

Providing a Model of Strategic Intelligence of Managers of Education Districts of Tehran with a Theoretical Data-Based Approach

ARTICLE INFO

Article Type

Analytical Review

Authors

Seyedeh Fatemeh Miri Rami ¹

Yalda Delgshaei ^{2*}

Amir Hossein Mahmoudi ³

How to cite this article

Seyedeh Fatemeh Miri Rami, Yalda Delgshaei, Amir Hossein Mahmoudi, Providing a Model of Strategic Intelligence of Managers of Education Districts of Tehran with a Theoretical Data-Based Approach, Journal of Islamic Life Style Centered on Health, 2020;4(3):139-150.

1. PhD Student, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

3. Assistant Professor, Department of Educational Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

* Correspondence:

Address:

Phone:

Email: y.delgshaei@gmail.com

Article History

Received: 2020/09/26

Accepted: 2020/11/21

ePublished: 2020/12/20

ABSTRACT

Purpose: The main purpose of this study is to design a strategic intelligence model for managers of education districts in Tehran.

Materials and Methods: The research method is applied in terms of objectives, qualitative data in terms of data and emerging data in terms of the type of study. According to the method of conscious sampling of targeted snowball type and based on theoretical saturation, 15 experts were performed. Data collection tool is exploratory interviews. After collecting data, their analysis was done in the form of open, axial and selective coding, which based on data analysis, a suitable model of strategic intelligence was presented.

Findings: The results of the study indicate that this model consists of two dimensions: intra-organizational factors and extra-organizational factors and 21 components and 206 constructive indicators, which is more valid than other models; Therefore, the application and operation of this model can help to improve the quality of education management.

Conclusion: Strategic intelligence is a strategic effort of an organization to apply intelligence in the organization. This, in turn, makes the organization's employees smarter, reduces the workforce, and ultimately produces more creative products and services that better meet customer needs.

Keywords: Model, Strategic Intelligence, Knowledge, Data Foundation, Education

ارائه الگوی هوش استراتژیک مدیران مناطق آموزش و پرورش شهر تهران با رویکرد نظری داده‌بنیاد

سیده فاطمه میری رمی^۱

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

یلدا دلگشائی^{۲*}

استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

امیر حسین محمودی^۳

استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

هدف: هدف اصلی پژوهش، طراحی الگوی هوش استراتژیک مدیران مناطق آموزش و پرورش شهر تهران است.

مواد و روش‌ها: روش پژوهش از نظر اهداف، کاربردی، از نظر داده کیفی و از نظر نوع مطالعه، داده‌بنیاد نوظهور است. براساس روش نمونه‌گیری آگاهانه از نوع هدفمند گلوله برفی و براساس اشباع نظری، تعداد ۱۵ نفر خبره انجام شد. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های اکتشافی است بعد از جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل آنان به صورت کدگذاری باز، محوری و گزینشی صورت گرفت که بر اساس تحلیل داده‌ها الگوی مناسب هوش استراتژیک ارائه گردید.

یافته‌ها: نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که این الگو از دو بعد: عوامل درون سازمانی و عوامل برون سازمانی و ۲۱ مؤلفه و ۲۰۶ شاخص سازنده، تشکیل شده است که در مقایسه با سایر الگوها از اعتبار بیشتری برخوردار است؛ بنابراین به کارگیری و عملیاتی کردن الگوی مذکور می‌تواند به ارتقای کیفی مدیریت آموزش و پرورش، کمک به‌سزایی کند.

نتیجه‌گیری: هوش استراتژیک تلاش استراتژیک یک سازمان برای اعمال هوشمندی در سازمان است. این امر به نوبه خود کارکنان سازمان را باهوش‌تر می‌کند، باعث کاهش نیروی کار می‌شود و در نهایت محصولات و خدمات خلاقانه‌تری تولید می‌کند که نیازهای مشتری را بهتر برآورده می‌کند.

کلید واژه‌ها: الگو، هوش استراتژیک، دانش، داده بنیاد، آموزش و پرورش.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۱

* نویسنده مسئول: y.delgoshaci@gmail.com

مقدمه

پیشگام بودن در مسیر توسعه و دستیابی به توسعه پایدار، همواره از بزرگ‌ترین آرمان‌های جوامع بشری بوده که یکی از عوامل مؤثر در راه رسیدن به این مهم، توجه به آموزش و پرورش است. پژوهش‌های گوناگون روشهای دسترسی، مدیریت، ذخیره کردن، انتشار و انتقال دانش را به منظور شکل دادن به راهبرد سازمانی از طریق رویکردهای مختلف نشان داده اند. سازمانها می‌توانند در صورت برخورداری از اقدام‌های هوشمندی رقابتی رسمی، منافع بیشتری به دست بیاورند. در محیط به شدت رقابتی، روابط پیچیده‌های شکل می‌گیرد که اطلاعات در آن به عنوان یک منبع اصلی محسوب میشود. اما دریافت اطلاعات از محیط بیرونی کسب و کار، زمانی بر موقعیت رقابتی شرکتها اثرگذار است که آنها از یک سیستم جامع و مدون به نام هوشمندی رقابتی بهره‌جویند، زیرا یک شرکت میتواند ۹۰ درصد اطلاعاتی را که برای تصمیم‌گیریهای حیاتی خود به آنها نیاز دارد از طریق هوشمندی رقابتی کسب کند.

از آنجا که امروزه منابع انسانی با ارزشترین عامل تولید و مهمترین سرمایه هر سازمان و منبع اصلی زاینده مزیت رقابتی و ایجادکننده قابلیت‌های اساسی هر سازمان است، موثرترین راه دستیابی به مزیت رقابتی در شرایط فعلی کارآمدتر کردن کارکنان سازمانها از طریق بهبود و بهسازی آنان است و آنچه که در راستای توسعه منابع انسانی اهمیت دارد این است که بهبود منابع انسانی تنها با آموزشهای فنی و تخصصی حاصل نمی‌شود بلکه باید از طرق متعدد به توسعه کارکنان پرداخت و این مهم جزء با اعمال استراتژی‌های کارآمد امکان‌پذیر نخواهد بود. چون از عمده‌ترین عواملی که موجب نگرش جدید در روند تغییرات و دگرگونیهای تکنولوژیک، اجتماعی و اقتصادی در محیط داخلی و خارجی سازمانهاست که همواره با آن مواجه اند توجه به مصادیق استراتژیک در سازمان است. اگر سازمانها می‌خواهند همسو با این تغییرات باشند بایستی نگرش جامع و راهبردی داشته و الزامات گوناگونی را مدنظر قرار دهند (۱). یکی از این الزامات که جایگاهی در استراتژی سازمان قرار دارد هوش استراتژیک است.

