





دانشگاه پیام نور
دانشکده مدیریت ، اقتصاد و حسابداری
مرکز تهران غرب

پایان نامه
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
رشته MBA
گروه مدیریت MBA

عنوان پایان نامه:

سنجش تفکر استراتژیک در بین مدیران بیمه پاسارگاد بر مبنای
"مدل معاصر" در سال ۱۳۹۳

استاد راهنما:

جناب آقای دکتر محمد تقی امینی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر علی ربیعی

علیرضا چاوشی تهرانی

آبان ۱۳۹۳

تقدیم به آنهایی که فکرشان آرام میکند.

مادرم

پدرم

وطنم

همسرم

عزیز از دست رفته ام

تشکر و قدر دانی

در ابتدا خداوند را سپاسگذارم که شرایطی را بعد از مشکلاتی که نصیبم شده بود بوجود آورد که بتوانم پایان نامه خود را به سرانجام برسانم.

کمک ها و راهنماییهای آقای دکتر محمد تقی امینی به عنوان استاد نمونه و انسانی والا در نهایت منجر به تربیت و تعلیم دانشجویانی متعهد و عاشق خواهد شد. ممنونم استاد

سپاس از وزیر محترم دولت یازدهم آقای دکتر علی ربیعی که به عنوان استاد مشاور مرا یاری رساندند.

تشکر از آقای دکتر جوکار که زحمت داوری پایان نامه را کشیدند.

و در انتها لازم است از کمکها و زحمات بی دریغ دوست و برادر عزیزم آقای محمد جان بزرگی که کمک شایانی در این تحقیق به من نمود تشکر کنم. امیدوارم همگی این عزیزان موفق باشند.

آبان ۱۳۹۳

علیرضا چاوشی تهرانی

چکیده

در دنیای رقابتی امروز و جهت حرکت هوشمندانه به منظور باقی ماندن در عرصه رقابت و خارج نشدن از بازار باید سازمان ما استراتژی محور باشد. و نیاز به تفکر استراتژیک جزو ضروریات است. به منظور تطبیق میزان تفکر استراتژیک در بیمه پاسارگاد مدل ها و الگوهای مختلف جهت این سنجش وجود داشت که در نهایت "مدل معاصر" به عنوان بهترین مدل از نظر محقق مورد بررسی قرار گرفت. در مدل مذکور شش عامل (۱) شناخت (۲) رهبری تحول گرا (۳) تفکر سیستمی (۴) تفکر مفهومی (۵) فرصت طلبی (۶) آینده نگری از جمله ضروریات برای داشتن تفکر استراتژیک در نظر گرفته شده است که با توجه به تعاریف تئوریک هر یک از عوامل، گویه هایی از درون آنها استخراج گردیده است و در پرسشنامه طراحی شده قرار گرفت. با استفاده از داده های پرسشنامه و فنون آماری مناسب میزان تفکر استراتژیک در بیمه پاسارگاد مورد سنجش قرار گرفته است. دو هدف اصلی در این تحقیق عبارت است از: (۱) سنجش میزان تفکر استراتژیک در بیمه پاسارگاد (۲) ارائه راهکارهایی بر اساس نتایج تحقیق برای بهبود سازمان در خصوص تفکر مدیران. برای تحلیل پس از استخراج داده ها از آزمونهای (۱) کلومگرف-اسمیرنف (۲) آزمون تی (۳) روش رگرسیون چند متغیره استفاده شده است و هر ۶ فرضیه اثبات شده است. و مشخص گردید بیشترین ضعف سازمان در مورد مولفه فرصت طلبی هوشمندانه و کمترین ضعف در مورد مولفه رهبری تحول گرا می باشد، در پایان نیز راهکارهایی برای گسترش تفکر استراتژیک در بیمه پاسارگاد ارائه شده است.

