسائل استراتژیک تعریف می نماید. اشاره به این امر ضروری است که تفکر استراتژیک با اقدام در یک فرآیند مستمر و به هم پیچیده، مرتبط می باشد. چنانکه مینتزبرگ و سایرین (۱۹۸۸) بیان نموده اند زمان هایی وجود دارد که تفکر باید قبل از عمل صورت گیرد، و آن را هدایت نماید ... زمان های دیگری نیز به خصوص در حین یا اندکی پس از یک تغییر در محیط وجود دارد، که تفکر و اقدام باید به یکدیگر پیوند خورده و واژه یادگیری در این زمان بسیار مناسب تر از طراحی چیزهایی که اتفاق می افتند، می باشد. این امر معمول ترین طیفی از احتمالات است که در آن تفکر و عمل به یکدیگر پاسخ می دهند. ویک نام این فرآیند را توانایی "عمل متفکرانه" به معنای اینکه مدیران می توانند به سرعت عمل نمایند و اطلاعات لازم این اعمال از طریق چارچوبی از تفکرات گذشته بگیرند و همزمان تفکر آینده را نیز تغذیه نمایند.

^{۱۹} Stacey

^{۲۰} Mintz berg

بنابراین تفکر استراتژیک عملگرا بوده و مرتبط با شناسایی چگونگی رفع ابهام و درک دنیای پیچیده می باشد (بون، ۲۰۰۵).
۱
۲

کافمن تفکر استراتژیک را به عنوان تغییر دید از سازمان به عنوان یک پدیده با ترکیبی از اجزا مستقل (و کارکنان) که برای دستیابی به منابع با یکدیگر رقابت می کنند، به نگاهی از سازمان به عنوان یک سیستم کل که هر جزء را به کل منسجم می نماید، تعریف می کند (کافمن، ۱۹۹۱). هووارد از تفکر استراتژیک با عنوان آینده نگری بحث می نماید و تنها کسانی که دارای آینده نگری می باشند را قادر به تفکر استراتژیک می داند وی به طور کلی تفکر استراتژیک را در ارتباط با درهم شکستن ساختارهای شعور عمومی موجود می داند (هاوارد، ۱۹۸۹).
۳
۲

تفکر استراتژیک فرآیند یافتن راه کارهای جایگزین برای رقابت در ایجاد ارزش برای مشتریان می باشد. بنابراین می توانیم تفکر استراتژیک را به عنوان استراتژی های جایگزین یا مدل های تجاری که برای مشتریان ارزش ایجاد می نمایند تعریف نماییم (آبراهام، ۲۰۰۵).
۴
۲

لذا براساس دیدگاه اشاره شده در فوق موفقیت در استراتژی سازمان متکی به استفاده از مدل های ذهنی مناسب است نه استفاده از تکنیک های به خصوص این تکنیک ها بعضاً خود مانعی بر سر راه تفکر خلاق می باشند. مدیریت استراتژیک زمانی به خوبی عمل می نماید که به عنوان روشی برای یادگیری در نظر گرفته شود نه به عنوان نسخه ای که باید اجرا شود. متخصص شدن در استراتژی بسیار فراتر از دانستن استفاده از ابزارهای استراتژیک می باشد و نیازمند دیدگاهی ذهنی می باشد (گلد اسمیت، ۱۹۹۶).
۵
۲

عزم استراتژیک: براساس نظریه لیدکا برای دستیابی به اهداف و آرمان، سازمان باید عزمی استوار داشته باشند و انرژی خود را در دراز مدت صرف دستیابی به هدف استراتژیک نمایند. در این رکن تمرکز منابع سازمان در راستای دست یابی به هدف توصیه شده است و این منبع شامل امکانات فیزیکی، منابع انسانی، توانمندی های تکنولوژیک و انرژی روحی روانی را شامل بوده و تاکید می شود همه اینها باید صرف پیشبرد سازمان به سوی اهداف استراتژیک مورد نظر گردد (اصغریور، ۱۳۸۷).

پیشروی بر اساس رویکرد علمی: یک متفکر استراتژیک باید قادر باشد خلاقانه فرضیه سازی کند و سپس آن را در معرض آزمون قرار دهد و بدین ترتیب از محیط پیچیده و تحولات آن درس بگیرد و در نتیجه بین تفکر واگرا و تفکر همگرا پیوند برقرار می شود و راه جدیدی برای فهم قواعد پیچیده کسب و کار گشوده می گردد (اصغریور، ۱۳۸۷).

