



بررسی رابطه بین ابعاد تفکر استراتژیک مدیران و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی

محمود قربانی

دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول)
drm_ghorbani2020@yahoo.com

محمدرضا قاسم زاده

کارشناسی ارشد مدیریت، گروه مدیریت، واحد کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۴/۱۱/۷

تاریخ دریافت: ۹۴/۸/۵

چکیده

تحقیق حاضر با هدف شناسایی رابطه بین ابعاد تفکر استراتژیک مدیران و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی انجام گردید، جامعه‌ی آماری در این پژوهش شامل ۲۴۵ نفر از مدیران و کارمندان فرودگاه‌های استان خراسان رضوی است که منظور تعیین تعداد نمونه آماری از جدول کرجسی و مورگان استفاده و در نتیجه تعداد نمونه ۱۴۶ نفر و نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب گردید.

برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه‌های تعیین ابعاد تفکر استراتژیک مدیران (مدل جین لیدکا) و پرسشنامه‌ی میزان آمادگی برای تحول سازمانی جان گاتر و پیتر دراگر، استفاده گردید. بر اساس نتایج حاصل از اجرای آزمون همبستگی پیرسون، می‌توان گفت: بین بعد تفکرسیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت وجود دارد و پیشنهاد می‌شود مدلی برای پیاده‌سازی ابعاد تفکر استراتژیک در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی تهیه و تدوین شود و عملکرد آنها بر این اساس مورد ارزیابی قرار بگیرد تا تحول سازمانی در راستای بهبود عملکرد قابل مشاهده و اندازه‌گیری باشد.

واژه‌های کلیدی: تفکر استراتژیک، عزم استراتژیک، تفکر سیستمی، تحول سازمانی.

۱- مقدمه

تغییر و تحول در سازمان یکی از مسائل عمده‌ای است که بر کارکنان و نقش‌ها تاثیر داشته و فکر آنها را مشغول می‌کند و در برابر آن واکنش‌هایی را با توجه به فکر و نگرش خود نسبت به تغییر نشان می‌دهند و این رابطه، رابطه‌ای دو طرفه می‌باشد. سازمان‌ها در زمان کنونی به صورت فرایندهای محیطی پویا، با تغییر روبرو هستند و مجبور شده‌اند خود را با عوامل محیطی سازگار کنند. آنچه که شرکت‌های هزاره سوم را از گذشته متفاوت خواهد کرد این است که چگونه مدیران، مسئولیت‌های رهبری تحول‌گرا را انجام می‌دهند. سازمان‌های موفق در جهان امروز سازمان‌هایی هستند که تغییر و تحول را در چهارچوب تشکیلاتی خود بگنجانند. برکسی پوشیده نیست که بنیان هر سازمان بر پایه برآورده سازی نیازها است و از آنجایی که نیاز انسان‌ها دائم در حال تغییر و یا میل به سمت نیاز جدید است، بنابراین لزوم تحول در سازمان‌ها همواره دیده می‌شود و احساس نیاز به مدیریت بر روی این تحولات بیش از پیش خود را نشان می‌دهد (میرمحمدی، ۱۳۸۹).

تفکر در مورد آینده و خلق آینده‌های متعدد باید حاوی بینش‌هایی باشد که جهان بینی و ساختار ذهنی ما را به چالش بکشد در غیر اینصورت در همان ساختار ذهنی قدیمی محبوس خواهیم ماند و باید با پیامدهای ناگوار آن روبرو شویم. انسان‌هایی که از هوش استراتژیک بهره‌مندند به صورت طبیعی و همیشگی در جستجوی الگوهای نو ظهور و پایش آنها هستند چرا که معتقدند تمام گل‌هایی که در آینده خواهند رویید در دل تخم‌های امروزه نهفته‌اند (لشکر بلوکی، ۸۴، ۱۳۹۲). نکته مهم در اینجا این است که در سازمان پویا چگونه این تحولات حاصل می‌شود؟ بدیهی است که تحولات پایدار نیستند و برای رسیدن به یک سازمان متحول باید از تفکر استراتژیک استفاده نمود (آقاجانیان و همکاران، ۱۳۹۰). از لحاظ مفهومی مدیریت استراتژیک با تحول در تئوری‌های مدیریت همگامی دارد (گل محمدی و همکاران، ۱۳۹۲ الف: ۱۰۶). مکاتب کلاسیک رفتاری و کمی مدیریت بر جنبه‌هایی از سازمان و عملکرد آن تأکید می‌کردند که توسط مدیریت قابل کنترل بود.

مسایلی از قبیل برنامه ریزی تولید، رفتار زیردستان، بهبود محیط کار، نقش گروه‌های غیررسمی در بازدهی کار، مدل‌های کمی تصمیم‌گیری و غیره. لیکن هرگز فضای سیاسی جامعه، احساس افراد و نهادهای خارج از سازمان، مسأله اصلی آنها نبود. چرا که محیط از ثباتی نسبی برخوردار بود و چنین نیازی هم احساس نمی‌شد (استیسی، ۱۳۸۹). به تدریج با رشد مستمر اقتصادی، اوضاع قابل اطمینان محیطی از میان رفت و تغییرات و حوادث شتابنده‌ای در جهان اتفاق افتاد. لذا تغییرات و دگرگونی‌های سریع و پیچیده جامعه و تأثیر آن بر رشد و توسعه شرکت‌ها موجب شد که مدیران توجه خود را به محیط سازمان معطوف گردانند و مفاهیمی مانند سیستم، اقتصاد، برنامه ریزی بلند مدت و مهم‌تر از همه فرایند تفکر استراتژیک مورد توجه صاحب نظران مدیریت قرار گیرد. این مفاهیم و نظریات پاسخ علم مدیریت به دگرگونی و تغییرات وسیع اقتصادی و اجتماعی بود (گل محمدی و همکاران، ۱۳۹۲ الف: ۱۰۶).

