

استناد: امینی خیابانی، غلامرضا؛ (۱۳۹۶). «تأثیر مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی یک سازمان آموزشی- انتظامی (مورد مطالعه: آموزشگاه علمی- تخصصی شهید چمران ناجا)»، توسعه سازمانی پلیس، شماره ۳، صص ۱۱-۲۸.

تأثیر مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی یک سازمان آموزشی- انتظامی (مورد مطالعه: آموزشگاه علمی- تخصصی شهید چمران ناجا)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۱۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۴/۱۰

غلامرضا امینی خیابانی^۱

چکیده:

مدیریت راهبردی به معنای توانایی پیش‌بینی و تجسم آینده، حفظ انعطاف‌پذیری، تفکر راهبردی و پی‌ریزی تغییراتی است که باعث تحقق مزیت رقابتی برای سازمان در آینده خواهد شد. این مطالعه با هدف شناسایی و تبیین تأثیر مدیریت راهبردی بر عملکرد یک سازمان آموزشی- انتظامی طراحی و اجرا شد. برای این منظور چهار بُعد از ابعاد مدیریت راهبردی مبتنی بر الگوی دیویس و چهار بُعد از حوزه‌های عملکردی یک سازمان مبتنی بر الگوی چریدس با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای استخراج تا روابط میان متغیرهای آنها تحلیل آماری شود. برای گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای میان جامعه آماری متشکل از کارکنان و افسران آموزشگاه علمی- تخصصی شهید چمران ناجا توزیع شد و داده‌های حاصل از پاسخ‌های جامعه آماری با استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه، مورد بررسی آماری قرار گرفت. نتایج نشان داد چهار حوزه عملکردی فنآوری اطلاعات، منابع انسانی، بازاریابی داخلی و کیفیت تحت‌تأثیر مدیریت راهبردی است. به بیان دیگر، سازمان آموزشی باید برای پیاده‌سازی راهبردها و بهبود عملکرد، ابعاد مختلف مدیریت راهبردی را به شاخص‌های کلیدی عملکرد پیوند دهد.

کلیدواژه‌ها:

آموزشگاه علمی- تخصصی شهید چمران ناجا، حوزه‌های کلیدی عملکرد، رگرسیون چندگانه، مدیریت راهبردی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران

مقدمه

مدیریت راهبردی عبارت است از توانایی درک ساختار سازمان و محیطی که سازمان در آن فعالیت می‌کند، به‌کارگیری این شناخت و پیاده‌سازی آن به‌منظور ایجاد تغییرات راهبردی از طریق سایر افراد برای تثبیت جایگاه سازمان در محیط و دوره‌های زمانی کوتاه‌مدت و بلندمدت (آموس^۲، ۲۰۰۷). از نقطه نظر اقتصادی، هدف اصلی مدیریت راهبردی، بقای سازمان در راستای مأموریت و در آینده بلندمدت و به‌طور همزمان دستیابی به سود بالای متوسط است. بنابراین، یکی از اهداف اولیه مدیریت راهبردی، کسب سود است (توتار^۳، ۲۰۱۱). مدیریت راهبردی یعنی توانایی نفوذ در دیگران برای اتخاذ داوطلبانه تصمیم‌هایی که دوام بلندمدت سازمان‌ها را تضمین می‌کند و موفقیت مالی کوتاه‌مدت آنها را نیز حفظ می‌کند (دیوید، ۱۳۸۶). مدیریت راهبردی به‌معنای توانایی پیش‌بینی و تجسم آینده، حفظ انعطاف‌پذیری، تفکر راهبردی و پی‌ریزی تغییراتی است که باعث تحقق مزیت رقابتی برای سازمان در آینده خواهد شد (لی‌یر^۴، ۲۰۱۲) به‌عبارتی، کانون تمرکز مدیریت راهبردی، مزیت رقابتی پایدار و تداوم موفقیت سازمان در آینده است (پیرس و رایبسون، ۱۳۸۵). مدیریت در سطح راهبردی موضوعی کلیدی است که سازمان‌ها در قرن بیست‌ویکم با آن مواجه‌اند؛ به همین دلیل در دورنمای رقابتی، موضوع مدیریت راهبردی به‌طور فزاینده به کانون توجه پژوهشگران و دانشگاهیان تبدیل شده است. باوجود تاریخچه طولانی پژوهش‌های مربوط به مدیریت، فقط در سال‌های اخیر برخی از پژوهشگران، مدیریت راهبردی را به‌عنوان کانون توجه مدنظر قرار داده‌اند (نارایانان و زان، ۲۰۰۹). پژوهشگران اذعان می‌کنند مدیریت راهبردی، یک شایستگی پیچیده و چندبُعدی است که ریزه‌کاری‌های فراوانی دارد و به دلیل تأثیر بر حوزه‌های عملکردی و ساختارهای نوین سازمانی در آینده، مدون کردن آن دشوار است. دلیل این دشواری تا اندازه بسیاری به حوزه گسترده مدیریت راهبردی، که ساختار سازمان و متغیرهای محیطی را دربرمی‌گیرد، مربوط می‌شود و به دیدگاهی همه‌جانبه و کامل در مقایسه با آنچه معمولاً در نظریه‌های رهبر-پیرو یا سرپرستی حوزه مدیریت وجود دارد، نیازمند است (لی‌یر، ۲۰۱۲). این مطالعه با هدف بررسی و تبیین نقش مدیریت راهبردی بر بهبود حوزه‌های عملکردی در یک سازمان آموزشی-انتظامی و به‌منظور پاسخ به این پرسش اساسی طراحی و اجرا شد: آیا مدیریت راهبردی به بهبود در حوزه‌های عملکردی منجر می‌شود؟