کلید واژه ها: تفکر استراتژیک، بیمه پاسارگاد، تفکر سیستمی، تفکر مفهومی، فرصت طلبی، آینده نگری، شناخت، رهبری تحول گرا

فصل اول : کلیات

- ۱-۱- مقدمه..... ۱
- ۱-۲- بیان مساله و بیان سؤالهای اصلی تحقیق..... ۱
- ۱-۳- سؤالهای اصلی تحقیق..... ۳
- ۱-۴- سابقه و ضرورت انجام تحقیق ۳
- ۱-۵- هدف ها ۷
- ۱-۶- کاربردهای متصور از تحقیق..... ۷
- ۱-۷- مراجع استفاده کننده از نتیجه پایان نامه..... ۸
- ۱-۸- روش انجام تحقیق..... ۸
- ۱-۸-۱- روش و ابزار گرد آوری اطلاعات ۸
- ۱-۹- قلمرو تحقیق (زمانی ، مکانی ، موضوعی) ۹
- ۱-۱۰- جامعه آماری و روش نمونه گیری..... ۹
- ۱-۱۱- تعریف واژگان..... ۱۰

فصل دوم : ادبیات تحقیق

- ۱-۲- مقدمه..... ۱۲
- ۲-۲- پنج فاز مختلف در ادبیات استراتژی..... ۱۲
- ۲-۳- سابقه حضور مفاهیم استراتژی در مدیریت و سیر تکاملی آن..... ۱۴
- ۲-۴- تفکر استراتژیک چیست..... ۱۷
- ۲-۵- نقش تفکر استراتژیک در سازمان..... ۲۴

- ۶۲- ارتباط تفکر استراتژیک و برنامه ریزی استراتژیک.....۲۶
- ۷-۲- برنامه ریزی استراتژیک.....۲۷
- ۱-۷-۲- مکتب یادگیری: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند غیر منتظره.....۲۷
- ۲-۷-۲- مکتب برنامه ریزی: تدوین استراتژی به عنوان یک فرآیند رسمی.....۲۸
- ۲-۸- رابطه تفکر و برنامه ریزی استراتژیک با مکتب های یادگیری و برنامه ریزی.....۲۹
- ۹-۲- عناصر تفکر استراتژیک.....۳۱
- ۱-۹-۲- اجزای تشکیل دهنده عناصر تفکر استراتژیک.....۳۲
- ۲-۹-۲- طراحی مدل ساختاری تفسیری.....۳۷
- ۲-۱۰-۲- انواع مدل ها و الگوهای تفکر استراتژیک.....۳۸
- ۱-۱۰-۲- مدل مینتزبرگ.....۳۸
- ۲-۱۰-۲- مدل کیم برلی.....۴۰
- ۳-۱۰-۲- مدل تفکر استراتژیک جین لیدکا.....۴۱
- ۴-۱۰-۲- مدل گلدمن.....۴۶
- ۵-۱۰-۲- مدل دانشکده صنعتی نیروهای مسلح آمریکا.....۴۷
- ۶-۱۰-۲- مدل تکمیلی دانشکده صنعتی آمریکا (مدل معاصر).....۴۸
- ۱-۱۰-۲-۶-۱- تشریح عناصر مدل معاصر تفکر استراتژیک.....۵۳
- ۷-۱۰-۲- الگوی نوآوری استراتژی.....۷۷
- ۸-۱۰-۲- الگوی گزینه های آینده.....۷۹
- ۹-۱۰-۲- الگوی پنج فرمان.....۸۰
- ۱۱-۲- تفکر استراتژیک قابلیت شکل گرفتن دارد.....۸۳
- ۱۲-۲- تفکر استراتژیک به عنوان یک فرآیند و حالت ذهنی.....۸۹
- ۱۳-۲- هفت اصل تفکر استراتژیک.....۹۱
- ۲-۱۴- نقش تفکر استراتژیک در فرآیند تبدیل استراتژی ایده آل به استراتژی شدنی.....۱۰۱

- ۱۵-۲- تفکر استراتژیک به عنوان یک چارچوب برای مرجع..... ۱۰۴
- ۱۶-۲- نگاهی دیگر به استراتژی که از تفکر استراتژیک ناشی شده است..... ۱۰۹
- ۱۷-۲- نقش مدیران در تفکر استراتژیک..... ۱۱۱
- ۱۸-۲- پیشینه تحقیق..... ۱۱۳
- ۱۹-۲- معرفی شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۲۳