در دهه‌های اخیر، هوش به عنوان مفهومی جالب و حوزه‌های جذاب برای بررسی، فراتر از حوزه روانشناسی فردی/شناختی، توجه بسیاری از اندیشمندان و محققان را در سازمانها نیز به خود جلب کرده است (۲). از دیدگاه برخی از دانشمندان (۳) اهمیت و جذابیت تحقیقات هوش در ادبیات مدیریت و توسعه سازمانی است. حتی با در نظر گرفتن کلیه ادبیات تبیین شده در حوزه هوش در سازمان، این مفهوم همچنان در حوزه بهبود سازمانی مبهم بوده و در کل کمبود نظریه‌ای یکپارچه از هوش، در تعاریف و نظریه‌های سازمانی مشهود است (۴). همچنین از جمله دانشمندان متأخر، ایر کین^۱ بر ضرورت بررسی هوش از ابعاد مختلف تأکید دارد (۵). در دنیای امروز داشتن آموزش و پرورش کارآمد و بالنده که موجب فراهم شدن فرصتهای مناسب برای پرورش و شکوفایی استعدادهای دانش آموزان شود از مهمترین مسائلی است که فکر برنامه‌ریزان

¹ Ercetin

هستند. مطمئناً هوش یک پدیده واقعی قابل توضیح است، اما برداشت مردم از آن پدیده کاملاً متفاوت است، همانطور که در یک صحنه از فیلم برداشت های متفاوتی تصور می شود. به عنوان مثال، برخی هوش را به عنوان یک ویژگی بیولوژیکی تعریف می کنند، در حالی که دیگران آن را یک اختراع فرهنگی می دانند که زیست شناسی آن کاملاً به نحوه انتخاب فرهنگ معین برای تعریف هوش بستگی دارد. برخی اساساً هوش را یک پدیده واحد می دانند (۱۴)، در حالی که دیگران آن را یک پدیده چندگانه می دانند. دونالد مار چند معتقد است هوش استراتژیک رهبران سازمانی، موجب به وجود آمدن هوشمندی رقابتی می شود. هوشمندی رقابتی، هنر جمع آوری، پردازش و ذخیره سازی اطلاعات است که افراد تمام سطوح سازمان به فراخور نیاز خود به آن دسترسی دارند و به آنها کمک می کند که آینده خود را شکل دهند و در مقابل تهدیدهای رقابتی از آنها محافظت می کنند (۱۵).

هوش استراتژیک توانایی سازگار پذیری با شرایط دائماً متغیر امروزی می باشد که با گام برداشتن در یک مسیر ثابت و هموار مغایرت دارد؛ زیرا تمامی سیگنالها و نشانه های رقابتی امروزی، ما را به سازگاری با شرایط متغیر فرامی خوانند. هوش استراتژیک را قابلیت نام نهاده اند که از طریق آن و با توجه به رفتارهای فردی و اجتماعی خود می توانیم روش صحیح سازگار پذیری با شرایط جدید را بیاموزیم (۱۵).

ابعاد هوشمندی استراتژیک با توجه به تحقیقات پژوهشگران در مورد هوش استراتژیک، هوشمندی استراتژیک ترکیبی از انواع دیگری از هوش می باشد که برای ایجاد ارزش افزوده اطلاعات و دانش در راستای تصمیم گیری استراتژیک سازمانی به کار می رود. در موفقیت کسب و کار، هوش استراتژیک همان معنی را دارد که در ابزار هوشمند ارتش متعارف است اما نقش اصلی آن تأکید در چگونگی بهتر بودن موقعیت سازمانی برای کنترل آینده، چالش ها و فرصت هایی است که موفقیت سازمان را افزایش میدهد. تجمع انواع هوش برای ایجاد ارزش افزوده اطلاعات و دانش و همچنین مجموع هوش تجاری و هوش رقابتی به همراه مدیریت دانش به سازمان کمک می کند که عملکرد بهتری داشته باشد (۱۶).

انواع هوشمندی استراتژیک می توان مدل جامعی از هوشمندی استراتژیک بر اساس مبانی هوشمندی رقابتی با تأکید بر محیط بیرونی سازمان تحت عنوان هوشمندی برون سازمانی ارائه نمود که شامل انواع هوشمندی از جمله هوشمندی بازار و هوشمندی کلان محیطی باشد از طرفی بخش دیگری از هوشمندی استراتژیک را نیز می توان بر اساس مبانی هوشمندی کسب و کار با تأکید بر محیط درون سازمان تحت عنوان هوشمندی درون سازمانی قرارداد که هوشمندی درون سازمانی از ترکیب هوشمندی منابع انسانی، هوشمندی فرایندهای سازمانی، هوشمندی اطلاعاتی تشکیل شده است (۱۷).

مدیران با داشتن هوش و تفکر استراتژیک مسائل پیچیده بی آنکه ساده تلقی شوند در ساده سازی آنان تلاش می شود و رمز و راز موفقیت آن در امید به آینده، مثبت اندیشی، خوش بینی به دور از ساده انگاری و تلاش خستگی ناپذیر و مستمر است.

و اندیشمندان را به خود مشغول کرده است و چنانچه زمینه لازم برای ارتقای هوش این نهاد فراهم شود، سازمان آموزشی با صرف انرژی و منابع کمتر، اما هوشمندی افزون تر، عمل خواهد کرد. طبق اظهارات صاحب نظران، هوش استراتژیک مفهومی گسترده و چندبعدی است که نمی توان تعریف ثابت و معینی از آن ارائه کرد (۶ و ۷). هوش استراتژیک شامل جمع آوری پردازش و تجزیه و تحلیل داده های محیطی و انتشار این اطلاعات که در ارتباط استراتژیک با سازمان هستند، تعریف شده است (۸). هوش استراتژیک شامل قوانین، مالیات و امور مالی، گستره اقتصادی و سیاسی و مقولات منابع انسانی سازمان است (۹).

سازمان های آموزشی مانند دیگر سازمان ها باید به طور مستمر پیوسته خود را برای منطبق و مناسب بودن تغییر دهند، زیرا آنها در محیط های کاری فعالیت می کنند که رقابت فزاینده و تغییر نامنظم از ویژگی های اصلی و بارز آن محیط ها محسوب می شوند. اکثر مطالعات نشان میدهند که پیشرفت سازمانی نمی تواند بدون تغییرات استراتژیک که منجر به ایجاد تفاوت در عملکرد می شود، رخ دهد (۱۰). یکی از مهم ترین عواملی که مدیران را به سمت تغییرات استراتژیک سوق می دهد مشاهده نشانه هایی است که سازمان در آنجا دارای عملکرد ضعیفی است (۱۱). محیط های کسب و کار فعلی نیازمند سطح بالایی از پاسخ های مدیریتی و تغییرات استراتژیک بیش از پیش است (۱۲). از این رو، مدیران پیشرو در فرآیند تغییر استراتژیک باید مهارت های زبانی بالایی داشته باشند تا دیگران را از ضرورت تغییر آگاه سازند و آنها را متقاعد کنند و تفسیرهای پیروان خود را در مسیر مطلوب شکل دهند (۱۳). بنابراین تغییر و بهبود در هوش استراتژیک می تواند به پیشبرد عملکرد آنها کمک نماید.

سازمان های آموزشی می توانند از طریق هوش استراتژیک و با تجزیه و تحلیل اطلاعات پیرامون خود، میزان کارایی و اثربخشی خود را بهبود بخشیده و در نتیجه عملکرد بهتری در برابر رقبا داشته باشند، بالا بردن هوش استراتژیک در سازمان های آموزشی موجب می شود کارکنان سازمان های آموزشی اطلاعات محیط اطراف خود را سریع تر و با دقت بیشتری تجزیه و تحلیل کنند و نتایج حاصل را ذخیره کرده و در مواقع مقتضی در دسترس تصمیم گیرندگان قرار دهند. این امر جریان تبادل داده ها، اطلاعات و دانش را در سازمان تسریع می کند و اثربخشی تفکر و تصمیم گیری را بهبود می بخشد. بنابراین نیاز به بازنگری اساسی در این حوزه، لازم و ضروری می باشد. این فرایند خود می تواند مددیار دولتمردان باشد. منوط به آنکه یک الگوی غالب کیفی در خصوص هوش استراتژیک مدیران تبیین گردد. گرچه تاکنون مطالعات و کارهای فراوانی در زمینه های کمی در این زمینه انجام شده اما از لحاظ کیفی این مهم هنوز جای کار بسیار دارد. دلیل بارز و مبرهن آن نیز فقدان یک الگوی بومی در این زمینه می باشد.