۲. Amos (۲۰۰۷)

۳. Tutar (۲۰۱۱)

۴. Lear (۲۰۱۲)

بدیهی است اهداف و راهبردهای سازمان با تکیه بر مدیریت راهبردی تدوین می‌شود؛ افزون بر این مدیریت راهبردی است که ساختار، فرایندها، واپایش و ظرفیت‌های اصلی سازمان را توسعه می‌دهد، مشتریان فراوان را مدیریت می‌کند، مدیران اجرایی سازمان را انتخاب می‌کند، نسل آینده مدیران اجرایی را تربیت می‌کند، هدف را با توجه به راهبردهای سازمانی تعیین می‌کند، فرهنگ سازمانی اثربخش را گسترش داده و نظامی مملو از ارزش‌های اخلاقی را طراحی می‌کند تا به مخاطبان و ذی‌نفعان خدمت‌رسانی شود؛ بنابراین مطالعه و بررسی نقش و ارتباط آنها در استقرار ساختار سازمان اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند (لی، ۲۰۱۲).

پیشینه تحقیق

مدیریت راهبردی

در دو دهه گذشته، محیط فوق‌العاده رقابتی و بیش‌ازپیش پویا، سازمان‌ها را به تمرکز بر شایستگی‌های محوری خود ملزم کرده است. دنیای فناوری‌محور، آینده‌ای کاملاً جدید برای سازمان‌های آموزشی به‌منظور تدوین راهبرد، تسهیل کار و روابط کاری در راستای خلق ارزش برای سهامداران به وجود آورده است (سوسیک^۵، ۲۰۰۵). امروزه، سازمان‌های آموزشی به تحقیق و توسعه گرایش بسیاری دارند و بر نوآوری و کارآفرینی تأکید دارند و الگوی خاصی از روابط کاری را که از سبکی به سبک دیگر و از فردی به فرد دیگر متفاوت است، حفظ می‌کنند. رویکرد این مطالعه، تحلیل و بررسی ویژگی‌ها و رفتارهای مدیران راهبردی براساس الگوی دیویس^۶ می‌باشد. دیویس ویژگی‌های افرادی که نقش مدیریت راهبردی را به‌طور موفقیت‌آمیز ایفا می‌کنند و همچنین فعالیت‌ها یا رفتارهای کلیدی که رهبران راهبردی به آنها می‌پردازند، شناسایی کرده است. به عقیده وی این فعالیت‌ها عبارت‌اند از: (۱) ترجمه راهبرد به عمل، (۲) هماهنگ کردن افراد با سازمان‌ها، (۳) تعیین نقاط مداخله راهبردی اثربخش، (۴) توسعه قابلیت‌های راهبردی در آینده.

ترجمه راهبرد به عمل: مدیران راهبردی سازمان می‌توانند تشریح و اجرای فرایندها را بر عهده بگیرند. اگر فرایندها صحیح نباشند، واپایش تعارضات بین افراد طاقت‌فرسا می‌شود. فقط تعداد کمی از مدیران می‌توانند در رأس سازمان از اجرای راهبرد ممانعت کنند یا آنها را به مرحله اجرا درآورند؛ بنابراین

۵. Sosik (۲۰۰۵)

۶. Davies (۲۰۰۴)

تصمیم‌گیرندگان کلیدی در سازمان باید بافت راهبردی و مدیریت مؤثر در موقعیت‌های مختلف را با هدف پیاده‌سازی راهبردها و با استفاده از نظام‌های اطلاعاتی مدنظر قرار دهند (صحت و یاراحمدی، ۱۳۹۴).

هماهنگ کردن افراد با سازمان: نیازی نیست که این راهبرد دست افرادی باشد که در عالی‌ترین سطح سازمان قرار دارند. اگرچه فلسفه مدیریت راهبردی، مواجه‌شدن با پیچیدگی، ابهام و مدیریت دیگران است که خود می‌تواند ناشی از وجود تنوع در ارائه مفاهیم اصلی راهبرد باشد (آرمسترانگ، ۲۰۰۰). البته این محدوده در فاز تکاملی قرار دارد و با جنجال‌های زیادی نیز همراه است (عبدالغریب، ۲۰۰۹) و با کارکردهایی نظیر تعداد نیروی انسانی، صلاحیت‌های آنان و انگیزه لازم مشخص می‌شود (امینی خیابانی و حمدی، ۱۳۹۵؛ نملی، ۲۰۱۰).

تعیین نقاط مداخله راهبردی اثربخش: که قوی‌ترین پیوندها را با اهداف راهبردی سازمان، رضایت مشتری و درآمد‌های مالی دارد. مهمترین شاخص‌ها یا معیارهای مداخله عبارت‌اند از: معیارهای رشد، نقطه قوت رقابتی، نوآوری، سودآوری (مالی)، استفاده از منابع، بهبود کیفیت و بالاخره توجه به مالکان، مشتریان، کارکنان و افراد جامعه (کونگ و واکر، ۲۰۱۰).

توسعه قابلیت‌های راهبردی در آینده: تأکید و تمرکز مدیریت راهبردی بر اهداف بلندمدت سازمان نیازمند مهارت‌های خاصی است. تحت نظارت قرار دادن دانش و آگاهی افرادی که در سازمان هستند، بسیار مشکل است و به مهارت‌هایی نظیر استعداد گوش‌فرا دادن و توانایی برخورد با مدیریت تعارض نیاز دارد (هربینیک، ۲۰۰۶).

مدیریت راه‌کنشی (سرپرستی) با فعالیتهای روزمره سازمان درگیر است و فاقد چشم‌اندازی بلندمدت در جهت تغییر و رشد در سازمان می‌باشد و برخلاف مدیریت راهبردی به ثبات و نظم امور در حال جریان نیاز دارد (رو و نژاد، ۲۰۰۹). مدیریت راهبردی نه‌تنها بر عناصر درونی یک حوزه تأثیر می‌گذارد بلکه کل حوزه‌های عملکردی را نیز دربرمی‌گیرد، مقوله‌ای که درباره سرپرستی مصداق ندارد (نارایانان و زان، ۲۰۰۲).