^{۲۱}-Bonn

^{۲۲}-Kaufman

^{۲۳}-Howard

^{۲۴}-Abraham

^{۲۵}-Goldsmith

فرصت طلبی هوشمندانه: این رکن به هوشمندی متفکر استراتژیک نسبت به محیط اشاره دارد. یک متفکر استراتژیک علاوه بر چشم انداز و جهت گیری اصولی سازمان باید به تحولات فضای کسب و کار و فرصت های حاصل از آن هم توجه داشته باشد (اصغرپور، ۱۳۸۷).

تفکر خلاق و ایجاد نوآوری: خلاقیت و نوآوری امری است که لزوم آن دائماً در سازمان احساس می شود. بنابراین، باید نهادینه شود و جزء کار و فرهنگ سازمان گردد. نوآوری متناسب با کاربردها و سطوح مورد بررسی، به انواع مختلف نیز تفکیک شده است. معمولاً محققان بر این باورند که مفهوم فرایند نوآوری را درک کرده اند، اما حقیقتاً بسیاری از تحقیقات انجام گرفته در حوزه های مختلف مرتب با نوآوری، تعاریف و طبقه بندی متفاوتی از نوآوری را ارائه داده اند: فرایند نوآوری به صورت نوآوری رادیکالی یا افزایشی، نوآوری های تقلیدی یا کاملاً جدید، بهبودی یا انقلابی، تکنولوژیک یا سازمانی و بسیار انواع دیگر تعریف شده است.

نوآوری در ادبیات نظری آن در روش های متفاوتی تعریف می شود. چن و دیگران نوآوری را به عنوان معرفی یک ترکیب جدیدی از عوامل ضروری تولید بهم سیستم تولید معرفی نموده اند. هر کدام نوآوری را به عنوان یک فرایند دانش تعریف می کند که هدف آن تولید دانش جدید برای توسعه راه حل های تجاری و قابل رشد است. نوآوری فرآیندی است که در آن دانش کسب، تسهیم و با هدف خلق دانش جدید که متضمن محصولات و خدمات است، تلفیق می شود (پلسیس، ۲۰۰۷).

خلاقیت نقطه آغاز هر نوآوری است و نوآوری تلاش برای تبدیل ایده خلاق به محصولات یا فرایندهایی است که نهایتاً به بهبود خدمات به مشتری، کاهش هزینه و یا ایجاد درآمدهای جدید برای یک سازمان می انجامد (تیرانی، سلطانی، ۱۹۹۹).

انگیزش پیشرفت: انگیزش یکی از موضوعات و مفاهیم اساسی در مدیریت سرمایه های انسانی بوده و آثار و نوشته های بسیاری در خصوص انگیزش از سوی دانشمندان مختلف مطرح شده است. به طور معمول در این نظریه ها روش ها و فنون انگیزشی مورد استفاده توسط مدیران برای بهبود عملکرد افراد، از نظر تئوری و تجربی در مدیریت استراتژیک انگیزش مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

اما، برخی نظریه پردازان حوزه های استراتژی و منابع انسانی پا را فراتر گذاشته اند و مدیریت مؤثر نیروی انسانی را کلید موفقیت سازمانی می دانند. آن ها عقیده دارند که با وجود حرکت سریع سازمان ها به سوی فناوری، نقش انسان به عنوان عامل حیاتی و استراتژیک سازمان، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. از این رو، جلب رضایت کارکنان، علاقه مند کردن بیشتر آن ها به شغل مورد تصدی و در نتیجه، برآورده شدن اهداف سازمانی، در مدیریت استراتژیک انگیزش از اهمیتی خاص برخوردار است.

از این رو، مدیران ارشد سازمان ها برای اینکه مطمئن شود بین نیازهای شرکت و نیازهای کارکنان هم خوانی وجود دارد، باید یک طرح انگیزشی طراحی کند و بر اساس عملکرد مطلوب پاداش بدهد. تحقیقات بر تناسب بین طرح های انگیزشی و

^{۲۶}-Plessis

^{۲۷}-teyrani-soltani

استراتژی سازمان ها تأکید دارند. تحقیقی که روی ۶۰۰ واحد تجاری انجام شده است، نشان می دهد هنگامی که شرکت استراتژی رشد را دنبال می کند، آمیخته پرداخت باید شامل مزایا و دیگر انگیزه های مالی علاوه بر حقوق و مزایای معمول باشد؛ در حالی که وقتی شرکت استراتژی ثبات را دنبال می کند، آمیخته با ترکیب پرداخت باید عکس حالت فوق باشد.