فصل سوم : روش تحقیق

- ۱-۳- مقدمه..... ۱۲۸
- ۲-۳- روش تحقیق..... ۱۲۸
- ۳-۳- روش جمع آوری اطلاعات..... ۱۲۹
- ۴-۳- جامعه آماری ۱۳۰
- ۵-۳- فرآیند انتخاب مدل و ابزار های اندازه گیری تفکر استراتژیک..... ۱۳۰
- ۶-۳- بررسی روایی و پایایی پرسشنامه..... ۱۳۲
- ۷-۳- معرفی عوامل موثر در تفکر استراتژیک ۱۳۲
- ۸-۳- معرفی روش آماری..... ۱۳۳
- ۱-۸-۳- روش تجزیه و تحلیل داده ها..... ۱۳۳
- ۲-۸-۳- آزمون کلو مگرف-اسمیرنف..... ۱۳۴
- ۳-۸-۳- آزمون تی تک نمونه ای..... ۱۳۸
- ۴-۸-۳- آزمون رتبه بندی فریدمن..... ۱۳۹

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

- ۱-۴-۱- مقدمه..... ۱۴۶
- ۲-۴-۲- توصیف داده ها..... ۱۴۶
- ۳-۴-۳- سوالات دموگرافیک..... ۱۴۷
- ۴-۳-۱- مشخصات دموگرافیک مدیران مورد مطالعه..... ۱۴۸
- ۴-۳-۲- بررسی توزیع فراوانی وضعیت مولفه های تفکر استراتژیک در مدیران منتخب شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۵۲
- ۴-۳-۳- بررسی توزیع فراوانی میزان بکارگیری تفکر استراتژیک در مدیران منتخب بیمه پاسارگاد..... ۱۵۸
- ۴-۴-۱- آمار استنباطی..... ۱۶۰
- ۴-۴-۱-۱- بررسی نوع توزیع داده های مطالعه از لحاظ نرمالیتی آنها..... ۱۶۱
- ۴-۴-۲- بررسی وضعیت کاربرد مولفه های تفکر استراتژیک در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۱
- ۴-۴-۲-۱- بررسی وضعیت کاربرد مولفه تفکر مفهومی در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۱
- ۴-۴-۲-۲- بررسی وضعیت کاربرد مولفه تفکر سیستمی در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۲
- ۴-۴-۲-۳- بررسی وضعیت کاربرد مولفه فرصت طلبی هوشمندانه در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۳
- ۴-۴-۲-۴- بررسی وضعیت کاربرد مولفه آینده نگری در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۴
- ۴-۴-۲-۵- بررسی وضعیت کاربرد مولفه شناخت در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۵
- ۴-۴-۲-۶- بررسی وضعیت کاربرد مولفه رهبری تحول گرا در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۶
- ۴-۴-۳- بررسی وضعیت کاربرد تفکر استراتژیک در بین مدیران شرکت بیمه پاسارگاد: (هدف کلی مطالعه)..... ۱۶۷
- ۴-۴-۴- رتبه بندی مولفه های تفکر استراتژیک برحسب میزان کاربرد آنها در مدیران مورد مطالعه شرکت بیمه پاسارگاد..... ۱۶۸

فصل پنجم : نتیجه گیری

- ۱-۵- مقدمه..... ۱۷۰
- ۱-۱-۵- نتایج حاصل از مولفه اول : (تفکر سیستمی)..... ۱۷۰
- ۲-۱-۵- نتایج حاصل از مولفه دوم (تفکر مفهومی)..... ۱۷۰
- ۳-۱-۵- نتایج حاصل از مولفه سوم (رهبری تحول گرا)..... ۱۷۰
- ۴-۱-۵- نتایج حاصل از مولفه چهارم (شناخت)..... ۱۷۱
- ۵-۱-۵- نتایج حاصل از مولفه پنجم (فرصت طلبی)..... ۱۷۱
- ۶-۱-۵- نتایج حاصل از مولفه ششم (آینده نگری)..... ۱۷۱
- ۲-۵- هدف کلی مطالعه (تفکر استراتژیک) ۱۷۱
- ۳-۵- سایر نتایج:..... ۱۷۲
- ۴-۵- پیشنهاد ها برای حل مشکل و بهبود اوضاع..... ۱۷۲
- ۵-۵- پیشنهادات محقق ۱۷۶
- ۶-۵- پیشنهادات برای پژوهش های آتی..... ۱۷۶
- ۷-۵- مقایسه موردی با پایان نامه های کار شده در بحث تفکر استراتژیک..... ۱۷۷

منابع و مأخذ

منابع و مأخذ ۱۷۸

پیوست ها

پیوست ها ۱۸۳

پیش‌گفتار

با توجه به دنیای رقابتی امروز و افزایش روز افزون در انواع حوزه های خدماتی و تولیدی ، ایجاد زمینه های مناسب جهت توسعه مهارت ها و دانش مدیریتی ، ضروری و غیر قابل اغماض می باشد.