مبانی نظری پژوهش

هوش به روشهای مختلفی تعریف یا مفهوم بندی شده است، بعضی از آنها با یکدیگر سازگار هستند اما برخی دیگر با هم متناقض

این هوشمندی با اشراف کامل بر بازار به تفکر بازار گرا از مفاهیم تفکر استراتژیک کمک شایانی می کند تحقیقات اخیر نشان دهنده علاقه قابل توجهی به مفاهیم بازار گرای در بین سازمان ها است . این مفاهیم در ارتقاء بازاریابی سازمانها و شرکت ها بسیار مفید و سودمند بوده اند. بازار گرای به عنوان یک استراتژی تعریف می شود که از آن برای دستیابی به مزیت رقابتی استفاده میشود (۲۱).

تفکر بازار گرا یکی از عناصر فرعی است که در مقابل تفکر تولید گرا قرار دارد. تفکر تولید گرا در دوره محصول گرای بود؛ برهه ای از زمان که تولید کننده حرف اول را میزد و هر چه تولید میشد بفروش می رفت و رقابت حول و حوش محصول نهایی بود اما در تفکر بازار گرا اصل بر این می باشد که مشتری حرف اول را می زند و سازمان باید محصولی را تولید کند یا خدماتی را ارائه دهد که مشتری می خواهد.

نقش هوشمندی کلان محیطی در تفکر استراتژیک هوشمندی کلان محیطی اطلاعات کافی و مناسبی در باره محیط کلان برای سازمان فراهم می کند و این اطلاعات را در مورد تجزیه و تحلیل قرار میدهد. از نظر هاف و رایت، تجزیه و تحلیل محیطی به عنوان فرایند شناسایی، گردآوری، پردازش و تفسیر اطلاعات درباره عوامل بیرونی مؤثر در سودمندی برنامه ها و تصمیم گیری های سازمان قلمداد می شود (۲۲).

هوشمندی محیطی می تواند شامل هوشمندی تکنولوژی، هوشمندی سیاسی قانونی، هوشمندی زیست محیطی، هوشمندی فرهنگی - اجتماعی و هوشمندی اقتصادی باشد. هر کدام از این هوشمندی ها با در اختیار قرار داد اطلاعات محیطی باعث توسعه تفکر استراتژیک سازمانی و کسب موفقیت های بزرگ سازمانی می شود چراکه توانایی تفسیر رخدادها و وقایع غیر مرتبط و برنامه ریزی نشده بزرگ ترین نشان موفقیت مدیران موفق سازمان های کنونی است که این توانایی ها در واقع همان تفکر استراتژیک در یک سازمان می باشد که خود مبین یک کمبود اساسی برای رساندن یک سازمان به تعالی و توانمندسازی می باشد. این توانایی استراتژیک می تواند به مدیران کمک نماید که بتوانند وقایع آینده را درک، تشخیص، پیش بینی و کنترل نمایند و بجای آنکه تحت تأثیر تغییرات قرار بگیرند، تغییرات آتی را تحت تأثیر خود قرار دهند (۲۳).

مفهوم هوشمندی منابع انسانی شامل هوشمندی منابع انسانی، منابع مالی و منابع فیزیکی است. از طرفی کاربرد تفکر استراتژیک در یک سازمان بدون توجه به نوع اقدام و سبک مدیریتی مدیران امروز منتج به موفقیت نخواهد شد. چراکه بالندگی یک سازمان صرفاً به خود مدیر، تفکرات و تصمیمات او به تنهایی بستگی ندارد و به مسائلی مانند توجه به شرایط و موقعیت سازمان، ویژگیها، شرایط، نیازها و اولویت های کارکنان سازمان نیز بستگی دارد از این رو هوشمندی مرتبط به منابع انسانی می تواند کمک شایانی به تصمیمات و خلاقیت و تفکر استراتژیک سازمان باشد. نقش هوشمندی اطلاعاتی در تفکر استراتژیک هوشمندی اطلاعاتی، فرایندی از گردآوری و سازماندهی، تجزیه و تحلیل، توزیع اطلاعات بین بخش های سازمان و مدیریت و عمل به اطلاعات با احترام به اصول اخلاقی است. در نتیجه ضرورت وجود پایگاه های اطلاعات

یک چارچوب مناسب نیاز به ادغام تمرکز سطح خرد روی افراد و گروه ها با تمرکز سطح کلان روی سازمان و بافت سازمانی دارد؛ به عبارت دیگر، آن نیازمند تصدیق نفوذ ویژگیهای منحصر به فرد و اقدامات افراد روی بافت سازمانی و تأثیر و نفوذ بافت سازمانی روی افراد و تفکر افراد می باشد. واضح است، ویژگی های یک فرد متفکر استراتژیک، در صورت حمایت از ساختار و فرایندها در گروه و سطوح سازمانی، ارزشمند و تقویت می شود. به زعم بون تفکر استراتژیک مختص به مدیر عالی نبوده، سطوح پائین مدیریتی نیز تا حدودی در این فرآیند نقش داشته و درگیر هستند. گلدمن در تحقیق خود با اشاره به تحقیقات قبلی در خصوص تفکر استراتژیک بیان می کند که توانایی تفکر استراتژیک مدت هاست به عنوان یکی از نیازهای مدیران ارشد شناخته شده است. ضمن اینکه با توجه به افزایش پیچیدگی محیط اجتماعی، این توانایی در سطح پائین تر سازمان هم مورد نیاز است افکار استراتژیک راهی است که افراد در یک سازمان فکر می کنند، ارزیابی می کنند، می نگرند و آینده را برای خود و دیگران خلق می کنند (۱۸).

هوشمندی رقابتی به مثابه راداری است که با کشف فرصت های جدید و هشدار تهدیدها، شرکت را قادر می کند محیط خود را سریع تر و دقیق تر شناسایی کند. سازمان هوشمند، استراتژی رقبا را بهتر و سریع تر درک می کند و از شکست و موفقیت آنها می آموزد و این امکان را برای مدیران سازمان به وجود می آورد با نظارت نظام مند و با آگاهی بیشتری تصمیم های استراتژیک اخذ کنند.

برای آنکه بتوان چشم اندازی مناسب برای سازمان تدوین نمود باید از هوش کسب و کار استفاده کرد به گونه ای که با استفاده از این هوش ابزارها و تکنیک های مفید برای اتخاذ تصمیمات مناسب فروش، تولید و مالی فراهم شود مدیر بتواند به تصمیمات بهتری با استفاده از هوشمندی مرتبط با منابع سازمانی: منابع انسانی، منابع مالی و منابع فیزیکی دست یابد از طرفی با کمک هوش خلاق کسب و کار با ایجاد قدرت اندیشه های نو و نظرات جدید در برابر تغییرات و تحولات مستمر محیط پیرامون خود به طور مناسب واکنش نشان دهد می توان برای هر یک از این تغییرات و تحولات پاسخ های نو و جدیدی پیدا کرد و چشم اندازی مناسب با آن ایجاد کرد. در این زمینه رهبران هوشمند نه تنها حل کننده بهتر مشکلات هستند، بلکه آنها بیشتر خلاق اند و خلاقیت را در زیردستان خود نیز پرورش می دهند هوش خلاقیت کسب و کار به عنوان جزئی از هوش موفق به شمار می رود و به رهبران کمک می کند تا در نقش خود به عنوان یک رهبر به خوبی عمل کنند و موفق شوند (۱۹).