در این مسیر یکی از لوازم اصلی، داشتن مدیران حائزاست که بتوانند با نوع نگرش و بصیرت مدیریتی خود واقعیت‌های بازار و قواعد آن را به درستی شناخته و ویژگی‌های جدید بازار هدف را زودتر از دیگران کشف کنند و سازمان را قادر سازد که موقعیت واکنشی خود را به وضعی کنشی و آینده ساز تبدیل کند (بهرامی و طاهری، ۱۳۹۱: ۲)

امروزه تفکر استراتژیک به عنوان یک عنصر بسیار مهم و ارزشمند در مدیریت‌های کلان در سازمان‌ها و سیستم‌های کسب و کار مطرح می‌باشد. از دیدگاه کلی تفکر استراتژیک یک بصیرت و فهم از وضعیت موجود و بهره‌برداری از فرصت‌ها است. مدیرانی که مجهز به قابلیت تفکر استراتژیک هستند قادرند سایر کارکنان را به یافتن راهکارهای خلاقانه برای موفقیت سازمان ترغیب کنند. در تفکر استراتژیک مهم است که نگاه شما بلند مدت باشد، یعنی آنچه که می‌خواهید در آینده برایتان رخ دهد را از اکنون تعیین کرده باشید، این موضوع می‌طلبد که همواره رو به جلو نگاه کرده و برای خود اهدافی معین کنید. تفکر استراتژیک، مهارت یا فضیلت ذهنی و معماری استراتژیک یک سازمان است. (لشکر

پیرامون خود باشند. زمانی نه چندان دور مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک برای سازمان‌ها پدیده تازه‌ای محسوب می‌شد و شرکت در سمینارها و دوره‌های آموزشی مربوطه با دید افزایش دانش و آگاهی انجام می‌گردید، ولی در حال حاضر سازمان‌ها مجبورند برنامه ریزی استراتژیک را سرلوحه کار خود قرار دهند و از طرف دیگر جهت اجرای آن فرآیندهای مدیریت استراتژیک را جایگزین شیوه‌ی قبلی و معمولی مدیریت نمایند تا بهتر بتوانند سازمان را از درون و برون پویا و سرپا نگه دارند (امینی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۹۱). برنامه ریزی استراتژیک و حتی پیاده نمودن آن کار زیاد دشواری نیست. آنچه در این راستا مشکل به نظر می‌رسد دوام و پایداری برنامه ریزی و مدیریت استراتژیک در سازمان است. تفکر استراتژیک مدیران و کارکنان سازمان تضمین کننده این دوام است (سلطانی، ۱۳۹۱)؛ تفکر استراتژیک به عنوان پشتوانه قوی برای اجرا و دوام برنامه‌های استراتژیک سازمان‌ها محسوب می‌شود.

در هر حال استراتژیک «پیش بینی» آینده نیست. تفکر استراتژیک تشخیص به موقع خصوصیات میدان رقابت و دیدن فرصت‌هایی است که رقیب نسبت به آن غافل هستند (غفاریان وفا و علی احمدی، ۱۳۸۱: ۲۸). جف بزوس^۲ بنیانگذار شرکت آمازون^۳ هنگامی که در سال ۱۹۹۵ قابلیت فروش کتاب بر روی شبکه اینترنت را کشف و آن را تبدیل به یک کسب و کار کرد، تشخیص داد که توزیع کتاب بر روی شبکه اینترنت نه تنها هزینه‌ها را کاهش می‌دهد بلکه قابلیت‌هایی برای مشتری می‌آفریند که به هیچ وجه با نظام توزیع سنتی قابل تامین نیست (خلق ارزش برای مشتری)، (میچل^۴، ۲۰۰۱: ۲).

تفکر استراتژیک از طریق تشخیص و تقویت فعالیت‌هایی که ارزش‌های منحصر به فردی برای مشتری ایجاد می‌کند، مزیت رقابتی می‌آفریند. این کار از طریق فهم قواعد بازار و پاسخگویی خلاقانه به آن انجام می‌شود. و این امر در محیط ناپایدار و متحول کسب و کار، یک رویکرد بی نظیر است (ایچی اومی، ترجمه داوود مسگریان، ۱۳۸۸: ۲۹). تفکر استراتژیک در قالب قواعد «ساده و عمیق» ظاهر می‌شود. این قواعد مدل ذهنی خاصی را ایجاد کرده و مبنای تصمیم‌گیری‌های روزانه تا

بلوکی (۱۳۹۲، ۱۴) تفکر استراتژیک از طریق تشخیص و تقویت فعالیت‌هایی که ارزش‌های منحصر به فردی برای مشتری ایجاد می‌کنند، مزیت رقابتی می‌آفریند. این کار از طریق فهم قواعد بازار و پاسخگویی خلاقانه به آن انجام می‌شود. و این امر در محیط ناپایدار و متحول کسب و کار، یک رویکرد بی‌نظیر است. تفکر استراتژیک در قالب قواعد ساده و عمیق ظاهر می‌شود (حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۸۷). این قواعد مدل ذهنی خاصی را ایجاد کرده و مبنای تصمیم‌گیری‌های روزانه تا جهت‌گیری کلی سازمان خواهد بود. تفکر استراتژیک برای سازمان و ذینفعان آن انگیزه و تعهد ایجاد می‌کند. این انگیزه و تعهد از طریق قدرتی به وجود می‌آید که در حقیقت ساده و درعین حال جذاب است. هنری مینتزربرگ تفکر استراتژیک را یک نمای یکپارچه از کسب و کار در ذهن می‌داند (حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۸۷). تفکر استراتژیک به معنای درک و تحلیل موقعیت بیرونی و درونی سازمان و ترکیب بهینه بین آنها منجر به تدوین استراتژی‌های مناسب می‌شود. از طریق تفکر استراتژیک بهتر می‌توان از فرصت‌های محیطی جهت کسب مزیت رقابتی استفاده و تهدیدات محیطی را تبدیل به فرصت نمود (کاسی و گلدمن^۱، ۲۰۱۰: ۱۷۲). درک و حمایت از استراتژی‌های سازمانی با تفکر استراتژیک معنی و مفهوم پیدا می‌نماید و سازمان را از خطرات احتمالی مصون می‌دارد (گلدمن و کاسی، ۲۰۱۰: ۱۲۶). مدیران بایستی با آگاهی از میزان تفکر استراتژیک و تقویت آن روحیه کار گروهی و هم‌افزایی، آینده‌نگری و درون‌نگری و آینده‌آفرینی، کل‌گرایی و فلسفی فکر کردن، خلاقیت و کارآفرینی، برتری طلبی و رقابت جویی سالم و مطلوب را در خود تقویت و سازمان را به سازمان متحول و استراتژیک تبدیل نمایند؛ به طوری که تفکر استراتژیک جزء باورهای مشترک درآمده و به صورت فرهنگ سازمانی نهادی شود تا سازمان‌ها بتوانند در دنیای پر رقابت فعلی از طریق راهبردی فکر کردن به تحولات پاسخ مناسبی داده و آینده‌های دور سازمان را به تصویر کشیده و پویا بمانند (رضایی راد و همکاران، ۱۳۹۰: ۵).

سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند با روش‌های معمولی مدیریت و برنامه ریزی پاسخ‌گوی تحولات و تغییرات

شهود و خلاقیت پیشنیاز آن هستند را معرفی می کند. (مسگریان، ۱۳۹۱)

بی‌یونگ و همکاران (۲۰۱۳)، در مطالعه خود با عنوان سوابق و نتایج تفکر استراتژیک، با بررسی عوامل موثر بر تفکر استراتژیک در سطح سازمانی در زمینه‌های گوناگون مدیریت از جمله استراتژی بازاریابی، مدیریت استراتژیک و مدیریت منابع انسانی نشان دادند که نتیجه آشفته‌گی بازار و تلاطم فن آوری، ترویج تفکر استراتژیک در سطح سازمانی است و یک رابطه مثبت بین تفکر استراتژیک و عملکرد بازاریابی وجود دارد (بی‌یونگ، ۲۰۱۳) پورصادق و یزدانی (۱۳۹۰)، تأثیر قابلیت تفکر استراتژیک مدیران ارشد بر موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط استان آذربایجان شرقی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که قابلیت تفکر استراتژیک مدیران ارشد بر موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط با تحول سازمانی تأثیر بسزایی دارد هر چند که در عمل چندان از آن بهره نمی‌گیرند. محمدتقی امینی و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی را با عنوان سنجش تفکر سیستمی در بین مدیران ارشد ستادی در دانشگاه علوم پزشکی تهران، با هدف تعیین میزان پایبندی مدیران ارشد ستادی این دانشگاه نسبت به تفکر سیستمی براساس مدل فردریک گلدمن انجام دادند. یافته‌های بدست آمده مشخص کرد وضعیت عامل تفکر سیستمی در میان اکثریت مدیران ستادی دانشگاه در حد مطلوب قرار دارد و ارتقاء بیشتر و تقویت این نوع تفکر در بین مدیران ستادی دانشگاه بویژه در ارتباط با دیدگاه تحول سازمانی پیشنهاد می‌شود. رضایی-راد، پور و خریدار (۱۳۹۰: ۱۲)، با عنوان مدیریت تحول و نوآوری‌های سازمانی در شرایط عدم قطعیت بر شاخص-های رفتاری نتایج تحقیق توجه به فرآیندهای تحول و نوآوری سازمانی بر پیامدهای رفتاری را یادآور می‌شود.

کفچه و رحمانسرشت (۱۳۸۷) مدلی را برای تفکر راهبردی ارائه دادند که آن را بتوان در سطح سازمان عرضه کرده و آزمایش نمود. این مدل، بیانگر مشارکت افراد گوناگون در سطوح سازمانی در فرایند تفکر راهبردی و عوامل گوناگون اثرگذار بر این سطح از مشارکت است. مانو^۷ با همکاری اریون^۸ در سال ۲۰۰۴ انجام دادند، مطالعات متمرکزی برای تعیین ویژگی‌های

جهت گیری کلی سازمان خواهد بود. تفکر استراتژیک برای سازمان و ذینفعان آن انگیزه و تعهد ایجاد می‌کند. این انگیزه و تعهد از طریق قدرتی به وجود می‌آید که در «حقیقت» ساده و درعین حال جذاب است. به قول آنتونی سن اکسوپری^۵ اگر می‌خواهید کشتی بسازید لازم نیست مردم را فراخوانید و برای هرکس وظیفه‌ای مشخص سازید، بلکه کافی است به آنان عظمت بی‌پایان دریا را نشان دهید (ایچی اومی، ترجمه داوود مسگریان، ۱۳۸۸: ۲۹). هنری مینتزبرگ تفکر استراتژیک را یک نمای یکپارچه از کسب و کار در ذهن می‌داند (نقل از غفاریان وفا و کیانی، ۱۳۸۰: ۱۵۷). گری هامل آن را معماری هنرمندانه استراتژی بر مبنای خلاقیت و فهم کسب و کار توصیف می‌کند (نقل از غفاریان وفا و کیانی، ۱۳۸۰: ۱۵۷). رالف استیسی^۶ آن را طرح‌ریزی بر مبنای یادگیری می‌شناسد (استیسی، ۱۹۹۳ ترجمه جعفری و کاظمی موحد، ۱۳۸۴). لذا، مشخص می‌شود که هر یک از این تعابیر نمایی از این رویکرد را ارائه می‌کنند، بدون آنکه هیچ یک مدعی بیان تمامی این رویکرد باشند.

الگوها علی‌رغم تفاوت در زاویه نگرشی به مسأله استراتژی و تفکر استراتژیک همه بر یادگیری به عنوان روش موثر توسعه فهم و بصیرت نسبت به مشتری و بازار تأکید دارند. ویلیامسون در الگوی خود ایجاد فرآیندی برای توسعه دانش نسبت به مشتریان و بازارهای بالقوه را توصیه کرده است (غفاریان، کیانی، ۱۳۹۲: ۹۱).

در پژوهشی با عنوان تفکر استراتژیک، کارکردها و چالش‌ها، دریافت که تفکر استراتژیک مدیر را قادر می‌سازد تا بفهمد چه عواملی در دستیابی به اهداف مورد نظر موثر است و چگونه این عوامل موثر برای مشتری ارزش می‌آفریند؟ تفکر استراتژیک رامی‌توان به نوعی قدرت درونی و ذهنی درمدیر تعبیر نمود که با بهره‌گیری از آن ضمن در نظر داشتن شرایط محیط و تحولات محیط ناپایدار جهانی اقدام به اخذ تصمیم و برنامه‌ریزی نموده و استراتژی‌های سازمان خود را در محیط کسب و کار ناپایدار و متحول امروز طراحی می‌نماید. در مطالعه دیگری مینتزبرگ تفکر راهبردی را به عنوان تفکری که سایر انواع تفکر مخصوصاً تفکر جانبی و تفکر استقرائی،

حداکثری بین فرهنگ سازمانی و فرآیند یادگیری و اجرای تفکر استراتژیک کمک می‌کنند. گلدمن، کاهیل و فیلو^{۱۱} (۲۰۰۹) گزارش کردند تعداد هشت تجربه شغلی شامل پروژه‌ها، فرآیندها و ارتباطات سازمانی می‌توانند به ایجاد تفکر استراتژیک در مدیران کمک کنند. علاوه بر این، آنها توانستند ویژگی‌های خاص مربوط به هر یک از تجربیات شغلی را مشخص کنند. این نوع ویژگی‌ها دلالت بر این دارند که عامل زمان به صورت قابل توجهی جهت توسعه توانمندی تفکر بصورت استراتژیک نقش دارد. مدیران می‌توانند چندین استراتژی را به منظور ارتقا توانایی خود در بکارگیری تفکر استراتژیک به اجرا درآورند که از آن جمله می‌توان به پیوستگی تجربیات شخصی به برنامه‌های توسعه و ویژگی‌های خاص شغلی و ارتقا برنامه‌های آموزشی نام برد.