حوزه‌های عملکردی

آنچه اهمیت مقولات و حوزه‌های عملکردی در سازمان پلیس را دوچندان می‌کند این است که سازمان پلیس افزون‌بر وظایف اصلی خود نظیر برقراری امنیت عمومی، پیشگیری از وقوع جرم و مقابله

با مجرمان، در سال‌های اخیر به شدت درگیر پدیده‌های نوظهور مثل ناامنی شبکه‌ها و فضای سایبری و وقوع جرائم رایانه‌ای است؛ بنابراین به‌طور مستمر با افراد مختلف سروکار دارد و در نتیجه می‌توان گفت سازمان پلیس ایران باید به‌طور پیوسته و گسترده درصدد بهبود سطح عملکرد در حوزه‌های مختلف سازمانی خود باشد (ضیائی و همکاران، ۱۳۹۲). البته در حوزه‌های کارکردی نیز گلوگاه‌هایی وجود دارد که بیش از سایر بخش‌ها تحت‌تأثیر اثربخشی مدیریت راهبردی است؛ منابع انسانی، فناوری اطلاعات، بازاریابی داخلی و کیفیت از مهمترین اهداف مدیریت راهبردی به‌شمار می‌آیند (چریدس و همکاران، ۲۰۰۳).

منابع انسانی: از آنجا که اغلب سازمان‌ها از منابع و امکانات تقریباً مشابهی برای دستیابی به اهداف خود استفاده می‌کنند، بنابراین مهم‌ترین تمایز بین آنها، چگونگی استفاده از منابع انسانی است (کالست، ۱۹۹۹). تحقق موفقیت‌آمیز اهداف و برنامه‌های مدیریت راهبردی نیازمند تغییراتی در نگرش ما نسبت به منابع انسانی است، موضوعی که در ادبیات جدید از آن به عنوان سرمایه انسانی یاد می‌شود (امینی خیابانی و حمدی، ۱۳۹۷). دیدگاه سرمایه‌ای به کارکنان، یکی از ویژگی‌های اساسی مدیریت راهبردی است (ضیائی و همکاران، ۱۳۹۲).

فناوری اطلاعات: مدیریت راهبردی با استفاده از فناوری اطلاعات به یکپارچه‌سازی دانش پراکنده در سازمان می‌پردازد و از طریق بسترهای اطلاعاتی، دانش ضمنی موجود در ذهن افراد را در مواقع لزوم به‌کارگیری می‌کند (صابری و باجی، ۱۳۸۸). در عصر ارتباطات که اطلاعات و افکار به‌سرعت در جریان است، مدیریت راهبردی نقش بسیار مهمی در پایداری و توانمندسازی سازمان در پاسخ به انتظارات متعارف دارد (پندلتون، ۱۳۹۰).

بازاریابی داخلی: بازاریابی در ساختار سازمان به بازاریابی داخلی اشاره دارد (ملکی و امینی خیابانی، ۱۳۹۷). مطالعات در این زمینه بیان‌کننده آن است که فعالیت‌های بازاریابی داخلی از طریق نفوذ و ایجاد انگیزه در کارکنان، رقابت‌پذیری سازمان را بهبود بخشیده و شایستگی‌ها را ارتقاء می‌دهد (احمد و رفیق، ۲۰۰۳). منشأ بازاریابی داخلی، بازاریابی خدمات است که در آن نه‌تنها مشتریان، هدف نهایی بازاریابی هستند بلکه کارکنان درون سازمان هم در کانون توجه و اهمیت قرار دارند (شی‌یو، ۲۰۱۰).

کیفیت: کیفیت موضوع گسترده‌ای در ادبیات مدیریت محسوب می‌شود و در صورتی که یک سازمان بتواند کیفیت و سطح عملکرد خود را بهبود بخشد و شرایطی را فراهم کند تا امکان بروز قابلیت‌های بالقوه را داشته باشد، آنگاه می‌توان شاهد رشد و پویایی راهبردی آن سازمان بود (امینی خیابانی و حمدی، ۱۳۹۵).

مطالب یادشده بیان‌کننده اهمیت و ضرورت مدیریت راهبردی در حوزه‌های عملکردی است، اما پرسش‌هایی نظیر چگونه معیارهای مدیریت راهبردی با بخش‌های مختلف فعالیت‌ها در سازمان آموزشی پیوند برقرار می‌کنند؟ یا چگونه معیارهای مدیریت راهبردی در سازمان پلیس مصداق می‌یابند؟ کمتر تشریح شده و پژوهش‌های تجربی درباره آنها انجام نشده است. بنابراین، در این پژوهش، ابعاد و مؤلفه‌های اصلی مفهوم مدیریت راهبردی از دیدگاه کارکنان و افسران آموزشگاه تخصصی شهید چمران ناجا و در مرحله بعد، چگونگی تأثیر ابعاد مدیریت راهبردی بر حوزه‌های کارکردی و عملکردی آن سازمان بررسی می‌شود. در ادامه برخی از تحقیقات مرتبط با تبیین روابط دو مقوله مدیریت راهبردی و حوزه‌های عملکردی به اختصار مرور می‌کنیم:

ساروات^۷ (۲۰۱۱)، به بررسی تأثیر مدیریت راهبردی بر عملکرد سازمان پرداخت. نتیجه پژوهش وی حاکی از آن بود که رابطه قوی و معناداری میان مدیریت راهبردی و عملکرد سازمانی وجود دارد. سرفونتین^۸ (۲۰۱۰)، تأثیر مدیریت راهبردی بر راهبرد عملیاتی و عملکرد سازمان‌های تجاری در آفریقای جنوبی را مطالعه کرده است. نتیجه پژوهش نشان داد که بین مدیریت راهبردی و راهبرد عملیاتی و عملکرد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. افزون بر این، مدیریت راهبردی با بازگشت دارایی‌ها و درآمد هر سهم ارتباط داشته است.