هوشمندی بازار، روندهای فعلی و آتی نیازها و ترجیحات مشتریان، بازارهای جدید، ایجاد فرصت های بخش بندی خلاقانه و تغییرات اساسی در حوزه بازاریابی و توزیع را ارائه می دهد. در این نوع هوشمندی اطلاعات مرتبط با بخش های بازار موجود و بازارهای آتی و همچنین اطلاعات توزیع کنندگان، محصولات و خدمات، مشتریان و شرکا، گردآوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد (۲۰).

های تاثیر گذار شناسایی شده هوشمندی استراتژیک به دو دسته هوشمندی درون سازمانی و هوشمندی برون سازمانی تفکیک شده است، که شرح کامل مرور ادبیات آن به شکل زیر است.

هوش استراتژیک به عنوان یک سیستم هوش استراتژیک سیستمی است که در آن هر قسمت از هوش استراتژیک با قسمت های دیگر ارتباط برقرار می کند. هم استراتژی و هم هوش به روشهای مختلفی تعریف شده است. عناصر هوش استراتژیک:

- آینده نگری
 توانایی پیش بینی جریانهای تغییر است که می تواند سازمانی را تهدید کند یا فرصت هایی را فراهم کند. برای به دست آوردن آینده نگری، باید بتوانید الگوهای که نشانگر تهدیدها و فرصت ها برای سازمان شما ادراک کنید. هیچ کس نمی تواند آینده را پیش بینی کند، اما شخص با آینده نگری می تواند آینده را در ارائه و برنامه های احتمالی بهتر کند.

- چشم انداز
 توانایی طراحی سازمانی در سیستم تولید محصولات و خدمات با ارزش مشتریان و برای بهبود مستمر فرآیندها، محصولات و خدمات است. چشم اندازها اغلب تصاویر آرزوهاست، اما راسل آکف، نظریه پرداز سازمان، یک چشم انداز استراتژیک را به عنوان یک طرح منظم برای طرح آینده ای ایده آل که به طور متمرکز تر به هدف سازمان بیانجامد می داند

- مشارکت
 مشارکت توانایی توسعه روابط تولیدی، از جمله تیمی با همکارانی است که توانایی های مکمل دارند. توانایی توسعه و تداوم روابط شراکت تولیدی یک کیفیت اساسی است که رهبران بر اساس آن تیم های رهبری موثر ایجاد می کنند.

- انگیزش
 ایجاد انگیزه و توانمندسازی شامل همکاری با کسانی است که چشم انداز را اجرا می کنند و به طور مداوم محصولات و بهره وری را بهبود می بخشند. چالش رهبران درگیر کردن انگیزه افراد، انگیزه ذاتی کار و مشارکت است. در خصوص مبانی نظری هوش استراتژیک، مطالعاتی انجام شده که در جدول ۱ به خلاصه ای از آنها اشاره شده است.

سؤالات پژوهش
 الف: سؤال اصلی: الگوی هوش استراتژیک برای مدیران مناطق آموزش و پرورش شهر تهران (از دیدگاه خبرگان) چیست؟
 ب: سؤالهای فرعی

۱. ابعاد سازنده الگوی هوش استراتژیک برای مدیران مناطق آموزش و پرورش شهر تهران (از دیدگاه خبرگان) کدامند؟
۲. مؤلفه های سازنده الگوی هوش استراتژیک برای مدیران مناطق آموزش و پرورش شهر تهران (از دیدگاه خبرگان) چگونه است؟
۳. شاخص های سازنده الگوی هوش استراتژیک برای مدیران مناطق آموزش و پرورش شهر تهران (از دیدگاه خبرگان) چگونه است؟

داده و سیستم های تحلیلی و پردازش داده ها در درون سازمان لازم و حیاتی می نمایند، وجود اطلاعات می تواند باعث شکل دادن و نظام دادن به آشفته گی ها و ایجاد تفکر استراتژیک شود، یعنی اینکه فرد با ایجاد تفکرات استراتژیک حاصل از اشراف اطلاعاتی قادر خواهد بود در ذهن خود نظم و هماهنگی به وجود آورد و تفکرش را انسجام بخشد. برای نظم بخشیدن به آشفته گی ها و پاسخگویی برای نظم بخشیدن به آشفته گی ها و پاسخگویی به اقتضائات محیطی، لازم است تغییر بنیادی در شیوه تفکر مدیران به وجود آورد. استراتژیک فکر کردن مدیران و اعضای سازمان منجر به برتری سازمان در بازار رقابت، تسهیل در راه دستیابی به چشم اندازها و همچنین وارد شدن به حوزه های جدید و خلق ارزش های نو برای سازمان و ذینفعان خواهد شد. مدیر دارای تفکر استراتژیک با آگاهی و درک درست از محیط پیرامون با کمک هوشمندی اطلاعاتی به وسیله عوامل مؤثر درونی و بیرونی سازمان و تحلیل فاکتورهای تأثیرگذار اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و تکنولوژیکی بر کل سازمان، می تواند راه حل های مناسب برای رسیدن به اهداف را استنباط کند (۲۴).

هوشمندی فرایندهای سازمانی، دربرگیرنده حوزه وسیعی از کاربردها در زمینه نظارت و تجزیه و تحلیل فرایندها به منظور بهینه سازی و پیش بینی، بررسی همگونی و کشف فرایندهای سازمان می باشد. به علاوه، این نوع هوشمندی به شناسایی گلوگاهها و تنگناها و علل آن می پردازد تا به سازمان ها درک بهتری از چگونگی اجرای فرایندهای کسب و کار خود را بدهد هوشمندی سازمان کمک می کند تا تفکر استراتژیک پاسخی مناسبی به نیازهای فزاینده سازمان در تطابق با محیطی که داری پنج ویژگی عدم قطعیت، ابهام، رقابت روزافزون، آشوبناکی، سرعت در آن حکم فرما است بدهد. (۲۵).

در تعریفی که به وسیله تومو کوسا ارائه شده است هوشمندی استراتژیک شامل جمع آوری پردازش و تجزیه و تحلیل داده های محیطی و انتشار این اطلاعات که در ارتباط استراتژیک با سازمان هستند، تعریف شده است. هوشمندی استراتژیک شامل قوانین، مالیات و امور مالی، گستره اقتصادی و سیاسی و مقولات منابع انسانی سازمان است. به عبارتی هوشمندی استراتژیک رفتارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی یک سازمان را مشاهده و تحلیل می کند. هوشمندی استراتژیک با عواملی همچون دید استراتژیک، داشتن منابع اجتماعی و انسانی، بررسی مسائل اقتصادی و سیاسی سازمان ارزیابی می شود.