دانگ^{۱۲}، ژانگ‌فنگ و دانگتو (۲۰۱۱) بیان می‌دارند، پیچیدگی محیط تجارت امروز، سازمان‌ها را وادار کرده تا توانایی‌های خود را در پاسخ گویی به تغییرات محیطی افزایش دهند. از طرفی دگرگونی‌های اجتماعی، فناوری-های پرشتاب چالش‌زا و تکوین رسالت‌های جدید در سازمان‌ها، ضرورت انعطاف‌پذیری و آمادگی برای روبرویی با شرایط جدید را امری اجتناب‌ناپذیر ساخته است. بنابراین در عصر حاضر برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود، که رسیدن به این مهم نیازمند تفکر در زمان است مناسب است.

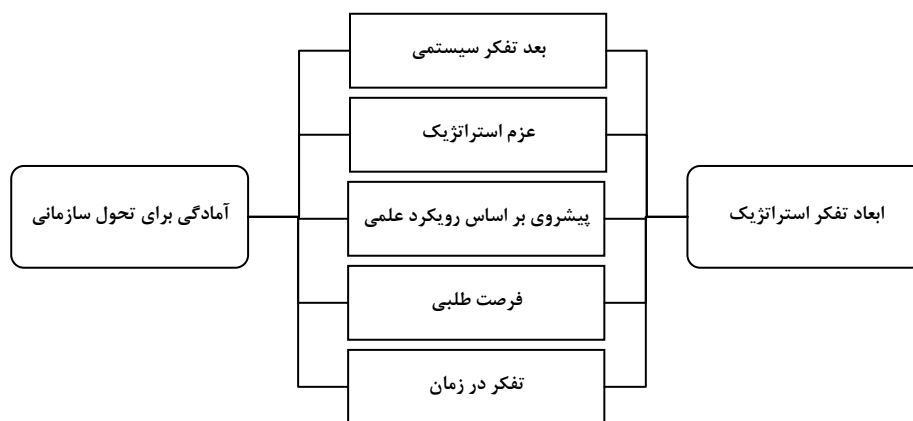
الگوی مفهومی تحقیق

با توجه به آنچه بیان گردید، برای تفکر استراتژیک الگوهای متعددی پیشنهاد شده است. هر یک از این الگوها به ابعادی از مفاهیم و فرآیند شکل‌گیری تفکر استراتژیک پرداخته‌اند. در این تحقیق از الگوی عناصر تفکر استراتژیک لیدکا (۱۹۸۸) در سنجش تفکر استراتژیک مدیران و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه-های استان خراسان رضوی استفاده شده است. همچنین، میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از طریق مدل تلفیقی جان گاتر و پیتر دراگر (۱۹۹۶)، مورد ارزیابی قرار گرفت.

یک گروهی از متفکر استراتژیک انجام شد. این گروه شامل مدیران ارشد خلبان است که بر اساس توسعه نتایج و تجزیه و تحلیل داده‌ها صفات اصلی یک متفکر استراتژیک شامل شش صفت مرکب جدا شده یک متفکر یعنی ۱. رهبر خوب ۲. تجسم طولانی مدت سناریوهای آینده ۳. شکل گسترده استراتژی و اجازه دادن به جزئیات به ظاهر باهم ۴. دنبال کردن نشانه‌های زیست محیطی برای توسعه آنچه باشد ۵. شناسایی الگوها براساس تفکر شهودی ۶. بازنویسی قوانین بازی است که مهم‌ترین عامل حاصل از تجزیه و تحلیل عوامل مرتبط رهبری می‌باشد.

به نظر کاسی و گلدمن^۹ (۲۰۱۳) مدل تفکر استراتژیک بیان‌کننده فرآیند یادگیری بصورت پویا، تعاملی و تجربی است و دربرگیرنده عوامل فردی، تجربیات کاری و عوامل سازمانی است که با کمک و مشارکت دانش و عمل به آن باعث می‌شود تا مدیران توانایی تفکر بصورت استراتژیک را بدست آورند. آبه‌گاه^{۱۰} (۲۰۰۸) در پژوهش خود که بر روی مدیران یکی از کارخانه‌های صنعتی کشور انجام داد، گزارش کرد که مدیران این واحد صنعتی از تفکر استراتژیک به ویژه بعد تفکر در زمان جهت تحول سازمانی در حد مطلوب استفاده می‌کنند.

گلدمن (۲۰۱۲) در آخرین پژوهش خود فراوانی آن دسته از فعالیت‌های رهبری سازمانی که می‌تواند فرهنگ تفکر استراتژیک را در سازمان‌ها تقویت کند، ارائه کرد. در بحث‌های انجام شده با تعداد ۴۰۰ مدیر اجرایی سازمان-های مراقبت سلامت در کشور آمریکا مشخص شد آن دسته از مدیران اجرایی که از فعالیت‌های رهبری بیشتر استفاده می‌کردند، برنامه‌های درازمدت، سرمایه‌گذاری در توسعه منابع انسانی و یادگیری شغلی در حیطه مسئولیت خود را به منظور دستیابی به توانمندی در تفکر استراتژیک، در سرلوحه کار خود قرار داده بودند. گلدمن به این نتیجه رسید که فرهنگ سازمانی بر روی تفکر استراتژیک مدیران تأثیرگذار است. گلدمن و کیسی (۲۰۱۰) بر اساس مطالعات خود اعلام کردند تجربیات خاص شغلی و فرهنگ سازمانی می‌تواند به توسعه توانمندی مدیران در بکارگیری تفکر استراتژیک کمک کند. لذا رهبران بعنوان سازنده فرهنگ سازمانی به رابطه



الگوی مفهومی

اساتید مدیریت و تعدادی از مدیران و کارشناسان استفاده شده است و روایی آن مورد تأیید قرار گرفته است.

پایایی^{۱۴} پرسشنامه

در تحقیق حاضر مقدار ضریب آلفا کرونباخ گزارش شده توسط جان گاتر و پیتر دراگر (۱۹۹۶)، برای پرسشنامه میزان آمادگی برای تحول سازمانی معادل ۰/۸۸۱ می‌باشد که از اعتماد مناسبی برخوردار است. همچنین، مقدار ضریب آلفا کرونباخ پرسشنامه تعیین ابعاد تفکر استراتژیک مدیران ۰/۸۷۳ به دست آمد.

نتایج یافته های تحقیق

فرضیه اصلی

بین تفکر استراتژیک مدیران و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه وجود دارد.

به منظور آزمون فرضیه فوق، با توجه به فاصله‌ای بودن نوع متغیرها و نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای تفکر استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از آزمون آماری همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۱۱ ارائه شده است.