اسلان^۹ (۲۰۱۱)، تأثیر مدیریت راهبردی بر تغییر راهبرد و نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط در یک عدم اطمینان محیطی ادراک شده را بررسی کرده است. نتیجه پژوهش مؤید آن است که مدیریت راهبردی تحول‌گرا به‌طور مثبت از طریق شناسایی ابهام محیطی بر تغییر راهبردی و نوآوری تأثیر می‌گذارد اما رابطه مدیریت راهبردی عمل‌گرا و متغیرهای یادشده معنادار نبود.

برنادین (۱۹۹۵)، معتقد است عملکرد مدیر راهبردی باید به‌عنوان نتایج کار تعریف شود، زیرا قوی‌ترین پیوند را با اهداف راهبردی سازمان، رضایت مشتری و درآمدهای مالی دارد.

در پژوهش‌های داخلی نیز پورسعید و همکاران (۱۳۹۱)، قابلیت‌های اصلی مدیریت راهبردی را با عناوین منابع فنی، فرهنگی، ساختاری و انسانی شناسایی کردند. نتایج تحلیل کمی داده‌ها نشان داد که قابلیت‌های مدیریت راهبردی بر کسب و تحقق شایستگی‌های محوری تأثیر مثبت و معناداری دارند، به‌نحوی که ارتقاء

۷. Sarwat (۲۰۱۱)

۸. Serfontein (۲۰۱۰)

۹. Aslan (۲۰۱۱)

قابلیت‌های مدیریت راهبردی در جامعه آماری تحت بررسی، موجب دستیابی به انواع شایستگی‌های محوری می‌شود.

قربانی‌زاده و محمودی‌مقدم (۱۳۹۱) نیز به دنبال این بودند که فرایندهای راهبردی مدیریت را با توجه به طبیعت و نوع مشاغل در ناجا شناسایی کنند و با به کار بردن مناسب‌ترین آنها عملکرد سازمانی را بهبود بخشند. نتایج حاصل از تحقیق آنها نشان داد که بین سبک مدیریت راهبردی و اجرای مطلوب فرایندها رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

جامعه آماری: هدف اصلی این پژوهش شناسایی و تبیین اثرگذاری ابعاد مختلف مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی یک سازمان آموزشی انتظامی است؛ بنابراین کارکنان آموزشگاه علمی-تخصصی شهید چمران ناجا به عنوان جامعه آماری این مطالعه انتخاب شدند. نمونه‌گیری: به منظور تحلیل داده‌ها، کارکنان و افسران شاغل در آموزشگاه علمی-تخصصی شهید چمران ناجا به روش ساده در دسترس نمونه‌گیری شدند.

حجم نمونه: حجم حداقل نمونه مورد نیاز پس از مطالعه مقدماتی و تعیین واریانس جامعه (آذر و خدیور، ۱۳۹۵) بر اساس برآورد آماری از رابطه (۱) محاسبه شد:

$$n = \frac{Z^2 \times S^2}{\epsilon^2} = \frac{3.8416 \times 0.31}{0.0225} \approx 53 \quad \text{رابطه (۱)}$$

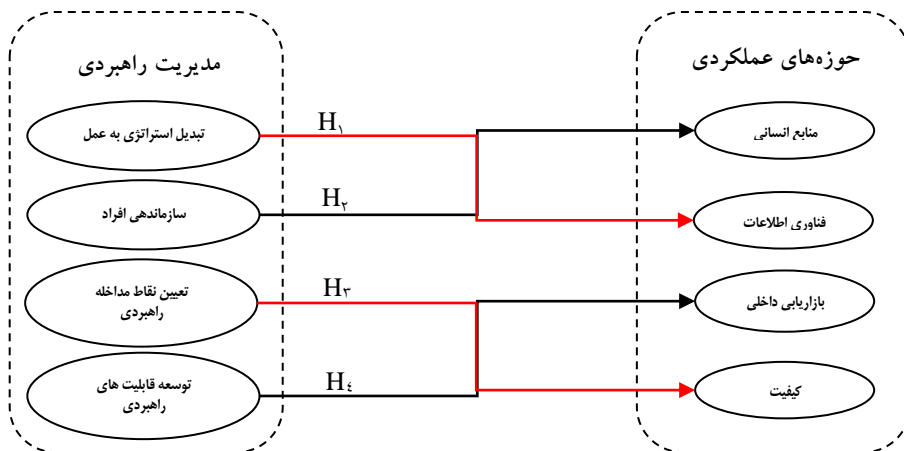
در رابطه فوق، n حجم نمونه، Z مقدار متغیر نرمال واحد استاندارد در سطح اطمینان ۹۵ درصد که برابر ۱/۹۶ می‌باشد، ϵ ثابت دقت برآورد است و معادل ۰/۱۵ می‌باشد، S^2 برآورد واریانس مشاهدات بوده که برابر با ۳۱/۰ و از ۳۰ پرسشنامه توزیع شده اولیه به دست آمده است. در سطح خطای ۵ درصد حجم نمونه حدود ۵۳ است.

ابزار گردآوری داده‌ها: داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. این پرسش‌نامه میان کارکنان و افسران آموزشگاه علمی-تخصصی شهید چمران ناجا توزیع شد. روایی پرسشنامه توسط متخصصان فن و استادان دانشگاه تأیید و پایایی آن نیز پس از اجرای آزمون آلفای کرونباخ معادل ۰/۷۸ و در حد خوب ارزیابی و محاسبه شد.