به صورت تخصصی، هوشمندی استراتژیک به نظام برنامه ریزی استراتژیک و تصمیم گیری استراتژیک سازمان وابسته است، در تعریفی دیگر هوشمندی استراتژیک به عنوان مفهومی که به صورت گسترده با هوشمندی سازمانی، استراتژی های سازمان، منابع استراتژیک سازمان و مدیریت استراتژیک ارتباط دارد، تعریف می شود در واقع طبق اظهارات صاحب نظران، هوشمندی استراتژیک مفهومی گسترده و چندبعدی است که نمی توان تعریف ثابت و معینی از آن ارائه کرد با مطالعه کتب و مقالات و همچنین با استفاده از تقسیم بندی های ارائه شده از سوی پژوهشگران عوامل و مولفه

خبرگان اجرا کردند و پس از اشباع نظری، ابعاد مؤلفه‌ها و شاخص‌ها نهایی شد. مجدداً الگو براساس ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها ترسیم و خبرگان آنها را تأیید و اعتباریابی کردند. اعتبار و رویی ابزار سنجش به مدد اجماع سه‌سویه به‌دست آمد. همچنین روش‌های گردآوری اطلاعات از طریق مطالعه عمیق کلیه تئوری‌ها، مدل‌ها، یافته‌ها، الگوها، پژوهش‌ها اعم از ملی و جهانی انجام شد و سپس از طریق اجرا کدگذاری باز و بعد از آن اجرای کدگذاری محوری به منظور مقوله‌بندی شاخص‌ها در قالب ابعاد و مؤلفه‌ها و در مرحله بعدی، این مهم به صورت یک فرم مصاحبه نیمه‌ساختاریافته تنظیم شد و از طریق مصاحبه عمیق فن دلفی و بارش فکری به مدد خبرگان و استمرار آن تا اشباع نظری دست یافته و در پایان منجر به احصای الگو، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها توسط خبرگان گردید. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها به مدد روش کیفی، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نوع آمیخته اکتشافی می‌باشد و از لحاظ اهداف، کاربردی، از نظر داده‌ها کیفی و از نظر ماهیت و نوع مطالعه، داده‌بنیاد نوظهور است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه خبرگان دارای مدرک تحصیلی دکتری و عضو هیات علمی یک دانشگاه با سابقه حداقل ۵ سال و دارای مدارک تحقیقاتی و شرکت در سمینارهای مورد نظر می‌باشد. از بین این جامعه تعدادی نمونه به صورت هدفمند و به روش اشباع نظری انجام می‌گیرد (منظور از اشباع نظری این است که با افراد نمونه تا حدی مصاحبه می‌شود که مصاحبه‌های جدید منجر به اطلاعات جدیدی در خصوص ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی هوش استراتژیک احصا نشود. ابزار پژوهش، یک فرم مصاحبه نیمه‌ساختاریافته می‌باشد که براساس کدگذاری باز و کدگذاری محوری به دست آمد و سپس خبرگان، از طریق کدگذاری انتخابی با مصاحبه و بارش فکری بر روی

جدول ۱. الگوهای هوش استراتژیک براساس یافته‌های پژوهش‌های دیگر

نویسنده و سال	ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها
ایران زاده، ۱۳۸۷	هوشمندی منابع انسانی، منابع مالی و منابع فیزیکی
بوکر (۲۰۰۸)	پاداش و مزایا، روابط کارکنان، انتخاب و استخدام و وضعیت نیروی کار در محیط رقابتی
استوارت و براون (۱۳۹۲)	توانایی منابع انسانی، تلاش و کوشش
بل و منگوک (۲۰۰۲)	حمایت سازمانی
ایران زاده، ۱۳۸۷ (سابرینا و دیگران، ۲۰۱۲)	گردآوری و سازماندهی، تجزیه و تحلیل، توزیع اطلاعات بین بخش‌های سازمان و مدیریت و عمل به اطلاعات با احترام به اصول اخلاقی
ریچارد و راسل (۲۰۰۷) لشکر بلوکی (۱۳۹۰)	نظارت و تجزیه و تحلیل فرایندها به منظور بهینه‌سازی و پیش‌بینی، بررسی همگونی و کشف فرایندهای سازمان
ریچارد و راسل (۲۰۰۷) گرگوری (۲۰۰۳)	نظارت و تجزیه و تحلیل فرایندها به منظور بهینه‌سازی، پیش‌بینی، بررسی همگونی و کشف فرایندهای سازمان
ریچارد و راسل (۲۰۰۷) کوتنز و دیگران، (۱۳۷۰)	فرآیندهای اصلی، فرآیندهای پشتیبانی و فرآیندهای توسعه
(سابرینا و دیگران، ۲۰۱۲) کروگر (۲۰۱۰)	فرآیند گردآوری، سازماندهی، تجزیه و تحلیل و توزیع دانش میان تمامی بخش‌های سازمان، ثبت دانش، اشتراک دانش
(هنسون و رولا، ۱۳۸۸) کروگر (۲۰۱۰)	فناوری‌های ارتباطی، قدرت دانش
(آکر و دیگران، ۲۰۰۹)	توانایی یکپارچه‌سازی و تجزیه و تحلیل اطلاعات مالی، پیش‌بینی بودجه بندی، شبیه‌سازی و مدیریت ریسک

ارتباطات، ابزارهای تحلیل، سیستمهای گزارش دهنده و تصمیمگیری اثربخش	لی همکاران(۲۰۰۸)	
تجزیه و تحلیل اطلاعات مالی، بودجه بندی و مدیریت ریسک	(صیادی، حیاتی و منجزی، ۱۳۹۰).	
تنظیم نیازهای اطلاعاتی، انتخاب منابع، جمع آوری داده و ارزیابی اطلاعات	ساویز(۲۰۰۴)	
میزان پژوهشهای کاربردی و بنیادی، تعداد مقالات و انتشارات، داشتن فرآیندهای صنعتی سالم	گابری(۲۰۰۷)	هوشمندی تکنولوژیکی
گردآوری اطلاعات از مقالات، نشریات، پژوهش های کاربردی و بنیادی، روشها، هنجارها و فرآیندهای صنعتی	آپرل و بس (۲۰۰۶)	
بهبود تکنولوژی موجود، شناسایی جهش های تکنولوژیک و پژوهش های کاربردی و بنیادین	ویور و دیگران(۲۰۰۵)	
سیاست های قیمت گذاری، محصولات جانشین و سیاست های توسعه رقبا	گابری، ۲۰۰۷ دونالد مار چند (۱۹۹۵)	هوشمندی رقبا
سیاستهای قیمت گذاری، محصولات جانشین و سیاست های توسعه رقبا	(دسچامپز و نایاک (۱۹۹۵) (پریپوراس، ۲۰۰۵).	
مبادلات مشتریان کنونی و بالقوه، ویژگی ها و اطلاعاتی شخصی آنها و تبادل اطلاعات و دانش و تمایلات فزاینده جامعه هدف	(کاوالکاتنل، ۲۰۰۵).	هوشمندی مشتریان
مشتریان شناسایی نیازهای جاری مشتریان، شناسایی نیازهای آتی مشتریان و فرصت های خلاقانه موجود	(پریپوراس و دیگران، ۲۰۰۵).	
کسب اطلاعات در مورد مسائل اقتصادی، دسترسی بی واسطه به اطلاعات و تحلیل بازار	(کوآرمبی، ۲۰۰۹). (پیساییا و دیگران، ۲۰۰۹).	هوشمندی تجاری

هوش استراتژیک مهارتی ضروری است که سیستم مدیریتی را محکم نموده باید هرچه سریعتر به آن اهتمام ورزد و بر جامعیت و یکپارچگی و مطلوبیت آن توجه کنیم. نخستین یافته پژوهش در خصوص این پرسش است که الگوی هوش استراتژیک مدیران آموزش و پرورش از دیدگاه خبرگان چیست؟ این نتیجه بیانگر آن است که هوش استراتژیک مدیران آموزش و پرورش از دیدگاه خبرگان به شرح شکل ۲ است: الگوی مذکور مرکب از ۲ بعد، ۲۱ مؤلفه و ۲۰۶ شاخص می باشد؛ بدین ترتیب تمامی افراد نمونه یافته های به دست آمده در بخش کیفی را تأیید کردند. در خصوص یافته به دست آمده از حیث همسویی با سایر پژوهش های انجام شده می توان گفت یافته به دست آمده با یافته های پژوهشگرانی همچون بوکر (۲۴)، لشکر بلوکی (۲۵)، پیساییا و دیگران (۲۳). همخوانی دارد.