جدول ۱: پیشینه تحقیق

مطالعه	یافته ها
لئو و فان (۲۰۲۰)	در پژوهشی به بررسی تأثیرات رهبری تحولگرا و رضایت شغلی بر تعهد به تغییر سازمانی پرداختند، نتایج تحقیق حاکی از آن بود که رهبری تحول گرا تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی (تعهد عاطفی، تعهد هنجاری، تعهد مستمر) در جهت تغییر سازمانی دارد. رضایت شغلی رابطه مثبت و معناداری با تعهد عاطفی کارکنان و تعهد هنجاری در ارتباط با تغییر سازمانی دارد.
مینتزبرگ ، (۱۹۹۸)	تفکر استراتژیک را فرآیندی می داند که به واسطه آن مدیران با نگرستن از بالا به بحران و فرآیندهای مدیریتی روزانه، دیدگاه متفاوتی از سازمان و محیط متغیر آن کسب می کنند.
جرنستد و کو (۱۹۸۰)	برای مشخص کردن نقش انگیزش در یادگیری، تعدادی از مقیاس های انگیزشی را جمع آوری و پرسشنامه ای را ایجاد کردند. آنها پس از اجرا و تحلیل نتیجه گرفتند که انگیزه افراد با مدت مطالعه آنان رابطه معنی داری داشته است.
جرنستد و کو (۱۹۸۰)	مدت مطالعه با عملکرد افراد در امتحان نیز به طور معنی دار همبسته بود. تحلیل داده ها نشانگر رابطه خطی زیاد بین انگیزش و عملکرد بود.
الدوسری (۲۰۱۲)	تحقیقی را تحت عنوان سنجش تفکر استراتژیک در بین مدیران ستادی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی دانشگاه مصر انجام داد.
بزرگمهر (۱۳۸۱)	عوامل مؤثر بر انگیزه در کارکنان «شرکت سهامی آب منطقه ای سیستان و بلوچستان» را بررسی کرد.
صاری خان (۱۳۷۹)	به بررسی وضعیت مشارکت کارکنان در اداره امور و رابطه آن با رضایت از کار در «بیمارستان شهید مدنی تبریز» پرداخت.
معصومی (۱۳۷۶)	به مطالعه عوامل انگیزشی و تأثیر آن بر بهره وری کارکنان «اداره پست سمنان» پرداخت.
ماسی و کوکی (۲۰۰۰)	رابطه رهبری تحول آفرین با انگیزش پیروان، فرهنگ توانمندسازی و بهره وری سازمانی را بررسی کردند در پژوهش آنان رهبری تحول آفرین، ۳۶ درصد از تغییرات انگیزش کارکنان را تبیین کرد.
ویلی (۱۹۹۷)	پژوهشی باعنوان «آنچه انگیزه های کارکنان را در طی بیش از چهل سال تحت تأثیر قرار داده است» انجام داد.