روش آماری پژوهش: نگرش اصلی این پژوهش، مطالعه و بررسی تأثیر مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی یک سازمان آموزشی-انتظامی با هدف بهبود عملکرد آن در آینده است. بنابراین به‌منظور تحلیل داده‌ها و پیش‌بینی و تبیین روابط میان متغیرها در سطح آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه (دلیمن، ۲۰۰۴) استفاده شد.

الگوی مفهومی پژوهش و توسعه فرضیه‌ها

در شکل (۱) روابط میان ابعاد مختلف مدیریت راهبردی براساس الگوی دیویس با حوزه‌های عملکردی سازمانی بر اساس الگوی چریدس، نشان داده شده است.



شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس روابط تئوریک حاصل از مطالعات اولیه، چهار فرضیه به شرح زیر تدوین شد:

H_1 : تبدیل راهبرد به عمل، تأثیر مثبت و معناداری بر نظام‌های فناوری اطلاعات دارد.

H_2 : سازماندهی افراد تأثیر مثبت و معناداری بر ارتقاء عملکرد منابع انسانی دارد.

H_3 : تعیین نقاط مداخله راهبردی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود کیفیت دارد.

H₄: توسعه قابلیت‌های راهبردی تأثیر مثبت و معناداری بر فلسفه بازاریابی داخلی دارد.

تحلیل یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود بر اساس نتایج حاصل از ضرایب همبستگی، r مشاهده‌شده در سطح $\alpha=0.05$ همبستگی مثبت و از نظر آماری، معناداری رابطه بین مدیریت راهبردی و حوزه‌های عملکردی در سازمان آموزشی-انتظامی مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۱. همبستگی مدیریت راهبردی و حوزه‌های عملکردی

منبع	فراوانی	t	سطح معناداری
مدیریت راهبردی	۵۳	۰/۱۴	۰/۰۴۳

منبع: یافته‌های تحقیق

در جدول (۲) نتایج ضرایب همبستگی هر یک از ابعاد مدیریت راهبردی با هر یک از ابعاد حوزه‌های عملکردی نمایش داده شده است.

جدول ۲. نتایج ضرایب همبستگی بین ابعاد مدیریت راهبردی و حوزه‌های عملکردی

توسعه قابلیت‌ها در آینده	تعیین نقاط راهبردی	سازماندهی افراد	تبدیل راهبرد به عمل	Strategic Management Functional Divisions
$r = 0.27$ $p = 0.04^*$	$r = 0.33$ $p = 0.04^*$	$r = 0.41$ $p = 0.04$	$r = 0.15$ $p = 0.001^*$	فناوری اطلاعات
$r = 0.23$ $p = 0.02^*$	$r = 0.16$ $p = 0.001^*$	$r = 0.64$ $p = 0.006^*$	$r = 0.19$ $p = 0.001^*$	منابع انسانی
$r = 0.19$ $p = 0.03^*$	$r = 0.17$ $p = 0.03^*$	$r = 0.22$ $p = 0.03^*$	$r = 0.16$ $p = 0.001^*$	بازاریابی داخلی
$r = 0.19$ $p = 0.02^*$	$r = 0.57$ $p = 0.002^*$	$r = 0.29$ $p = 0.02^*$	$r = 0.21$ $p = 0.001^*$	کیفیت

* معناداری در سطح $\alpha=0.01$

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس یافته‌های مندرج در جدول (۲)، میان ابعاد مدیریت راهبردی و حوزه‌های عملکردی در جامعه آماری مورد بررسی، ارتباط معناداری وجود دارد اما تلاش شد تا فقط ارتباط دوسویه متغیرهایی که روابط منطقی و تئوریک آنها براساس ادبیات پژوهش احراز شده است، در تفسیر یافته‌ها مدنظر قرار گیرد. در تبیین یافته‌های جدول یادشده، r ضریب همبستگی است که بین +۱ و -۱ قرار دارد؛ ضریب همبستگی مثبت یعنی با افزایش یک متغیر، متغیر همبسته آن نیز افزایش می‌یابد و ضریب همبستگی منفی یعنی با افزایش یک متغیر، متغیر همبسته آن نیز کاهش می‌یابد. p (یا p -value) نیز نشان‌دهنده معناداری رابطه بین دو متغیر است و اگر کمتر از $0/05$ باشد یعنی رابطه میان دو متغیر معنادار است. بدین ترتیب چهار فرضیه این مطالعه به شرح زیر تفسیر می‌شود:

H_1 : تبدیل راهبرد به عمل، تأثیر مثبت و معناداری بر نظام‌های فناوری اطلاعات دارد: بر اساس شواهد و یافته‌ها، بین دو متغیر پیش‌گفته همبستگی مثبت و جزئی وجود دارد و این همبستگی با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شد.
 H_2 : سازماندهی افراد تأثیر مثبت و معناداری بر ارتقاء عملکرد منابع انسانی دارد. همبستگی بین این دو متغیر برابر با $0/64$ و تقریباً قوی ارزیابی شد. همبستگی بین دو متغیر در سطح معناداری ۱٪ قرار دارد و با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شد.

H_3 : تعیین نقاط مداخله راهبردی تأثیر مثبت و معناداری بر بهبود کیفیت دارد. همبستگی بین این دو متغیر برابر با $0/57$ و تقریباً قوی ارزیابی شد. همبستگی بین دو متغیر در سطح معناداری ۱٪ قرار دارد و با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شد.

H_4 : توسعه قابلیت‌های راهبردی تأثیر مثبت و معناداری بر فلسفه بازاریابی داخلی دارد. بر اساس شواهد و یافته‌ها، بین دو متغیر یادشده همبستگی مثبت و جزئی وجود دارد و این همبستگی با اطمینان ۹۹ درصد تأیید شد.