تجزیه و تحلیل داده ها
تجزیه و تحلیل داده های بخش کیفی طی چهار مرحله انجام شد:
الف) کدگذاری باز: در این مرحله، شاخص ها به مدد مطالعات ملی و جهانی و مصاحبه با خبرگان احصا شد.
ب) کدگذاری محوری: در این مرحله ۲ بعد به مدد مصاحبه با خبرگان، احصا شد. شایان ذکر است که به منظور جلوگیری از طولانی شدن متن مقاله، از ذکر جدول کدگذاری باز و محوری خودداری شده است.
ج) کدگذاری انتخابی: در این مرحله که توسط خبرگان انجام شد در مجموع برای الگوی هوش استراتژیک مدیران به ترتیب اولویت ۲ بعد، ۲۱ مؤلفه و ۲۰۶ شاخص، نهایی گردید.
یافته های تحقیق

در این بخش ۲۱ مؤلفه سازنده به دست آمده که به ترتیب اولویت عبارتند از: مدیریت دانش، هوشمندی اطلاعاتی، هوشمندی منابع انسانی، هوشمندی فرآیندهای سازمانی، هوشمندی مالی، فرایندهای پشتیبانی، فرایندهای ارتباطی، برنامه ریزی هوشمند، هوشمندی اخلاقی، هوشمندی آموزشی، قدرت تغییر و تحول، هوشمندی رقبا، هوشمندی تجاری، هوشمندی ارتباط با مشتریان، هوشمندی برنامه ریزی برون سازمانی، هوشمندی هدف گذاری برون سازمانی، تفکر شهودی محیطی، هوشمندی کلان محیطی، هوشمندی اجتماعی، هوشمندی تکنولوژیکی و سیاستگذاری می باشد.

پاسخ سؤال فرعی اول پژوهش: ابعاد سازنده الگوی هوش استراتژیک مدیران آموزش و پرورش از دیدگاه خبرگان به ترتیب اولویت کدامند؟

الگوی مذکور که خبرگان اعتباریابی کرده اند مشتمل بر دو بعد است که این ابعاد به ترتیب اولویت عبارتند از: ۱- بعد برون سازمانی ۲- بعد درون سازمانی می باشد.

پاسخ سؤال فرعی دوم پژوهش: مؤلفه های سازنده الگوی هوش استراتژیک مدیران آموزش و پرورش از دیدگاه خبرگان به ترتیب اولویت کدام است؟



شکل ۲. الگوی استخراج شده هوش استراتژیک

اطلاعاتی شامل هوشمندی پایگاه اطلاعاتی، توزیع اطلاعات در بخشهای مختلف سازمان، مدیریت اطلاعات، گردآوری و سازماندهی اطلاعات، تجزیه و تحلیل اطلاعات، دسترسی به اطلاعات، پایگاه غنی اطلاعاتی، دسترسی به بیگ دیتا و هوشمندی تکنولوژیکی ۳- هوشمندی منابع انسانی شامل هوش هیجانی افراد، ضریب هوشی، توانمندی منابع انسانی، انتخاب و استخدام و وضعیت نیروی انسانی بر اساس میزان هوش، راهبردهای دانش منابع انسانی، جوامع دانشی، سرمایه فکری، مهارت های فردی، مهارت های اجتماعی ۴- هوشمندی فرآیندهای سازمانی شامل اتوماسیون اداری در فرایند ها، تسریع در فرایند ها، بهینه سازی فرآیندهای سازمان، همگونی

پاسخ سؤال فرعی سوم پژوهش: شاخص های سازنده الگوی الگوی هوش استراتژیک مدیران آموزش و پرورش چگونه است؟

سومین یافته پژوهش حاضر بیانگر این است که هر کدام از مؤلفه های به دست آمده مرکب از چه شاخص هایی هستند. در این بخش به شاخص های هر مؤلفه پرداخته شد؛ بعد درون سازمانی هوش استراتژیک شامل مؤلفه ها و شاخص هایی است مانند ۱- مدیریت دانش: خلق دانش، اشتراک دانش، گسترش دانش، استفاده از دانش، استقرار دانش، قدرت دانش، فناوری اطلاعات، شاخص توانمندی ساختار، فرهنگ سازمانی، توانمندی دانش مدیریتی، فرایند مدیریت دانش، توسعه و گسترش مدیریت دانش. ۲- هوشمندی

های رقیب، ترسیم یک نقشه از روند وضعیت فعلی و آینده نیازها، ترجیحات مشتریان، بازارهای جدید، فرصت های بخش بندی خلاق بازار، جمع آوری اطلاعات عملی در محیط رقابتی، بررسی و نظارت فرصت ها و تهدیدات، گردش سریع اطلاعات برای رقابتی پویا و تجارتي هوشمند می باشد.

۲- هوشمندی تجاری شامل کسب اطلاعات تجاری، کسب اطلاعات اقتصادی، دسترسی به اطلاعات بازار، شناخت بازار، زمینه سازی برای عرضه کنندگان بخش خصوصی، تثبیت قدرت خرید خدمات آموزشی برای سازمان، تعیین حداقل عرضه، تدوین مکانیزم مناسب عرضه و تقاضا، وضع قوانین تشویقی و تنبیهی، تضمین کیفیت ارائه خدمات. ۳- هوشمندی ارتباط با مشتریان شامل شناخت مشتریان کنونی، شناخت مشتریان بالقوه، ارتباطات اثربخش با مشتریان کنونی و بالقوه، مبادلات با مشتریان قبلی، داشتن اطلاعات کامل از مشتریان در بازار هدف، تبادل اطلاعات و دانش با بازار هدف، شناخت نیازهای مشتریان، شناخت نیازهای آینده مشتریان، شناخت روشهای ایجاد وفاداری در مشتریان، شناخت رفتار مصرف کننده، شناخت روشهای تصمیم گیری خرید، به کارگیری سیستم های مختلف بازاریابی برای جذب مشتری، استفاده از روش ها و فرصت های خلاق برای ارتباط با مشتریان، دادن تسهیلات به مشتریان کنونی. ۴- هوشمندی برنامه ریزی شامل برنامه ریزی عملیاتی با توجه به اهداف، برنامه ریزی با توجه به محیط بیرون، تعیین و شناسایی استراتژی های مفید، توجه به الگوهای نوظهور، حرکت از تصمیمات گذشته به تصمیمات آینده، برنامه ریزی برای استفاده از فرصت های فعلی، استفاده از منابع، برنامه ریزی کل گرا، برنامه ریزی برای ایجاد ابتکارات جدید، تصحیح و بهبود اثربخشی عملیات فعلی، برنامه ریزی منابع انسانی، برنامه ریزی بهره برداری، برنامه ریزی اجرا ۵- هوشمندی هدف گذاری شامل واقع نگری در تدوین اهداف، توجه به چشم اندازها و ارزشها، بررسی واقعیت های سازمانی، آگاهی از مقاصد رقبا در هدف گذاری، تعیین استراتژی های اصلی سازمانی، ارزیابی توانایی ها و منابع و قابلیت های سازمانی، کمک به جاری سازی استراتژی ها در تدوین اهداف، تدوین اهداف بر اساس چشم اندازها، تدوین اهداف بر اساس بازار و مسئولیت های عملکردی سازمان، ردگیری و پایش اهداف. ۶- تفکر شهودی محیطی شامل فرصت جویی هوشمندانه، دیدگاه سیستمی، درک موقعیت بر مبنای یادگیری، مفاهیم شناختی ۷- هوشمندی کلان محیطی:

ایجاد رویکرد در دولت نسبت به هوش استراتژیک، ایجاد فرهنگ هوشمندی سازمانی، روش های برون سازمانی به منظور همه گیر شدن فرهنگ هوش سازمانی، اجتماعی ساختن فرهنگ، تقویت روحیه و فرهنگ توانمندسازی در سازمان ۸- هوشمندی اجتماعی شامل تعیین اهداف کاربردی تحلیل های استراتژیک را از طریق مذاکره و توافق با ذینفعان اصلی، حمایت همکاران و سایر ذینفعان، برنامه ریزی در مورد چگونگی انجام تحلیل، جلب توافق افراد حوزه مسئولیت خود و شناسایی اولویتها یا فعالیتهای مهم مورد نیاز، گردآوری و تحلیل اطلاعات برای درک روندها و تحولات ارزیابی نیازهای فعلی و آینده نقش کاری خود، ارائه جلسات

فرآیندهای سازمان، نظارت بر فرآیندهای سازمان، پشتیبانی از فرآیندهای سازمان و نظارت، فرایندهای بهتر برای رسیدن به اهداف سازمانی، داشتن چشم اندازی کامل نسبت به فرآیندهای سازمانی، توانائی تنظیم فعالیتهای پشتیبانی برای پیشبرد فرآیندها، چابکتر سازی سازمان در هنگام تغییر فرآیندهای سازمانی در جهت واکنش به تغییرات بیرونی، پیش بینی تاثیرات تغییرات بر فرآیندهای سازمانی، عدم بروکراسی و کاغذ بازی، انواع روش های اطلاع رسانی به صورت مستقیم از طریق اتصال به پایگاه های داده ای مختلف، کوتاه نمودن زمان کل انجام یک وظیفه ۵- هوشمندی منابع مالی شامل منابع مالی اتوماتیک، تحلیل اطلاعات مالی، بودجه بندی مالی، مدیریت ریسک، سیستم های گزارشات مالی، حسابداری پیشرفته، اتوماسیون کامل در فرآیندهای حسابداری، بودجه بندی عملیاتی ۶- فرآیندهای پشتیبانی شامل پشتیبانی اطلاعات، پشتیبانی از تصمیم گیری ها، پشتیبانی از خلاقیت ها، پشتیبانی از تصمیمات استراتژیک، پشتیبانی از نظام پیشنهادات، فرایند های توسعه ۷- فرایندهای ارتباطاتی شامل ارتباطات اثربخش، ارتباط با مشتریان، سیستم های ارتباطاتی هوشمند، ارتباطات برون سازمانی، سیستم ارتباطات درون سازمانی، ارتباطات برای تبادل اطلاعات و دانش، یادگیری سازمانی، ایجاد مشارکت، کار تیمی، مهارت تبادل افکار و راه اندازی کسب و کارها، توانمندی کار تیمی در گروه های سازمانی به صورت عملی، مهارت پاسخگویی در حوزه شغل و وظیفه سازمانی، مهارت سخنرانی و رای زنی و انجام مذاکرات سازمانی، مهارت قدرت بخشی و الهام بخشی به دیگران، توانایی رهبری تصمیم گیری، ساماندهی زمان ۸- برنامه ریزی هوشمند شامل استفاده از سیستم های نوین برنامه ریزی، برنامه ریزی کوتاه مدت، برنامه ریزی بلند مدت، تصمیم گیری برای برنامه ریزی های فردی سازمانی، برنامه های توسعه فردی در سازمان، برنامه های توسعه گروهی در سازمان ۹- هوشمندی اخلاقی شامل صداقت، بی طرفی، انعطاف پذیری، اخلاق حرفه ای، همدلی سازمانی، تعهد سازمانی، اعتماد سازمانی، تدوین منشور و خط مشی های اخلاقی سازمانی، نفی سلطه و جبر دولتی، مسئولیت پذیری در قبال حفظ بیت المال، دوری از اعمال نظرات شخصی، ممیزی اخلاقی فرایندها، پرهیز از دوباره کاری، داشتن وجدان و انضباط کاری، پاسخگویی به مردم در عرصه مسئولیتی ۱۰- هوشمندی آموزشی شامل سیستم آموزش هوشمند، آموزش های مستمر سازمانی، آموزش های متنوع، آموزش مجازی، یادگیری مطمئن، توانمندسازی حرفه ای، آموزش های مقطعی تخصصی، آموزش های مقطعی غیر تخصصی، آموزش های انگیزشی، شناسایی رشته های نوین آموزشی، آموزش از طریق رسانه های جمعی، ایجاد هسته آموزشی و دوری از سیاست زدگی در آموزش ۱۱- قدرت تغییر و تحول شامل پذیرش تحول سازمانی، استقبال از تغییرات، تلاش در جهت ایجاد تغییر، انعطاف پذیری در برابر تغییرات، قدرت آموزش پذیری و قدرت تغییر می باشد.

بعد برون سازمانی هوش استراتژیک شامل شاخص هایی به شرح زیر می باشد ۱- هوشمندی رقبا که شامل سیاست های توسعه ی آنها، هوشمندی بازار، هوشمندی فناوری بازار، ویژگیهای رقبا، سیاست های قیمت گذاری، نوع محصولات رقبا، خدمات رقبا و تکنولوژی

در واقع، اطلاعات یکی از مهمترین دارایی های استراتژیک و ابزارهای بازاریابی است.

اینها مواردی هستند که به نظر می رسد در صورت کاربست هریک از مؤلفه ها و شاخص های الگوی هوش استراتژیک در توسعه و افزایش دانایی و توانمندی مدیران نظام آموزش و پرورش و ارتقای کیفی آن، نقش اساسی و سرنوشت سازی ایفا خواهد کرد.

بر اساس یافته های این تحقیق پیشنهاد می شود که:

- ساختار آموزش و پرورش به منظور نهادینه شدن مؤلفه ها و شاخص های احصا شده الگوی هوش استراتژیک اصلاح شود.

- زمینه همکاری های لازم برای اجرای بهبود وضعیت هوش استراتژیک مدیران از طریق نهادهای مربوط فراهم شود تا بتوان از مزایای این نوع هوش استفاده کرد.

محدودیت پژوهش

مهم ترین محدودیت پژوهش آنی است که پژوهش حاضر در جامعه خبرگان آموزش و پرورش استان تهران انجام شده است؛ لذا می توانست در سطح وسیع تری شامل کلیه استان های کشور اجرا شود که در این صورت، قابلیت تعمیم پذیری بیشتری داشت.

References

1. Kim, S., & Eom, T. (2018). A panel data analysis of the impacts of institutional differences on local governments' budgetary decisions. *International Review of Administrative Sciences*, 82 (3), 559–579.
2. Stenberg, R. J. (2001). Successful intelligence: a new approach to leadership. In R. E. Riggio, S. E. Murphy, & F. J. Pirozzolo (Eds.), *Multiple Intelligences and Leadership* (pp. 23-42). Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum and Associate.
3. Stalinski, S (2004). Organizational intelligence: a systems perspective *organization Development Journal*, 22 (2), ABI / INFORM Global, 55-67.
4. Akgün, Ali E, Byrne, John, Keskin, Hali (2007) Organizational intelligence: a structuration view. *Journal of Organizational Change Management*, 20 (3), 272-289.
5. Potas, N, Erçetin S.S, Koçak, S (2010) Multi dimensional organizational intelligence measurements for determining the institutional and managerial capacity of girls' technical education institution

توجهی استراتژیک و گزارش های موقعیتی برای ذینفعان، اطمینان از مناسب بودن همه مطالب و در صورت لزوم عدم تداخل آنها.