روش تحقیق

این تحقیق، در حوزه تحقیقات کاربردی است و از نوع پژوهش‌های غیر علی، توصیفی - تحلیلی و از نوع زمینه یابی می‌باشد.

جامعه آماری

جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه مدیران و کارمندان فرودگاه‌های استان خراسان رضوی که ۲۴۵ نفر می‌باشند.

نمونه و روش نمونه‌گیری

در این تحقیق به منظور تعیین تعداد نمونه آماری از جدول کرجسی و مورگان استفاده گردید؛ که با توجه به سطوح مدیریتی، نمونه‌گیری طبقه‌ای می‌باشد. بنابراین با توجه کل جامعه، تعداد نمونه ۱۴۶ تعیین گردید.

ابزار گرد آوری اطلاعات

در این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه‌های استفاده شده در این تحقیق پرسشنامه تعیین ابعاد تفکر استراتژیک مدیران (مدل جین لیدکا) و پرسشنامه میزان آمادگی برای تحول سازمانی مشتمل بر مدل تلفیقی جان گاتر و پیتر دراگر (۱۹۹۶)، است.

روایی^{۱۳} پرسشنامه

در مطالعه حاضر برای بررسی روایی پرسشنامه‌های مورد استفاده، از روش محتوایی - صوری با اخذ نظرات

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۲ که از اجرای آزمون همبستگی پیرسون حاصل شده است، میزان همبستگی بین بعد تفکر سیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در محدوده (۰/۵ - ۰/۱) قرار دارند و این میزان همبستگی با توجه به طبقه‌بندی که توسط کوهن ارائه شده است در سطح بالایی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری به دست آمده، می‌توان گفت که بین بعد تفکر سیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد ($p < 0/05$). بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه دوم: بین بعد عزم استراتژیک با میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه وجود دارد.

به‌منظور آزمون فرضیه فوق، با توجه به فاصله‌ای بودن نوع متغیرها و نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به بعد عزم استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از آزمون آماری همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳- بررسی رابطه بین بعد عزم استراتژیک و

تحول سازمانی

عزم استراتژیک		متغیر
سطح معناداری	مقادیر همبستگی	
۰/۰۰۰	**۰/۵۰۹	میزان آمادگی برای تحول سازمانی

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ ** همبستگی در سطح ۰/۰۱

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۳ که از اجرای آزمون همبستگی پیرسون حاصل شده است، میزان همبستگی بین بعد عزم استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در محدوده (۰/۵ - ۰/۱) قرار دارند و این میزان همبستگی با توجه به طبقه‌بندی که توسط کوهن ارائه شده است در سطح بالایی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری به دست آمده، می‌توان گفت که بین بعد عزم استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی

جدول ۱- بررسی رابطه بین تفکر استراتژیک و تحول

سازمانی

تفکر استراتژیک		متغیر
سطح معناداری	مقادیر همبستگی	
۰/۰۰۰	**۰/۵۹۶	میزان آمادگی برای تحول سازمانی

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ ** همبستگی در سطح ۰/۰۱

بر اساس نتایج مندرج در جدول که از اجرای آزمون همبستگی پیرسون حاصل شده است، میزان همبستگی بین تفکر استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در محدوده (۰/۵ - ۰/۱) قرار دارند و این میزان همبستگی با توجه به طبقه‌بندی که توسط کوهن ارائه شده است در سطح بالایی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری به دست آمده، می‌توان گفت که بین تفکر استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد ($p < 0/05$). بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه‌های فرعی

فرضیه اول: بین بعد تفکر سیستمی با میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه وجود دارد.

به‌منظور آزمون فرضیه فوق، با توجه به فاصله‌ای بودن نوع متغیرها و نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به بعد تفکر سیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از آزمون آماری همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲- بررسی رابطه بین بعد تفکر سیستمی و تحول

سازمانی

تفکر سیستمی		متغیر
سطح معناداری	مقادیر همبستگی	
۰/۰۰۰	**۰/۵۲۴	میزان آمادگی برای تحول سازمانی

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ ** همبستگی در سطح ۰/۰۱

می‌شود. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵- بررسی رابطه بین بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه و تحول سازمانی

فرصت‌طلبی		متغیر
سطح معناداری	مقادیر همبستگی	
۰/۰۰۰	**۰/۴۹۶	میزان آمادگی برای تحول سازمانی

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ ** همبستگی در سطح ۰/۰۱

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۵ که از اجرای آزمون همبستگی پیرسون حاصل شده است، میزان همبستگی بین بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در محدوده (۰/۵-۰/۱) قرار دارند و این میزان همبستگی با توجه به طبقه‌بندی که توسط کوهن ارائه شده است در سطح بالایی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری به دست آمده، می‌توان گفت که بین بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد (p<۰/۰۵). بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه پنجم: بین بعد تفکر در زمان با میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه وجود دارد.

به‌منظور آزمون فرضیه فوق، با توجه به فاصله‌ای بودن نوع متغیرها و نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به بعد تفکر در زمان و میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از آزمون آماری همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۴-۲۳ ارائه شده است.

جدول ۶- بررسی رابطه بین بعد تفکر در زمان و تحول سازمانی

تفکر در زمان		متغیر
سطح معناداری	مقادیر همبستگی	
۰/۰۰۰	**۰/۴۴۴	میزان آمادگی برای تحول سازمانی

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ ** همبستگی در سطح ۰/۰۱

رابطه مثبت معناداری وجود دارد (p<۰/۰۵). بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه سوم: بین بعد پیش روی بر اساس رویکرد علمی با میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه وجود دارد.

به‌منظور آزمون فرضیه فوق، با توجه به فاصله‌ای بودن نوع متغیرها و نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به بعد پیش روی بر اساس رویکرد علمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از آزمون آماری همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴- بررسی رابطه بین بعد پیش روی بر اساس رویکرد علمی و تحول سازمانی

پیش روی		متغیر
سطح معناداری	مقادیر همبستگی	
۰/۰۰۰	**۰/۴۰۴	میزان آمادگی برای تحول سازمانی

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ ** همبستگی در سطح ۰/۰۱

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۴ که از اجرای آزمون همبستگی پیرسون حاصل شده است، میزان همبستگی بین بعد پیش روی بر اساس رویکرد علمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در (۰/۵-۰/۱) قرار دارند و این میزان همبستگی با توجه به طبقه‌بندی که توسط کوهن ارائه شده است در سطح بالایی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری به دست آمده، می‌توان گفت که بین بعد پیش روی بر اساس رویکرد علمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد (p<۰/۰۵). بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود.

فرضیه چهارم: بین بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه با میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه وجود دارد.