تأثیر مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی یک سازمان آموزشی-انتظامی

در جدول (۳)، تحلیل رگرسیون وزن‌های خالص و ناخالص ابعاد مدیریت راهبردی مؤثر بر حوزه‌های عملکردی نشان داده شده است:

جدول ۳. تحلیل رگرسیون وزن‌های خالص و ناخالص ابعاد مدیریت راهبردی

منبع	ضرایب غیراستاندارد	خطای معیار	ضرایب استاندارد (β)	مقدار t	ضریب تعیین	سطح معناداری
تبدیل راهبرد به عمل	۰/۹۱۲	۰/۴۴	۰/۲۴۶	۲/۱۱	۰/۳۱	۰/۰۵
سازماندهی افراد	۰/۷۷۷	۰/۳۱	۰/۲۱۱	-۰/۳۹	۰/۳۹	۰/۰۵
تعیین نقاط مداخله راهبردی	۰/۷۳۲	۰/۵۶	۰/۲۳۹	۲/۱۳	۰/۴۴	۰/۰۵
توسعه قابلیت‌ها در آینده	۰/۷۹۱	۰/۳۵	۰/۲۰۹	۲/۱۹	۰/۳۵	۰/۰۵

* معنادار در سطح $\alpha=0/05$

منبع: یافته‌های تحقیق

برای تبیین روابط میان متغیرهای این مطالعه از توزیع t استفاده می‌کنیم. توزیع t برای نمونه‌هایی با حجم بیشتر از ۳۰ مورد می‌تواند به شکل استدلالی تقریب زده شود. زمانی که حد t تجربی بیشتر از حد بحرانی باشد، در حقیقت رابطه در سطح خطای احتمال معین (سطح معناداری) معنادار است. حد بحرانی مورد استفاده برای آزمون دو دامنه شامل ۶۵/۱ (سطح معناداری ۱۰ درصد)، ۹۶/۱ (سطح معناداری ۵ درصد)، و ۵۷/۲ (سطح معناداری ۱ درصد) می‌باشد. در مطالعات مدیریتی پژوهشگران معمولاً سطوح معناداری ۵ درصد را مفروض می‌گیرند. بر اساس نتایج t مندرج در جدول (۳)، هر چهار فرضیه در سطح معناداری ۵ درصد قرار دارند و با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌شوند و در معادله رگرسیون باقی می‌مانند.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که پیش از این بیان شد، رویکرد پژوهش حاضر بررسی تأثیر مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی یک سازمان آموزشی-انتظامی است. در این پژوهش تلاش شد تأثیر ابعاد مدیریت راهبردی بر مبنای الگوی چهاربُعدی دیویس بر حوزه عملکردی مبتنی بر الگوی چریدس از منظر کارکنان و افسران آموزشگاه علمی- تخصصی شهید چمران ناجا شناسایی شود. نتایج پژوهش نشان داد مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی سازمان مورد مطالعه بسیار تأثیرگذار است. به‌طور کلی رواج مدیریت سنتی و نبود مدیریت راهبردی یکی از مسائل اساسی است که سازمان‌ها به‌ویژه سازمان‌های

آموزشی با آن مواجه‌اند. رهبران سستی به‌طور عمده با فعالیت‌های روزمره سازمان سروکار دارند و فاقد چشم‌اندازی بلندمدت برای رشد و ایجاد تغییر در سازمان‌اند. همچنین نتایج پژوهش حاضر نشان داد مدیریت راهبردی بر حوزه‌های عملکردی سازمان تأثیر معناداری دارد.

اولین بُعد از ابعاد چهارگانه مدیریت راهبردی، توانایی تبدیل راهبرد به عمل است که به‌طور مستقیم با سامانه‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی سازمان ارتباط دارد. می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین مشکلات سازمان‌ها پیاده‌سازی راهبردهای تدوین‌شده است؛ اغلب مدیران تصور می‌کنند که با تدوین راهبرد به اهداف خود نائل شده‌اند و گروهی دیگر سعی در اجرای راهبرد به صورت ناقص دارند که نتیجه‌ای جز به‌هدردادن منابع سازمان نخواهد داشت. انتظار می‌رود پایگاه‌های داده و نظام‌های واپاشی از تصمیم‌های عملی‌سازی راهبرد در حوزه عملکردی سازمان حمایت لازم به عمل آورند.

بُعد دوم از ابعاد چهارگانه مدیریت راهبردی، سازماندهی افراد است که بر بهبود عملکرد منابع انسانی سازمان مؤثر است. سازماندهی افراد در ابعادی نظیر تأمین منابع انسانی، ارزیابی عمل‌کرد، آموزش، نظام پاداش خدمات و حس مشارکت کارکنان مشخص و منعکس می‌شود. مدیریت راهبردی فراهم‌کننده همسویی لازم در عملکرد منابع انسانی است و این همسویی راهبردهای کلی سازمان را محقق می‌کند.

سومین بُعد از ابعاد چهارگانه مدیریت راهبردی، انتخاب نقاط مداخله راهبردی است که بر بهبود کیفیت، بسیار تأثیرگذار است. امروزه سازمان‌ها با شناسایی شاخص‌های کلیدی عملکرد و با هدف افزایش کارایی درصدد کاهش هزینه‌های جاری خود می‌باشند تا فرایندها را با کیفیت بالاتر اجرا کنند. این امر مبتنی بر نظریه اقتصادی صرفه‌جویی ناشی از مقیاس بوده و باعث صرفه‌جویی در وقت، هزینه و انرژی سازمان می‌شود. به این ترتیب سازمان موردنظر می‌تواند از حداکثر توانایی و ظرفیت خود به‌منظور تحقق اهدافی که در آنها از مزیت نسبی برخوردار است، استفاده کند.