۹- هوشمندی تکنولوژیکی که شامل استفاده از سیستم های هوشمند هوش مصنوعی، وسایل کمک آموزشی الکترونیکی، شبکه های اجتماعی دخیل در آموزش، اینترنت کافی و لازم، بانک های اطلاعاتی مناسب، زیرساخت های فناوری اطلاعات و سایت های کامپیوتری، هوش هزینه، منفعت تکنولوژی فعلی و تکنولوژی جدید ارزیابی شده، تغییرهای تکنولوژی می باشد. ۱۰- سیاست گذاری که سیاست های مدیریت در جامعه، قوانین حاکم، سیاست گذاری دولت ها، فرهنگ جامعه، سیاست های انگیزشی، سیاست های مشارکتی می باشد.

یافته های به دست آمده نیز با سایر پژوهش های انجام گرفته مقایسه شد و به جرأت می توان گفت کامل ترین الگوی با توجه به هدفی که پژوهش حاضر به دنبال آن بود به دست آمد که با روش های علمی، تأیید شد. بدیهی است به مدد این الگو می توان هوش استراتژیک مدیران را سنجید.

نتیجه گیری

هوش استراتژیک تلاش استراتژیک یک سازمان برای اعمال هوشمندی در سازمان است. این امر به نوبه خود کارکنان سازمان را باهوش تر می کند، باعث کاهش نیروی کار می شود و در نهایت محصولات و خدمات خلاقانه تری تولید می کند که نیازهای مشتری را بهتر برآورده می کند. هوش استراتژیک مجموعه ای از رویه های فنی و مدیریتی، زیرساخت ها و ابزار طراحی شده برای ایجاد، به اشتراک گذاری و استفاده از اطلاعات و دانش در داخل و خارج از سازمان ها است. اگر سازمان ها دانش ایجاد یا انتشار دهند، ظرفیت آنها برای پاسخگویی به شرایط متغیر دنیای امروز افزایش می یابد. هوش استراتژیک، برای دستیابی به اهداف خود، از فعالیتها یا فرایندهای مختلفی از جمله مدیریت دانش، هوشمندی اطلاعاتی، هوشمندی منابع انسانی هوشمندی فرآیندهای سازمانی، هوشمندی منابع مالی، فرایندهای پشتیبانی، فرایندهای ارتباطاتی، برنامه ریزی هوشمند، هوشمندی اخلاقی، هوشمندی آموزشی، قدرت تغییر و تحول، هوشمندی رقبا، هوشمندی تجاری، هوشمندی ارتباط با مشتریان، هوشمندی برنامه ریزی برون سازمانی، هوشمندی هدف گذاری برون سازمانی، تفکر شهودی محیطی، هوشمندی کلان محیطی، هوشمندی اجتماعی، هوشمندی تکنولوژیکی و سیاستگذاری استفاده می کند. از منظر توانایی های پویا، سازمان ها موسسات دانشی هستند که در قالب فرآیندهای مدیریت دانش کار می کنند. بر این اساس، سازمان های رقیب با منابع موجود در سازمان اطلاعات و قابلیت های جدیدی کسب می کنند.

امروزه رقابت پذیری اساس بقای سازمان است. سازمان های معاصر جهان با شوک های زیست محیطی زیادی روبرو هستند، به طوری که تغییرات زیاد می توانند عملکرد شرکت ها را مختل کنند. بنابراین، سازمان ها برای تأمین ارزش بالاتر و رضایت مشتری در هر زمینه ای، به هوشمندی و اطلاعات زیادی از رقبا نیاز دارند.

14. Johannesson, J., & Palona, I. (2010). Environmental turbulence and the success of a firm's intelligence strategy: Development of research instruments. *International Journal of Management*, 27, 448- 459.
15. Soltani, Iraj. (1388). Six intelligence; Intelligent leadership tools. Tehran, Tadbir Magazine. 20th year .Number 210.
16. Kruger, J. P. (2010). A Study of Strategic Intelligence as a Strategic management Tool in the Long-Term Insurance Industry in South Africa. January Master of commerce: 48-72.
17. Hosseini Seyed Yaghoub, Yadali Shahrbanoo, Salimi Fard Khodakaram. (2012). Designing a Model for Measuring Strategic Organizational Intelligence (Case Study: Companies Using Business Intelligence Software in Iran). *Organizational Resource Management Research*. 2 (1): 21-43.
18. Hamidizadeh, Mohammad Reza (1393). Strategic and long-term planning. Tehran: Organization for the Study and Compilation of University Humanities Books (Position).
19. Hoffman, B. J. & Frost, B. C. (2006). Multiple intelligence of transformational leaders: an empirical examination. *International Journal of Manpower*, 27 (1), 37-51.
20. Viviers, W. & Saayman, A. & Muller. M .L. (2005). Enhancing a competitive intelligence culture in South africa. *International Journal of Social Economics*, (32): 576-588.
21. Moon, B.J. (2013). Antecedents and outcomes of strategic thinking. *Journal of Business Research*: 1698-1708.
22. Zhang, X. & Majid, Sh. & Foo, S. (2012). Library and Information Science Trends and Research: Asia-Oceania, 2 (6): 125-147.
23. Pisapia, J. & Sun-Keung Pang, N. & Hee, T. & Lin, Y. & Morris, JD (2009), A (Diyarbakir, anliurfa and Konya / Turkey). *African Journal of Business Management*, 4 (8), 1644-1651, www.academicjournals.org/AJBM.
6. Maccoby, M. (2011). Strategic Intelligence: A Conceptual System of Leadership For Change, *International Society for Performance Improvement*, 67 (5), pp.1-18.
7. Tessaleno, Devezas (2010). Crises, Depressions and Expansions: Global Analysis and Secular Trends, *Technol. Forecasting Soc. Change* 77, pp. 739-761.
8. Kuosa, T. (2011). Different approaches of pattern management and strategic intelligence. *Technological Forecasting and Social Change*, 78 (3), 458-467.
9. Gabber, H, (2007). Strategic intelligence topology analyze for improved plan operation. *Industrial Management and Data Systems*, 107 (2), 198-236.
10. Adeniji, C., Adeyeye, O., Iyiola, O., Olokundun, M., Motilewa, D., Ibidunni, S., & Akinbode, M. (2018). Data on strategic change on employees 'behavioral attitude and firm performance of selected manufacturing firms in Nigeria. *Data in Brief*, 18, 1551-1555.
11. Villagrasa, J., Buyl, T., & Escriba-Esteve, A. (2018). CEO satisfaction and intended strategic changes: The moderating role of performance cues. *Long Range Planning*, 51 (6), 894-910.
12. Ben-Menahem, S. M., Kwee, Z., Volberda, H. W., & Van Den Bosch, F. A. J. (2012). Strategic renewal over time: the enabling role of potential absorptive capacity in aligning internal and external rates of change. *Long Range Planning*, 46 (3), 216-235.
13. Logemann, M., Cornelissen, J., & Piekkari, R. (2018). The sense of it all: Framing and narratives in sense giving about a strategic change, *Long Range Planning*. UIn Press, U Uhttps://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.10.002U.

Comparison of the Use of Strategic Thinking Skills of School Leaders in Hong Kong, Malaysia, Shanghai, and the United States: Exploratory Study, *International Education Studies*: 2 (2).

24. Mohammadi, Gol Emad; Mohammadi, Neshat; Boroumandan, Zahra (1392). Commands and models for learning strategic thinking. *Journal of Development Strategy*. Issue 36.

25. Lashkar-e-Blooki, Mojtaba (2013). Techniques and commands of strategic thinking. Tehran. Text publications.

26. Booker, Q. E., Kitchens, F. L., & Rebman, C. M. (2008). Examining the use of competitive intelligence in staffing municipal police department: An exploratory study. *Issues in Information Systems*, IX (2), 530-537.