روش شناسی تحقیق

^{۲۸} Luu and Phan

^{۲۹} Mintzberg

^{۳۰} Jernsted & Chow

^{۳۱} Jernsted & Chow

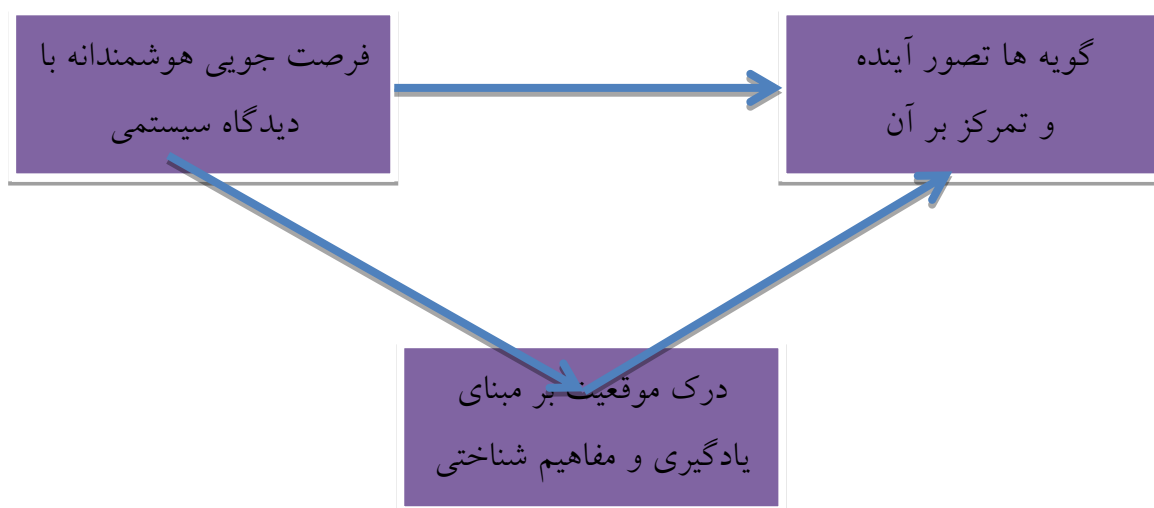
پژوهش حاضر با هدف کاربردی و بر اساس ماهیت و روش توصیفی-همبستگی است، برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی که بصورت پرسشنامه بین ۴۴ نفر پخش شده، استفاده شد. جامعه آماری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب که تعداد ۵۰ نفر میباشند. بنابراین برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران برای جوامع نامعین استفاده شده است. ابزار نمونه گیری پرسشنامه و مطالعات کتابخانه ای می باشد و جمع آوری داده های میدانی در دانشگاه آزاد به دست آمده است. به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از پرسشنامه استاندارد استفاده شده است برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی که بصورت پرسشنامه بین ۴۴ نفر پخش شده، استفاده خواهد شد. که پرسشنامه این تحقیق شامل ۷۹ سؤال می باشد.

جدول ۲: اطلاعات مربوط به پرسشنامه

پرسشنامه	تعداد سوالات
تفکر سازنده	۳۰
تفکر استراتژیک	۳۹
انگیزه پیشرفت	۱۰

شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش که روابط بین متغیرهای مستقل، وابسته و میانجی را نشان می دهد.

شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش



برای تجزیه و تحلیل داده ها تر قسمت آمار توصیفی از نرم افزار SPSS^۳ و در قسمت آمار^۴ استنباطی از آزمون رگرسیون^۳ استفاده گردیده است.

روش های پژوهش در علوم رفتاری را معمولاً با توجه به دو ملاک هدف و روش گردآوری داده ها تقسیم بندی می کنند هدف از انجام پژوهش حاضر ارزیابی اثر تفکر خلاق و انگیزه پیشرفت بر روی تفکر استراتژیک است از نظر هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می شود. براساس روش گردآوری داده ها نیز یک پژوهش توصیفی است. این مطالعه از نظر هدف یک پژوهش کاربردی است که با رویکردی استقرایی انجام شده است. نوع داده های پژوهش کمی بوده و به روش پرسش نامه گردآوری شده است. از منظر روش یک مطالعه پیمایشی از نوع همبستگی است و در دسته مطالعات توصیفی قرار می گیرد. ابزار اصلی گردآوری داده ها نیز پرسشنامه است.

جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان دانشگاه آزاد است که تعداد ۵۰ نفر می باشند بنابراین برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران برای جوامع نامعین استفاده شده است. برای نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی که بصورت پرسشنامه بین ۴۴ نفر پخش شده، استفاده خواهد شد.

ابزار اصلی گردآوری داده های پژوهش، «پرسشنامه» است. یک پرسشنامه در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته است:

۱- پرسشنامه تفکر استراتژیک شامل ۷۹ سوال می باشد

۲- پرسش های تخصصی با طیف لیکرت ۵ درجه تنظیم شده است. پرسش های عمومی شامل چهار پرسش پیرامون ویژگی های فردی (جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه کاری) است. این ابعاد و گویه های سنجش آنها در جدول ۲-۳ آمده است.

جدول سازه های پژوهش و توزیع گویه های آنها

سازه های اصلی	عامل ها	گویه ها	شماره سوالات
پرسشنامه تفکر استراتژیک	تفکر استراتژیک	۴۰	۳۱ تا ۶۹
	تفکر خلاق	۳۰	۱ تا ۳۰
	انگیزه پیشرفت	۹	۷۰ تا ۷۹

جدول کمی سازی پاسخ به پرسشها در طیف لیکرت پنج درجه

^۳-SPSS

^۴-REGRESSION ANALYSIS

گزینه انتخابی	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
امتیاز	۱	۳	۵	۷	۹

روایی به این سوال پاسخ می دهد که ابزار اندازه گیری تا چه حد تخصیص مورد نظر را می سنجد. پایایی با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی را به دست می دهد.