یکی از ابزارهای خلاقانه جهت تقویت مهارتهای تفکر در مدیران سازمان ها استفاده از الگوها و مدل های تفکر استراتژیک در برخورد با مشکلات و مسائل پیچیده در سازمان میباشد. مدل های تفکر استراتژیک به عنوان ایده ای که شاید بتواند مهارتهای تفکر را در جنبه های مختلف در مدیریت سازمان تقویت کند و بینش جدیدی را در مواجهه با مسائل سازمان در اختیار آنها قرار دهد ، از جمله مواردی است که در دهه اخیر در ادبیات و تفکر استراتژیک بسیار مورد بحث بوده است.

در این فصل یکی از مدل های تفکر استراتژیک (مدل معاصر) برای سنجش تفکر استراتژیک در بیمه پاسارگاد به عنوان یک طرح تحقیقاتی پیشنهاد شده است.

جامعه آماری شامل مدیران شرکت بیمه پاسارگاد می باشد. نمونه گیری صورت نمیگیرد و کل جامعه آماری (۳۳ نفر) مورد بررسی قرار گرفته است. این تحقیق از نظر روش توصیفی و از نظر هدف کاربردی است. پس از انجام آزمونهای آماری هر شش فرضیه تایید شده است.

این پژوهش شامل ۵ فصل میباشد که در فصل اول به طور کلی بیان مسئله ، اهداف ، سوالات و فرضیه ها ، در فصل دوم تعاریف مختلف تفکر استراتژیک انواع مدلها و الگوهای تفکر استراتژیک ، در فصل سوم روش تحقیق ، بررسی روایی و پایایی پرسشنامه و معرفی روش آماری و در فصل چهارم تحلیل استنباطی داده ها ، آزمون فرضیه های تحقیق و در نهایت در فصل پنجم نتایج ناشی از فرضیه ها و پیشنهادها برای حل مشکلات و بهبود اوضاع در بیمه پاسارگاد مورد بررسی قرار می گیرد.

فصل يك:

كليات تحقيق

۱-۱- مقدمه:

در هر کار تحقیقی جهت تایید آن از سوی مراجع ذیصلاح لازم است یک طرح پیشنهادی با نام مشهور «پروپوزال» ارائه شود. تا تمام طرح برای این افراد قابل بررسی باشد و دقیقاً مشخص شود که چه اهدافی را در راستای چه نیازی دنبال خواهد کرد.

در این فصل ما با کلیات تحقیق پیشرو آشنا خواهیم شد. مباحثی که مطرح میشود مربوط به تعریف مساله، ضرورت انجام تحقیق، روش گردآوری اطلاعات، روش تحقیق و تحلیل داده‌ها بحث اجمالی انجام خواهد شد. قلمروی مکانی و زمانی تحقیق، جامعه آماری مشخص شده است. و در کل هدف این فصل استخراج سوالات، فرضیه‌ها و اهداف تحقیق می‌باشد.

۱-۲- بیان مساله و بیان سؤالی اصلی تحقیق:

در حال حاضر، با توجه به پیشرفت هایی که در زمینه علوم مدیریتی و فناوری اطلاعات در جهان رخ داده است، شاهد تغییرات بسیار فاحش و متمایز در نوع مدیریت و سازماندهی سازمانها هستیم. در سالهای اخیر، سازمان ها با محیط هایی متغیر و پیچیده، همراه با تحولات ناپیوسته و جهشی، تغییرات پی در پی پارادایم ها و رقابت بدون حیطه بندی مواجهند که بهمراه انفجار اطلاعات و جهانی شدن سریع، رقابت را بین سازمانها بسیار مشکل کرده است.