به‌منظور آزمون فرضیه فوق، با توجه به فاصله‌ای بودن نوع متغیرها و نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه و میزان آمادگی برای تحول سازمانی، از آزمون آماری همبستگی پیرسون استفاده

(۱۳۹۰)، بیان می‌دارند که قابلیت تفکر استراتژیک مدیران ارشد بر موفقیت شرکت‌های کوچک و متوسط با تحول سازمانی تأثیر بسزایی دارد؛ هر چند که در عمل چندان از آن بهره نمی‌گیرند. همچنین، امینی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که وضعیت عامل تفکر سیستمی در میان اکثریت مدیران ستادی دانشگاه در حد مطلوب قرار دارد و ارتقاء بیشتر و تقویت این نوع تفکر در بین مدیران ستادی دانشگاه بویژه در ارتباط با دیدگاه تحول سازمانی پیشنهاد می‌شود.

بین بعد تفکر سیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. با توجه به میزان همبستگی بین بعد تفکر سیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی که در محدوده (۰/۵-۱) قرار دارد، این میزان در سازمان مورد مطالعه سطح بالایی دارد. این نتیجه با نتایج پژوهش کشوری (۱۳۸۷) و فروه‌هی (۱۳۸۴) همخوانی دارد. کشوری در این تحقیق بیان می‌دارد که برای طراحی سازمان شبکه‌ای تغییرات مهمی در سازمان‌ها باید رخ دهد. این تغییرات غالباً نیازمند تغییر در فرهنگ‌ها، نگرش‌ها و مهارت‌هاست. برخی از تغییرات مهم عبارتند از کاهش لایه‌های مدیریت، ارتباطات بین سازمان‌ها، پاداش بدون ارتقا، تمرکز روی نتایج و تشکیل گروه‌های کاری. نتیجه این که یک پارادایم نوین سازمانی باید توسط سازمان‌ها اتخاذ گردد که منجر به ایجاد اشکال نوینی از سازمان با ساختار متفاوت سازمانی گردد. این شکل جدید سازمانی، ساختار سنتی سلسله مراتبی را به آرایش شبکه‌ای تغییر می‌دهد و ساختارهای نوین نیز به نوبه‌ی خود باعث تحول سازمانی می‌گردد و این نمودار علت و معلولی بازخوران مثبتی را ایجاد می‌کند که رابطه‌ی تزیایدی بین تحول سازمانی و ساختار را همواره تشدید می‌نماید. نتایج پژوهش فروه‌هی (۱۳۸۴) نیز نشان داد که امروزه سازمان‌ها باید تحول را جزیی از فرهنگ سازمانی خود در آورند تا موجب اثربخشی در سازمان شوند. مروری بر سیر تکاملی ساختار سازمانی روشن می‌کند که چگونه ساختارهای سنتی، توانایی ایجاد توسعه‌ی پایدار را نخواهند داشت و تفکر سیستمی راه‌گشای این امر خواهد بود.

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۶ که از اجرای آزمون همبستگی پیرسون حاصل شده است، میزان همبستگی بین بعد تفکر در زمان و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در محدوده (۰/۵-۰/۱) قرار دارند و این میزان همبستگی با توجه به طبقه‌بندی که توسط کوهن ارائه شده است در سطح بالایی می‌باشد و با توجه به سطح معناداری به دست آمده، می‌توان گفت که بین بعد تفکر در زمان و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

برای یک مدیر، هیچ ادراکی مهم‌تر از فهم کسب و کار نیست. این بصیرت تنها به درک عوامل موثر و روابط بین آنها محدود نمی‌شود، بلکه کشف شهودی زوایای ناشناخته این فضا و خلق ایده‌هایی برای بهره‌برداری از آنها، تجلی ارزش آفرینی از این بصیرت است. تفکر استراتژیک رویکردی است که زمینه شکل‌گیری و توسعه تحول را فراهم می‌سازد. تفکر استراتژیک مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و بکارگیری خلاقیت برای خلق ارزش‌های جدید فرا می‌خواند. این شیوه تفکر، چشم اندازهایی متمایز از رقبا را به همراه دارد. چشم اندازهایی که می‌تواند استراتژی‌های نوآورانه و مزیت بخشی را سبب شود (گلدمن و کیسی ۱۵، ۲۰۱۰). اگر کارکرد استراتژی خلق مزیت رقابتی دانسته شود، تفکر استراتژیک برای بقا و رشد سازمان در محیط پرقابیت امروز امری اجتناب ناپذیر خواهد بود. مزیت رقابتی مستلزم تمایز جهت‌گیری نسبت به رقیب است و تمایز در جهت‌گیری به دیدگاه‌های متفاوت و تحول نیاز دارد.

بین تفکر استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه‌های استان خراسان رضوی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. با توجه به میزان همبستگی بین تفکر استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی که در محدوده (۰/۵-۱)، این میزان در سطح بالایی می‌باشد. این نتیجه با نتایج تحقیق پورصادق و یزدانی (۱۳۹۰)، ناظمی و همکاران (۱۳۸۹)، امینی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد. پورصادق و یزدانی

(۱۹۹۰)، معمایی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی ندارد. بر اساس پژوهش کمیزی (۱۳۹۲)، اگر کارکرد استراتژی خلق مزیت رقابتی دانسته شود، تفکر استراتژیک برای بقا و رشد سازمان در محیط پرقابله امروز امری اجتناب ناپذیر خواهد بود. نتایج این پژوهش ناظر بر این مسئله است که فرصت‌طلبی هوشمندانه در ایجاد مزیت رقابتی و در نهایت تحول سازمانی در بانک ملی ایران شعب مستقل تهران اثر گذار است. نتایج پژوهش حسینی و همکاران (۱۳۹۱) نشان داد که قابلیت تفکر استراتژیک یک مدیر با پنج مؤلفه «تصور آینده آرمانی و تمرکز بر آن»، «فرصت‌جویی هوشمندانه با دیدگاه سیستمی»، «درک موقعیت بر مبنای یادگیری و مفاهیم شناختی»، «تصمیم‌گیری منعطف بر مبنای فرضیه‌سازی» و «قابلیت ایجاد زیرساخت‌های سازمانی» به عنوان متغیرهای مشاهده پذیر قابل اندازه‌گیری است. همچنین تجسم مثبت از آینده در راستای تحول سازمانی بر دو متغیر فرصت‌جویی هوشمندانه و نیز قابلیت ایجاد زیرساخت‌های سازمانی تأثیر مثبت دارد. معمایی و همکاران (۱۳۹۲) این نتیجه را تأیید کردند که کلیه مولفه‌های مدل در سازمان اجرا شده است و ترتیب مولفه‌ها با توجه به آزمون فریدمن به ترتیب تفکر سیستمی، تفکر مفهومی، آینده‌نگری و فرصت‌طلبی هوشمندانه می‌باشند. یافته‌ها بیانگر این مساله است که مدیران دانشگاه در حد خوبی پای‌بند به تفکر استراتژیک هستند. تفکر سیستمی بالاترین کاربرد را در این سازمان دارد و کمترین کاربرد در زمینه فرصت‌طلبی هوشمندانه است.