برای بررسی روایی پرسشنامه از روش «روایی محتوایی» استفاده شده است. بدین صورت که پرسشنامه به تعدادی از صاحب نظران و اساتید راهنما و مشاور داده شده و از آنها در مورد سوالات و ارزیابی فرضیه ها نظرخواهی گردید که به اتفاق پرسشنامه را تایید نمودند. همچنین «روایی سازه» مبتنی بر تحلیل عاملی تاییدی نیز صورت گرفته است.^۳

به دلیل اینکه پرسشنامه استاندارد است از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است، ولی همچنان پایایی را با آزمون کرونباخ اندازه گیری می کنیم.

یکی از روش های محاسبه پایایی، «ضریب آلفای کرونباخ» است. چنانچه ضریب آلفای کرونباخ برای یک مقیاس بیش از ۰/۷ محاسبه گردد، پایایی آن مقیاس مطلوب ارزیابی می شود.

آلفای کرونباخ ابعاد و سازه های پژوهش

پرسشنامه	تعداد سوال	ضریب آلفا
انگیزه پیشرفت	۹	۰/۷۵
تفکر خلاق	۳۰	۰/۷۹
تفکر استراتژیک	۴۰	۰/۸۶

^{۳۹}Validity

^{۴۰}Reliability

^{۴۱}Content validity

^{۴۲}Construct validity

ضریب آلفای کرونباخ بابر برای متغیرها به صورت جدول بالا می باشد. بنابراین پائینی پرسشنامه مطلوب ارزیابی گردیده است.

یافته‌ها

روش های آماری مورد استفاده در این پژوهش را می توان به دو دسته روش های آماری استنباطی و روش های آماری توصیفی تقسیم کرد. برای بررسی و توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از روش های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شده است. از روش های آماری استنباطی مورد استفاده نیز می توان به آزمون نرمال بودن، آزمون رگرسیون، اشاره کرد. همچنین تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار آماری SPSS صورت گرفته است.

آزمون نرمال بودن داده ها

پیش از استفاده از آزمون های آماری پژوهش ابتدا باید آزمون نرمال بودن داده انجام شود. زیرا قبل از هر گونه آزمونی که با فرض نرمال بودن داده ها صورت می گیرد باید از نرمال بودن داده ها اطمینان حاصل شود. به عبارت دیگر توزیع داده ها نرمال خواهد بود. در این پژوهش از آزمون چولگی و کشیدگی و آزمون KS برای بررسی نرمال بودن داده ها استفاده شده است.

متغیر	انحراف معیار \pm میانگین	آماره K-S	سطح معناداری
تفکر استراتژیک	$\pm 4,1672$ / $0,53504$	0,085	0,20
انگیزه پیشرفت	$\pm 3,213$ / $0,9801$	0,07	0,200
تفکر خلاق	$5,3015 \pm$ / $0,53748$	0,07	0,200

با توجه به جدول (۲)، تفکر استراتژیک میانگین $4/1672$ با انحراف معیار $0,53504$ ، انگیزه پیشرفت میانگین $3/2136$ با انحراف معیار $0,9801$ و تفکر خلاق با میانگین $5,3015$ با انحراف معیار $0,53748$ می باشد.

همچنین بر اساس نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف توزیع داده ها نرمال است.

نتایج بررسی آزمون

با توجه به این که داده های مابطق آزمون KS نرمال است (مقادیر sig از 0,05 بیشتر است) برای بررسی متغیر ها از آزمون رگرسیون استفاده کرده ایم که نتایج را به صورت زیر مشاهده خواهید کرد.

فرضیه اول: انگیزه پیشرفت بر روی تفکر استراتژیک اثر مثبت و معنا داری دارد.

^۳Skewness

^۴kurtosis

توضیح: با توجه به این که مقدار r^2 درصد تغییرات متغیر وابسته را به مستقل میسجدو هرچه به عدد یک نزدیک باشد اثر مثبتی دارد و با توجه به جدول تجزیه واریانس رگرسیون (anova) چون $\text{sig} < 0.05$ است، می توان گفت که فرضیه ما مورد تایید است.

شاخص	RSQUARE	R	SIG(ANOVA)	T(COEFICENTS)	STD. ERROR
انگیزه پیشرفت	۰.۳۴۷	۰.۵۸۹	۰.۰۰۰	۱.۳۳۶	۰.۸۰۱۵۹

فرضیه دوم: تفکر خلاق بر روی تفکر استراتژیک اثر مثبت و معناداری دارد.