نکته حائز اهمیت این است که متخصصان و کارشناسان این حوزه در طی سالها سعی به ایجاد راهکاری برای سازمانها در جهت واکنش صحیح به محیط کرده اند، زیرا بی توجهی یا ناتوانی در تطبیق و پاسخگویی به محیط متلاطم یعنی مرگ سازمان^۱. پس یک سازمان برای بقا و ادامه حیاتش ملزم به بررسی های دقیقی است. یکی از مسائلی که طی این سالها توجه متخصصان را بخود جلب کرد، بحث برنامه ریزی استراتژیک^۲ و پیاده سازی آن است. البته بعد از مدتی متوجه شدند پیاده سازی برنامه ریزی استراتژیک و دستیابی به نتایج مطلوب آن، منوط به توجه دقیق به بحث جدیدی

^۱ Organization death
^۲ strategic planning

بنام «تفکر استراتژیک»^۳ است. تفکر استراتژیک جوهره اصلی و جانمایه برنامه ریزی استراتژیک است.

تفکر استراتژیک بصیرتی است که سازمانها را در تشخیص عوامل موثر در موفقیت یاری میدهد. در جهان رقابتی امروز جهت موفقیت میتوان «بهترین بودن» را تجربه کرد، اما از طریق تفکر استراتژیک «متفاوت بودن»؛ یعنی داشتن شایستگی متمایز و مزیت رقابتی^۴ را میتوان در سازمان ها پیاده کرد. لازم بذکر است که تنها در این شرائط میتوان بقای سازمانها را بخصوص در رقابت جهانی تضمین کرد..

تفکر استراتژیک مدیران را در تدوین استراتژی مناسب جهت بقا و کسب موفقیت یاری می دهد. تصمیم گیری با رویکرد کار آفرینانه و آماده سازی محیط نیاز به نوعی انعطاف پذیری ذهنی دارد. استراتژیست هایی که از تفکر استراتژیک برخوردارند با ویژگیهایی همچون تشخیص رهبری، خلاقیت، نگرش هلیکوپتری (سیستمی) دید بلند مدت و فرصت طلبی و بسیاری از قابلیت های ذهنی شناختی دیگر میتوانند سازمان را به آینده ای بهتر برسانند. این قابلیت ذهنی همان چیزی است که امروزه از آن به عنوان تفکر استراتژیک یاد می شود.

برای تعریف مفهوم تفکر استراتژیک میتوان به نظرات تئوریسین های موجود در این زمینه مراجعه کرد.

هرکدام از منظر خود و با توجه به تخصص اجرایی خود به تعریف پرداخته است، اما ما در اینجا به مفهومی مشترک از تفکر استراتژیک میپردازیم: «فرآیندی خلاقانه و واگراست که با چشم انداز سازمان مرتبط است و شامل گردآوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل و بحث و تبادل نظر در خصوص شرایط حاکم بر سازمانهاست، تا جاییکه بتواند به رفع ابهام و معنا بخشیدن به محیط پیچیده و متغیر سازمان کمک میکند».

تفکر استراتژیک فرآیند مداوم و مستمری است که مدیران سازمان را بسوی یادگیری سریع از محیط و به کارگیری خلاقیت سوق میدهد. در حقیقت، به مدیر کمک میکند تا بفهمد چه عواملی در

^۳ strategic thinking

^۴ Competitive advantage

دستیابی به اهداف مورد نظر موثر است و چه عواملی موثر نیست، چرا و چگونه این عوامل میتواند برای سازمان ارزش آفرینی کنند. و بعنوان اصل و اساس مفهوم تفکر استراتژیک میتوان به این جمله اشاره کرد: «دیدن فرصتهایی که رقبای سازمان از آنها غافل هستند»..

با توجه به مسائل مطروحه فوق ما بر آن شدیم تا تحقیقی را در زمینه بررسی میزان پایبندی مدیران ایرانی به تفکر استراتژیک انجام دهیم. با این بررسی قصد داریم مشخص کنیم که عملکرد و موفقیت یا عدم موفقیت مدیران ایرانی تا چه میزانی با مولفه های پیاده سازی تفکر استراتژیک مرتبط است. برای بررسی جامعه آماری خود را به مدیران شرکت بیمه پاسارگاد محدود کردیم.