بین بعد تفکر در زمان و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بنابراین فرضیه پژوهش تأیید می‌شود. با توجه به میزان همبستگی بین بعد تفکر در زمان و میزان آمادگی برای تحول سازمانی که در محدوده (۰/۵-۱) قرار دارد، این میزان در سازمان مورد مطالعه سطح بالایی دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج تحقیقات آیده‌گاه (۲۰۰۸)، دانگ ۱۸، ژانگ‌فنگ و دانگتو (۲۰۱۱) همخوانی دارد. آیده‌گاه (۲۰۰۸) در پژوهش خود که بر روی مدیران یکی از کارخانه‌های صنعتی کشور انجام داد، گزارش کرد که

بین بعد عزم استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. با توجه به میزان همبستگی بین بعد عزم استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی که در محدوده (۰/۵-۱) قرار دارد، این میزان در سازمان مورد مطالعه سطح بالایی دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق منوریان و همکاران (۱۳۹۱) که در شهرداری تهران انجام گردید همخوانی ندارد. بر اساس نتایج منوریان و همکاران (۱۳۹۱)، دومین عنصر تفکر استراتژیک است که نقشی اساسی در تحول سازمانی دارد. عزم استراتژیک که اراده‌ای درونی و استوار در راستای رسیدن به اهداف و آرمان‌ها ایجاد می‌نماید، تمرکز در جهت‌دار ساختن و قدرتمند نمودن استراتژی‌ها را می‌طلبد.

بین بعد پیشروی بر اساس رویکرد علمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. با توجه به میزان همبستگی بین بعد پیش روی بر اساس رویکرد علمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی که در محدوده (۰/۵-۱) قرار دارد، این میزان در سازمان مورد مطالعه سطح بالایی دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق غلامی (۱۳۸۵) و والنسیا ۱۶ و همکاران (۲۰۱۰) همخوانی دارد. غلامی (۱۳۸۵) بیان می‌دارد که اهمیت پیشروی بر اساس رویکرد علمی در ایجاد تفکر استراتژیک برای تحول سازمانی خیلی بیشتر از استقرار برنامه‌های استراتژیک می‌باشد. تفکر استراتژیک به عنوان پشتوانه قوی برای اجرا و دوام برنامه‌های استراتژیک سازمان‌ها محسوب می‌شود. والنسیا و همکاران (۲۰۱۰) معتقد است پیشروی بر اساس رویکرد علمی در سازمان، باعث تعهد کارکنان به سازمان و در نهایت افزایش اثربخشی در تحول سازمانی می‌شود.

بین بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. با توجه به میزان همبستگی بین بعد فرصت‌طلبی هوشمندانه و میزان آمادگی برای تحول سازمانی که در محدوده (۰/۵-۱) قرار دارد، این میزان در سازمان مورد مطالعه سطح بالایی دارد. این نتیجه با نتایج تحقیق کمیزی (۱۳۹۲)، حسینی و همکاران (۱۳۹۱) همخوانی دارد. همچنین با نتایج به دست آمده از پژوهش بات

با توجه به نتیجه بدست آمده از فرضیه دوم فرعی تحقیق که در آن بین عزم استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد پیشنهاد می‌گردد: سازمان با تدوین برنامه استراتژیک تمرکز خود را بر دستیابی اهداف معطوف نموده و از همه امکانات در این راستا استفاده نماید.

با توجه به نتیجه بدست آمده از فرضیه سوم فرعی تحقیق که در آن بین پیش روی بر اساس رویکرد علمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد پیشنهاد می‌گردد: با عنایت به اینکه خلق راهکارهای بدیع مستلزم شیوه تفکر واگسراست مدیران زمینه های مشارکت اثربخش کارکنان رادر تصمیم گیری فراهم نمایند و با ایجاد نظام مشارکت فرصت توسعه تفکر خلاق را فراهم نمایند.

با توجه به نتیجه بدست آمده از فرضیه چهارم فرعی تحقیق که در آن بین فرصت‌طلبی هوشمندانه و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد پیشنهاد می‌گردد:

علاوه بر چشم‌انداز و جهت‌گیری اصلی سازمان به تحولات فضای کسب و کار و فرصت‌های حاصل از آن توجه ویژه گردود با توجه به اینکه تفکر استراتژیک مستلزم ظرفیتی است که به گونه‌ای هوشمندانه فرصت-طلب باشد و فرصت‌های در حال ظهور جدید را تشخیص دهد. به شناسایی فرصت‌های جدید در کلیه سطوح سازمانی اقدام کنند و از آن در آمادگی تحول سازمانی استاده نمایند.

با توجه به نتیجه بدست آمده از فرضیه پنجم فرعی تحقیق که در آن بین تفکر در زمان و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد پیشنهاد می‌گردد: مدیران با توجه به اینکه سازمان صرفاً در زمان حال زندگی نمی‌کند، بلکه این گذشته سازمان است که او را از حال به زمان آینده می‌راند می‌بایست نسبت به تحلیل فرایند تحول سازمانی توجه نموده و با تحلیل اقدامات گذشته زمینه آمادگی تحول مبتنی بر برنامه رادر فرو دگاه فراهم نمایند.

مدیران این واحد صنعتی از تفکر استراتژیک به ویژه بعد تفکر در زمان جهت تحول سازمانی در حد مطلوب استفاده می‌کنند. دانگ وهمکاران (۲۰۱۱) بیان می‌دارند، پیچیدگی محیط تجارت امروز، سازمان‌ها را وادار کرده تا توانایی‌های خود را در پاسخ‌گویی به تغییرات محیطی افزایش دهند. از طرفی دگرگونی‌های اجتماعی، فناوری-های پرشتاب چالش‌زا و تکوین رسالت‌های جدید در سازمان‌ها، ضرورت انعطاف‌پذیری و آمادگی برای روبرویی با شرایط جدید را امری اجتناب‌ناپذیر ساخته است. بنابراین در عصر حاضر برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود، که رسیدن به این مهم نیازمند تفکر در زمان است مناسب است.