توضیح: با توجه به مقدار r^2 که به صفر بیشتر نزدیک است و همچنین مقدار $\text{sig} > 0.05$ می باشد. می توان گفت که تفکر خلاق تاثیر منفی بر تفکر استراتژیک داشته و فرضیه ما مورد تایید نیست.

شاخص	RSQUARE	R	SIG(ANOVA)	T(COEFICENTS)	STD. ERROR
تفکر خلاق	۰.۰۶۹	۰.۲۶۲	۰.۰۸۶	۶.۶۹۰	۰.۵۲۴۸۱

فرضیه سوم: انگیزه پیشرفت بر روی تفکر خلاق اثر مثبت و معناداری دارد.

توضیح: همان طور که طبق جدول زیر مشاهده میکنید در صد تغییرات انگیزه پیشرفت (متغیر وابسته) نسبت به تفکر خلاق (متغیر مستقل) صفر بوده است (یعنی مقدار $r^2 = 0$ است) و همچنین مقدار $\text{sig} > 0.05$ می باشد. پس فرضیه سوم ماثر منفی دارد و مورد تایید نمی باشد.

شاخص	RSQUARE	R	SIG(ANOVA)	T(COEFICENTS)	STD. ERROR
انگیزه پیشرفت	۰.۰۰۰	۰.۱۵۰	۰.۰۰۹	۲.۰۴۷	۰.۹۹۱۶۶

فرضیه چهارم: تفکر خلاق بر روی تفکر استراتژیک و انگیزه پیشرفت اثر مثبت و معناداری دارد.

برای بررسی نقش متغیر میانجی یعنی همان تفکر خلاق بر روی دو متغیر مستقل و وابسته که همان تفکر استراتژیک و انگیزه پیشرفت است از آزمون سوبل استفاده کرده ایم (آزمون سوبل رویکرد در قبول یا رد فرضیات مربوط به نقش میانجی

یک متغیر می باشد که این مقدار باید بالاتر ۱,۹۶ باشد. (توضیح : با توجه به این که $Ta=6.90$ و $Tb=2.047$ است مقدار سوئل تست ما برابر ۱,۹۵۷۴ است و چون این مقدار به عدد ۱,۹۶ بسیار نزدیک است می توان گفت تفکر خلاق بر روی انگیزه پیشرفت و تفکر استراتژیک اثر میانجیگری دارد و فرضیه ما مورد قبول است.

نتیجه گیری

در این تحقیق با هدف شناسایی تاثیر تفکر استراتژیک بر انگیزه پیشرفت به بررسی متغیرهای موثر بر آن پرداخته شد. روش های آماری در این پژوهش را دو دسته روش های آماری استنباطی و روش های آماری توصیفی تشکیل می دهند. برای بررسی و توصیف ویژگی های عمومی پاسخ دهندگان از روش های آمار توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی و میانگین استفاده شد. همچنین نتایج را بر اساس آزمون کلموگروف- اسمیرنوف بررسی نمودیم و توزیع داده ها نرمال است.^۴

در جدول ۳-۳ ضریب ابعاد و سازه های پژوهش آلفای کرونباخ برای متغیرها را نشان می دهد که با توجه به ضریب آلفای پرسشنامه، پابائی پرسشنامه مطلوب ارزیابی گردیده است.

بعد از یافتن نتایج بدست آمده از آزمون KS که نرمال بودن آن را نشان می دهد، بررسی متغیرها را با آزمون رگرسیون نیز محاسبه کردیم. چهار فرضیه استفاده شده در این آزمون عبارت بودند از ۱- انگیزه پیشرفت بر روی تفکر استراتژیک اثر مثبت و معنا داری دارد. ۲- تفکر خلاق بر روی تفکر استراتژیک اثر مثبت و معنا داری دارد. ۳- انگیزه پیشرفت بر روی تفکر خلاق اثر مثبت و معنا داری دارد. ۴- تفکر خلاق بر روی تفکر استراتژیک و انگیزه پیشرفت اثر مثبت و معنا داری دارد. که در فرضیه اول مورد تایید است، در فرضیه دوم و سوم مورد تایید نیست و در فرضیه چهارم مورد تایید قرار گرفت.

با توجه به مدل ارائه شده در این تحقیق تفکر استراتژیک شامل ابعاد فردی، سازمانی، سیستمی و شهودی می باشد. هریک از این ابعاد توسط زیر متغیر هایی تعیین شده اند. بسیاری از این متغیرها در تحقیقات پراکنده به عنوان عناصر تفکر استراتژیک معرفی شده اند.