آخرین بُعد از ابعاد چهارگانه مدیریت راهبردی، توسعه قابلیت‌های راهبردی است. با توجه به تغییرات شتابان محیطی، سازمان‌ها باید به موضوع مدیریت در هر دو سطح عالی و عملکردی توجه بیشتری کنند. همچنین مدیریت راهبردی باید با صرف زمان و منابع، زیرساخت‌های لازم را با هدف بهبود توانمندی و مهارت در حوزه عملکردی فراهم آورد و در عین حال برنامه‌هایی برای ارتقاء قابلیت‌ها و توانمندی‌های مدیران ارشد به‌ویژه در سطح عالی سازمان تدوین و اجرا کند.

در این مطالعه تلاش شد برخی شاخص‌های متمایزکننده میان مدیریت راهبردی و مدیریت راه‌کنشی (سرپرستی) تعیین شود که بر پایه آنها می‌توان حوزه دست‌رسی و میزان مشارکت دیگر افراد را

در کل سازمان و در حوزه‌های عملکردی و بخش‌های اصلی شناسایی و تبیین کرد. شواهد حاکی از آن است که سازمان آموزشی- انتظامی مورد مطالعه برای بهبود سازماندهی و ارتقاء حوزه‌های عملکردی خود راهی جز شناسایی ابعاد و عوامل مدیریت راهبردی و برقراری پیوندهای لازم میان آنها و حوزه‌های عملکردی ندارد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های جمیل (۲۰۱۳)، اصلان و همکاران (۲۰۱۱)، ثروت و همکاران (۲۰۱۱)، و سرفونتین (۲۰۱۰)، راپز (۲۰۰۵)، تان (۲۰۰۴)، بیر و ایزن استیت (۲۰۰۰) و هید و همکاران (۲۰۰۲) همخوانی کامل دارد.

در این مطالعه الگویی با رابطهٔ بالا به پایین در سازمان آموزشی پلیس توسعه یافت و راهبردهای مدیریتی به حوزه‌های عملکردی تعمیم داده شد. به‌منظور توسعه الگوی این پژوهش، به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود به شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های سطح عالی سازمان‌های آموزشی پلیس نظیر دانشگاه علوم انتظامی امین پردازند و ارتباط و همبستگی ابعاد مدیریت راهبردی با آنها را در قالب رابطهٔ پایین به بالا ارزیابی و تحلیل کنند و نتایج و یافته‌های آن را با هدف تطبیق اثربخشی مدیریت راهبردی در دیگر سازمان‌های آموزشی کشور نظیر دانشگاه‌ها، مؤسسات آموزش عالی و پژوهشگاه‌ها مقایسه کنند.

منابع:

منابع فارسی

آذر، عادل، آمنه خدیور (۱۳۹۵). کاربرد تحلیل آماری چندمتغیره در مدیریت. چ ۲. تهران: انتشارات نگاه دانش.

امینی خیابانی، غلامرضا، کریم حمدی (۱۳۹۵). «*رابطه فضیلت سازمانی و کیفیت زندگی کاری کارکنان با استفاده از تحلیل گام به گام رگرسیونی (مطالعه موردی: بانک قوامین)*». فصلنامه منابع انسانی ناجا. سال یازدهم. شماره چهل و ششم. صص ۷۷-۱۰۰.

امینی خیابانی، غلامرضا، کریم حمدی (۱۳۹۷). «*رابطه میان فرهنگ بازاریگرایی و بهره‌وری منابع انسانی: تبیینی از رویکرد بازار در یک سازمان تجاری*». مدیریت بهره‌وری. سال یازدهم. ش ۴۴. صص ۱۷۹-۱۵۷.

پندلتون، مایکل آر، (۱۳۹۰). «در آستانه نوآوری: پلیس و مدیریت، مدیریت دانش در امور پلیسی». ترجمه علی محمد احمدوند و غلام چالقیان، تهران: مرکز تحقیقات کاربردی طرح و برنامه ناجا.

پورسعید، سیدمسعود، غلامرضا مرادی، و اسماعیل شعبانی (۱۳۹۱). «*الگوی شایستگی‌های محوری دانشگاه علوم انتظامی با تأکید بر مدیریت دانش*». فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی (مطالعات مدیریت انتظامی). سال هفتم. ش ۲. صص ۲۱۸-۱۹۷.

پیرس و رایبسون. (۱۳۸۵). برنامه‌ریزی و مدیریت راهبردی. ترجمه سهراب خلیلی شورینی. چ چهارم. تهران: انتشارات یادواره کتاب.

دیوید، فرد آر. (۱۳۸۶). «مدیریت راهبردی»، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی. چاپ دهم. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی..

صابری، فاطمه، فاطمه باجی (۱۳۸۸). «*نقش راهبردی مدیریت دانش در توسعه دانش سازمانی کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی*». مجموعه مقالات همایش ملی مدیریت دانش و علوم اطلاعات، پیوندها و برهم‌کنش‌ها، تهران: کتابدار.

صحت، سعید، محسن یاراحمدی (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر رهبری راهبردی بر عملکرد شرکت». فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی. سال سیزدهم. ش ۴. صص ۱۴۰-۱۰۶.

ضیائی عظیمی، سیدعلی، پیمان اخوان و سیدامیررضا نجات (۱۳۹۲). «سناسایی و ارزیابی عوامل کلیدی موفقیت مدیریت دانش در نیروی انتظامی». پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی. سال ششم. ش ۱. صص ۵۶-۲۹.

قربانی‌زاده، وجه‌اله، یوسف محمدی‌مقدم (۱۳۹۱). «الگوی مدیریت دانش در سازمان ناجا». فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی. سال هفتم. ش ۳. صص ۳۴۵-۳۲۸.

ملکی مین‌باش مرتضی رزگاه، و غلامرضا امینی خیابانی (۱۳۹۷). «تقش رهبری راهبردی در فعالیت‌های صنعت بانکداری با میانجیگری بازاریابی داخلی». فصلنامه مدیریت منابع در نیروی انتظامی. بهار ۱۳۹۷.