پیشنهاد‌های مبتنی بر یافته‌های پژوهشی

با توجه به نتیجه بدست آمده از فرضیه اصلی تحقیق که در آن بین تفکر استراتژیک و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد پیشنهاد می‌گردد: با عنایت به اینکه تفکر استراتژیک تصویر بزرگ و یکپارچه از محیط کسب و کار شکل می‌گیرد و این امر در میزان آمادگی برای تحول سازمانی نقش دارد مدیران نسبت به کارگیری قواعد اثربخش مدیریت، توجه به ارزش‌های محیطی و تحلیل محیط رقابتی، راهکارهای اثربخش رادر راستای پاسخ به نیازهای مشتریان، یادگیری سریع از محیط کسب و کار و بکارگیری خلاقیت برای خلق ارزشهای جدید فرودگاه به کار گیرند.

با توجه به نتیجه بدست آمده از فرضیه فرعی تحقیق که در آن بین تفکر سیستمی و میزان آمادگی برای تحول سازمانی رابطه وجود دارد پیشنهاد می‌گردد: مدیران با درک جامع عوامل موثر محیطی و درونی تصویر یکپارچه‌ای از فضای سازمانی را در ذهن ایجاد کرده و زمینه را برای خلق پاسخ‌های خلاقانه و بدیع به نیازهای مشتریان فرودگاه فراهم نمایند فراهم می‌سازد که هدف‌گذاری کلان و ارتباط با سازمان‌های بالا دستی در این مهم نقش دارد.

فهرست منابع

- ۱) استیسی، رالف. (۱۳۸۹). تفکر استراتژیک و مدیریت تحول، ترجمه مصطفی جعفری و مهزیار کاظمی موحد، تهران، انتشارات رسا، چاپ سوم.
- ۲) استیسی، رالف. (۱۹۹۳). تفکر استراتژیک و تحول سازمانی (دیدگاه‌های بین المللی درباره پویایی سازمان)، ترجمه مصطفی جعفری و مهزیار کاظمی موحد (۱۳۸۴)، تهران: رسا.
- ۳) امینی، محمدتقی و همکاران (۱۳۹۲). سنجش تفکر سیستمی در بین مدیران ارشد ستادی از طریق مدل گلدمن در دانشگاه علوم پزشکی تهران، مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیابورد سلامت) دوره ۷ شماره ۳، ۱۸۸-۱۹۶.
- ۴) ایچی اومی کن. (۱۳۸۸). تفکر یک استراتژیست، ترجمه داوود مسگریان حقیقی، سازمان مدیریت صنعتی.
- ۵) آقاجانیان، سیمینه و رستمی، مرضیه. (۱۳۹۰). تعیین عناصر تشکیل دهنده سازه تفکر استراتژیک، نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران.
- ۶) بهرامی، حمید؛ طاهری فرد، طیبه (1391) ارائه مدل مفهومی برای سنجش تفکر مدیران بر اساس مؤلفه‌های تفکر استراتژیک، دانشگاه تهران، نشریه راهبرد. شماره 1
- ۷) حمیدی زاده، محمدرضا و معتمدی، نگار. (۱۳۸۷). دستیابی به عوامل کلیدی موفقیت تفکر استراتژیک، پنجمین کنفرانس بین المللی استراتژیک تهران.
- ۸) رضایی راد، مصطفی، پور، سمیرا، خریدار، فاطمه. (۱۳۹۰). مدیریت تحول و نوآوری‌های سازمانی در شرایط عدم قطعیت بر شاخص‌های رفتاری کارکنان (مورد مطالعه: پرستاران بیمارستان دکتر شیخ در مشهد)، دومین کنفرانس مدیریت اجرایی، ۱-۱۴.
- ۹) لشکر بلوکی، مجتبی، ۱۳۹۲، فرامین و فنون تفکر / استراتژیک، موسسه علمی و فرهنگی نص، چاپ اول، تهران
- ۱۰) غفاریان وفا و علیرضا علی احمدی. (۱۳۸۱). رویکردهای نوین استراتژی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۳۰.
- ۱۱) غفاریان، وفا و دکتر غلامرضا کیانی (۱۳۹۲). ۵ فرمان برای تفکرات استراتژیک، انتشارات فرا: ۶۵
- ۱۲) گل محمدی، عماد، محمدی، نشاط، برومندان، زهرا. (۱۳۹۲ الف). فرامین و مدل یادگیری تفکر استراتژیک، مجله‌ی راهبرد توسعه، شماره ۳۶،
- ۱۳) گل محمدی، عماد؛ کفچه، پرویز؛ سلطان پناه، هیرش. (۱۳۹۲ ب). بررسی رابطه بین رهبری تحول آفرین و تفکر استراتژیک در سطح سازمانی، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی.
- ۱۴) مصطفی رضایی راد، سمیرا پور، فاطمه خریدار. (۱۳۹۰). مدیریت تحول و نوآوری‌های سازمانی در شرایط عدم قطعیت بر شاخص‌های رفتاری کارکنان (مورد مطالعه: پرستاران بیمارستان دکتر شیخدرمشهد)، دومین کنفرانس مدیریت اجرایی.
- ۱۵) معمایی، هاجر و همکاران (۱۳۹۲). سنجش تفکر استراتژیک در بین مدیران ستادی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، مجله مدیریت سلامت، ۱۶ (۵۳). ۷۳-۸۴.
- ۱۶) میرمحمدی سمانه. (۱۳۸۹). تغییرات سازمانی، جنگ صنعت و فناوری، سال ۲۰، شماره ۱۱۳، خرداد و تیر.
- ۱۷) مسگریان، هومن، (۱۳۹۱)، تفکر استراتژیک، کارکردها و چالش‌ها، نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک
- 18) Abdehghah E. (2008). Strategic thinking with Liedtka model based on a systems approach in evaluating Behnoush Gachsaran in 2008 [Thesis in Persian]. Tehran: Payam Noor University
- 19) Byeong-Joon, Moon (2013), "Antecedents and Outcomes of Strategic Thinking", Journal of Business Research, Vol 66, Issue .
- 20) Goldman EF, Cahill T & Fiho PR. (2009). Experiences that develop the ability to think strategically. J Healthc Manage.
- 21) Goldman, E., F. Casey, A., J. (2010). Building a Culture that Encourages Strategic Thinking, Journal of Leadership & Organizational Studies.
- 22) Goldman, E., F. Casey, A., J. (2010). Building a Culture that Encourages Strategic Thinking, Journal of Leadership & Organizational Studies.

یادداشت‌ها

1. Casey & Goldman
2. J.Bezos
3. Amazon
4. Michele
5. A.S.Exupery
6. R.STACEY
7. Manu
8. Arun
9. Casey & Goldman
10. Abdehgah
11. Goldman, Cahill & Fiho
12. Dong, Zhongfeng and Dongtao
13. Validity
14. Reliability
15. Goldman & Casey
16. Valencia
17. Abdehgah
18. Dong
19. Abdehgah