در نهایت و بر حسب نتایج بدست آمده پیشنهاد می شود، مدیران در دانشگاه باید به تغییر و تحولات فضای تحصیلی و فرصت های حاصل از آن توجه داشته و در مواقع لازم ابتکار را به دست گرفته و اهداف استراتژیک در جهت رشد و ارتقای علم را پیش ببرند و از ایده های خلاق دانشجویان استقبال کنند و تلاش برای ایجاد تغییر در نگرش دانشجو نسبت به محیط کار و تحصیل و ثبات در آن و افزایش ریسک پذیری و پذیرش در مقابل شکست و افزایش انگیزه پیشرفت در افراد کنند.

این خود دلیلی می شود که تفکرات نو و خلاقانه در افراد بوجود آید و دسترسی به اهداف نهایی حاصل شود. ایجاد آزمون هایی که بر جوانب تفکر استراتژیک اشاره دارند به تاثیر هر چه بیشتر آن میافزاید. برای مثال، آزمون های خلاقیت یا تفکر منسحب. تناسب افراد با مشاغل : شواهد فراوانی وجود دارند که نشان می دهند، فواید مربوط به انگیزش، از انتخاب به جا و

^۴Kolmogorov-Smirnov

دقیق افراد برای کارها حاصل می شوند. که این عمر با تلاش دانشجو برای یافتن شغلی مرتبط در بستری مناسب محقق میشود. آموزش و ایجاد توانایی تفکر استراتژیک بلندمدت: آموزش می تواند توانایی تفکر استراتژیک در دانشجویان را افزایش دهد. تفکر اصلی یادگیری است که دانشگاه باید منابع انسانی خود را طوری توسعه بدهد که سازگاری با تغییرات در محیط خود را فراهم کند و بالندگی و غنی سازی ظرفیت خلاق در دانشجویان را هدف قرار می دهد.

منابع :

- اصغریور، محمدجواد (۱۳۸۷)، تصمیم گیری های چند معیاره، تهران، موسسه انتشارات دانشگاه تهران. چاپ ششم.
- خداپناهی، محمدکریم (۱۳۸۶)، انگیزه و هیجان. تهران، انتشارات سمت.
- سلطانی، مسعود (۱۳۹۴)، تفکر استراتژیک: راه حل های حرفه ای برای چالش های روزانه، انتشارات آریانا قلم، چاپ چهارم.
- صاری خان، محمود (۱۳۷۹)، «بررسی میزان مشارکت کارکنان در اداره امور و رابطه آن با رضایت از کار در بیمارستان شهید مدنی تبریز»، فصلنامه بیمارستان، شماره ۵
- علیزاده مجد، امیررضا؛ سقازاده، نرگس؛ داودی، عارفه (۱۳۹۹). مطالعه تاثیر فرهنگ سازمانی کارآفرینانه بر ظرفیت یادگیری سازمانی در صنایع لاستیک کشور (مورد مطالعه: آرتاویل تایر). صنعت لاستیک ایران، ۲۵ (۹۹)، ۷۱-۵۵.
- محقق، نادر؛ سرحدی، علیرضا؛ علیزاده مجد، امیررضا (۱۳۹۶). بازاریابی محصولات فرهنگی مبتنی بر رسانه اجتماعی، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، سال ۶، شماره ۲۵، ص ۴۵-۲۷.
- مختاری پور، مرضیه و سیادت، سید علی (۱۳۸۴). مدیریت با هوش هیجانی، نشریه تدبیر (۱۶۵)، ۲۴-۲۰
- مظاهر، لیلی. محمدی، شراره. اکرادی، احسان. پروین، احسان. فاضلی، حسن، (۱۳۹۶)، بررسی رابطه بین سبکهای تصمیم گیری مدیران با میزان خلاقیت و مدیریت مشارکتی در مدارس راهنمایی. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، (۶۴)، ۱۷۱-۱۹۶.
- موسوی، زهراسادات؛ علیرضایی، ابوتراب؛ شاهمنصوری، اشرف؛ علیزاده مجد، امیررضا (۱۴۰۰). شناسایی عوامل موثر بر توسعه کسب و کارهای زنجیره ای روستایی (مطالعه موردی: روستاهای منتخب شهرستان کاشان)، مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه های انسانی، دوره ۱۶، شماره ۳.
- Abraham, Stan (2005), «Stretching strategic thinking», Strategy & Leadership, Vol. 33 No. 5 , pp. 5-12.
- Alatailat, M., Elrehail, H., & Emeagwali, O. L. (2019). High performance work practices, organizational performance and strategic thinking: A moderation perspective. International Journal of Organizational Analysis, 27(3), 370-3۹۵
- Balouei Jamkhaneh, H., Shahin, A., Parkouhi, S.V. and Shahin, R. (2022), "The new concept of quality in the digital era: a human resource empowerment perspective",