منابع لاتین

- Armon, G., Melamed, S. & Shirom, A. (۲۰۱۲). *The Relationship of the Job Demand-ControlSupport Model with Vigor across Time: Testing for Reciprocity*. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, ۴(۳), ۲۷۶-۲۹۸.
- Abdulkadir, D.S. (۲۰۰۹). *Effects of strategic human resource management practices on the silent killer of strategy implementation*. *Scandinavian Journal of Management*, ۱۲: ۱۱-۲۴.
- Ahmed, P., Rafiq, M. & Saad, N. (۲۰۰۳). *Internal marketing and the mediating role of organizational competencies*. *European Journal of Marketing*, ۳۷ (۹): ۱۲۲۱-۱۲۴۱.
- Amos, T. (۲۰۰۷). *Strategic leadership: key driver for strategic implementation*. *Management Today*, ۲۳ (۴): ۳۸-۴۱.
- Armstrong, M. (۲۰۰۰). *Performanc management: key strategies and practical guidelins*. ۲nd edition, London, Kogan page.
- Aslan S. Diken, A, & Shendogdu, A.A. (۲۰۱۱). *Investigation of the effects of strategic leadership on strategic change and innovations of SMEs in a perceived environmental uncertainty*. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, ۲۴: ۶۲۷-۶۴۲.
- Beer, M. & Eisenstat, R. (۲۰۰۰). *The silent killer of strategy implementation & learning*. *Journal of Sloan Management Review*, ۴۱ (۴): ۲۹-۴۰.
- Chourides, P., Longbottom, D., Murphy, W. (۲۰۰۳). *Excellence in knowledge anagement: an Empirical Study to identify critical factors and performance measures*. *Measuring Business Excellence*, ۷ (۲): ۲۹-۴۵.
- Davies, B., & Davies, B.J. (۲۰۱۰). *The nature and dimensions of strategic leadership I.SEA*, ۳۸ (۱): ۵-۲۱.
- Davies, B.J., & Davies, B. (۲۰۰۴). *Strategic leadership. School Leadership and Management*, ۲۴ (۱): ۳۰-۳۸.

- Deliman, T. (۲۰۰۴). *Applied regression analysis: a second course in business and economic statistics*, brooks/cole; ۳th edition.
- Heide, M. Kjell, G., & Simen, J. (۲۰۰۲). *Exploring barriers to the successful implementation of a formulated strategy*. *Scandinavian Journal of Management*, ۱۸ (۲): ۲۱۷-۲۳۱.
- Hrebiniak, L. (۲۰۰۶). *Obstacles to effective strategy implementation*. *Organizational Dynamics*, ۳۵ (۱): ۱۲-۳۱.
- Jamil, G.L. (۲۰۱۳). *Approaching Market Intelligence concept through a case analysis: Continuous knowledge for marketing strategic management and its complementarity to competitive intelligence*. Conference on Enterprise Information Systems, International Conference on Health and Social Care Information Systems and Technologies. *Procedia Technology* ۹, ۴۶۳ – ۴۷۲.
- Kalseth, K. (۱۹۹۹). *Knowledge management from a business strategy perspective*. *Journal of FID Review*, ۱ (۱): ۳۷-۴۱.
- Lear, L.W. (۲۰۱۲). *The relationship between strategic leadership and strategic alignment in light-performing companies in South Africa*. Ph.D thesis, Graduate school of business leadership, University of South Africa.
- Narayanan, V. K., & Zane, L.J. (۲۰۰۹). *Inventing a future for strategic leadership: phenomenal variety and epistemic opportunities*. *Journal of Strategy and Management*, ۲ (۴): ۳۸۰-۴۰۴.
- Nemli. (۲۰۱۰). *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*.
- Quong, T., & Walker, A. (۲۰۱۰). *Seven principles of strategic leadership*. ISEA, ۳۸ (۱): ۲۲-۳۵.
- Raps, A. (۲۰۰۵). *Strategy implementation - an insurmountable obstacle? Hand Book of Business Strategy*. Emerald Group Publishing Limited, ۶ (۱): ۱۴۱-۱۴۶.
- Rowe, G. & Nejad, M.H. (۲۰۰۹). *Strategic leadership: short-term stability and long-term viability*. *Ivey Business Journal*, ۷۳ (۵): ۶-۱۱.

- Sarwat, N., Khansa, H., Javeria, A.Q., & Mehwish, A. (۲۰۱۱). *Impact of strategic leadership on organizational performance, in the context of job satisfaction and organizational commitment, evidence form educational institutions of Pakistan*. Interdisciplinary Journal of Contemporary Rersearch in Business, ۳ (۴): ۶۵۸-۳۷۵.
- Serfontein, J.J., (۲۰۱۰). *The impact of strategic leadership on the operational strategy and performance of business organizations in South Africa*, ph.D thesis, University of Stellenbosch.
- Shiu, Y.M., & Yu, T.W. (۲۰۱۰). *Internal marketing, organisational culture, job satisfaction, and organizational performance in non-life insurance*. The Service Industries Journal, ۳۰ (۶): ۷۹۳-۸۰۹.
- Sosik, J.J., Jung, D.I., Berson, Y., Dionne, S.D., & Jaussi, K.S. (۲۰۰۵). *The strategic leadership of top executives in high- tech organizations*. Organizational Dynamics, ۳۴ (۱): ۴۷-۶۱.
- Tan, Y. (۲۰۰۴). *Barriers to strategy implementation: A case study of air New Zealand*, A thesis of the degree of Master of Business, Auckland University of Technology.
- Tutar, H., Altinoz, M., & Cakiroglo, D. (۲۰۱۱). *Is ethical leadership and strategic leadership a dilemma? A descriptive survey*. ۷th international strategic management conference. Procedia social and Behavioral Sciences, ۲۴: ۱۳۷۸-۱۳۸۸.