The TQM Journal, Vol. 34 No. 1, pp. 125-144. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2021-0030>

- Balouei Jamkhaneh, H., Shahin, R., and Chiara Leva, M. (2021), " A new framework for optimisation and effectiveness of service operations approaches to reduce human errors in healthcare", International Journal of Human Factors and Ergonomics 1(1):1 DOI:10.1504/IJHFE.2021.10036737
- Bhardwaj, A., Mishra, S., & Jain, T. K. (2021). Analysis of strategic leadership for organizational transformation and employee engagement. Materials Today: Proceedings, 37, 161-165.
- Bonn, I. (2001), « Developing strategic thinking as a core competency», Management Decision, Vol. 39 No.9, pp.63-70.
- Chin, T., & Liu, R. H. (2017). Critical management issues in China's socio-economic transformation: multiple scientific perspectives to strategy and innovation. Chinese Management Studies, 11(1), 12-18.
- Chin, T., Rowley, C., Redding, G., & Wang, S. (2018). Chinese strategic thinking on competitive conflict: insights from Yin-Yang harmony cognition. International Journal of Conflict Management, 29(5), 683-704
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., and Ng, K. Y. (2001), "Justice at the Millennium: A MetaAnalytic Review of 25 Years of Organizational Justice Research", Journal of Applied Psychology, 86, 425-445.
- Davari, Ali; Alizadeh Majd, Amirreza (2016). The Relationship Knowledge Management and Organizational Entrepreneurship in Iranian Publishing Industry (Case Study: Automobiles Publications in Iran), Research Journal of Management Reviews. Vol., 2 (3), 158-163.
- Elliot, A. J. (1997). Integrating the classic and contemporary approaches to achievement motivation: A hierarchical model of approach and avoidance achievement goals. Educational Psychologist, 34, 169-189.
- Farid Fathi, A., Rezaei, Z., Haghighat, M., & Bahmanzadeh, M. (2018). The mediating role of the legal environment in the impact of strategic intelligence for organizational change in sports organizations. Organizational Behavior Management Studies in Sport, 5(32), 117-125
- Goldsmith, Arthur. a. (1996), « Strategic Thinking in International Development: Using Management Tools to See the Big Picture», World Development, Vol. 24, No. 9, pp. 1431-1439.
- Howard, Esme F. (1989), «Strategic Thinking in Insurance», Long Range Planning, Vol. 22 No. 3, pp. 76 – 79.
- Jernsted, G. Ch., and Chow, W. K., (1980). Lectures and textual materials & sources of Information for learning, Psychological reports, Vol. 46, pp. 1397-1399.

- Kaufman, R. (1991), «Strategic Planning Plus: An Organizational Guide», Scott Foresman, Glenview.
- Kettunen, P., Heino, H., Rasinkangas, J., & Jauhiainen, J. S. (2020). Addressing Local Sustainability: Strategic Thinking in the Making. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 24(2), 21-41.
- Luu, D. T., & Phan, H. V. (2020). The Effects of Transformational Leadership and Job Satisfaction on Commitment to Organisational Change: A Three-Component Model Extension Approach. *The South East Asian Journal of Management*, 14(1), 106-123.
- McCauley, C., & Wakefield, M. (2006). Talent management in the 21st century: Help our company find, develop, and keep its strongest workers. *The Journal for Quality and Participation*, 29(4), 4.
- McLean, G., & Osman-Gani, A. (2014). National Human Resource Development.
- Pinnington, A. H. (2017). The war for talent: human capital challenges for professional service firms. *Asia Pacific Business Review*, 23(2), 205-229.
- Stacey, R. (1996). *Strategic Management and Organizational Dynamics*. 2nd Ed, London: Pitman .
- Tucher-Ladd, C. E. (۲۰۰۰). □□□□□□□□□□, □□□□-Help. [Http://mental_help.net/psyhelp/chap4/chap4k.htm](http://mental_help.net/psyhelp/chap4/chap4k.htm).
- Zeemering, E. S. (2018). Sustainability management, strategy and reform in local government. *Public Management Review*, 20(1), 136-153.