۱-۳- سؤالی اصلی تحقیق:

سوال اصلی:

آیا تفکر استراتژیک بر مبنای مدل معاصر در شرکت بیمه پاسارگاد وجود دارد؟

سوال فرعی:

آیا عامل تفکر سیستمی در شرکت بیمه پاسارگاد مورد استفاده قرار میگیرد؟

آیا عامل تفکر مفهومی در شرکت بیمه پاسارگاد مورد استفاده قرار میگیرد؟

آیا عامل تحول گرا در شرکت بیمه پاسارگاد مورد استفاده قرار میگیرد؟

آیا عامل شناخت در شرکت بیمه پاسارگاد مورد استفاده قرار میگیرد؟

آیا عامل فرصت طلبی در شرکت بیمه پاسارگاد مورد استفاده قرار میگیرد؟

آیا عامل آینده نگری در شرکت بیمه پاسارگاد مورد استفاده قرار میگیرد؟

۱-۴- سابقه و ضرورت انجام تحقیق:

تغییرات سریع در محیط فعالیت سازمان ها همواره فرصت ها و تهدیدهایی را متوجه سازمان میکند. در صورت پیش بینی تغییرات و واکنش صحیح به آنها که منجر به استفاده بهینه از فرصتها (بخصوص فرصت هاییکه رقا از آنها غافل هستند)، و تبدیل تهدیدها به فرصتها (در شرایط مطلوب) و یا واکنش درست و متناسب با تهدیدها (در شرایط نامطلوب) میشود، سازمان را در زمره سازمانهایی پیشرو و موفق قرار میدهد.

نکته حائز اهمیت، غیرقابل پیش بینی بودن و تغییرات آنی شرایط محیطی است که تاثیر مستقیمی بر عملکرد داخلی سازمان ها میگذارد. تفکر استراتژیک با درک محرک های واقعی سازمان، فرصتهای بالقوه را آشکار و زمینه های ارزش آفرینی را مهیا می سازد.

با درک ضرورت تفکر استراتژیک و نقشی که در پیشبرد امور سازمانهای موفق امروزی دارد، مار را بر آن داشت تا پژوهش خود را در راستای تفکر استراتژیک پیگیری نمایم.

در این شرایط درک محیط و پیش بینی روند های اصلی آن با دشواری و خطای زیادی همراه است ، ابزارها و متدولوژیهای علمی آینده شناسی نیز اثر بخشی خود را از دست میدهند و نظر خبرگان غیر قابل اتکا میشود : در یک نظر سنجی که در سال ۱۹۸۴ توسط نشریه اکونومیست از ۱۶ نفر شامل وزرای اقتصاد، دانشجویان دانشگاه هاروارد و روسای شرکتهای چند ملیتی در مورد پیش بینی ۱۰ سال آینده صورت گرفت، بیش از ۶۰ درصد پیش بینی ها با خطا همراه بوده است ! آنان با تمام تخصص و تجربه خود نتوانسته بودند برآورده های صحیحی از روند قیمت نفت، شاخص های اقتصادی سنگاپور در مقایسه با استرالیا و دیگر موارد سوال را ارائه دهند. واقعیت این است که شرایط محیطی امروز پیش بینی و برآورد دقیق آینده را بسیار دشوار ساخته است و در این شرایط مکاتب کلاسیک استراتژی که بر مبنای پیش بینی روند آینده استوار است اثر بخشی خود را از دست می دهد (غفاریان و کیانی، ۱۳۸۷: ۳۹).

نظریه پردازان برجسته جهان از حدود سال ۱۹۹۵ میلادی با مفهوم «تفکر استراتژیک» آشنا شده اند و نظریه های متعددی را در این راستا تا به امروز ارائه نموده اند. اما، با گذشت بیش از پانزده سال از آشنایی با این مفهوم، هنوز در زمره علوم جدید محسوب میشود، و جای تحقیق و تکمیل تئوریهای وجود دارد.

در ایران، تحقیقات بسیار محدودی در این زمینه انجام شده است، که این خود بعنوان یک فاکتور محدودیت علمی پژوهش محسوب میشود. و همین کم توجهی به این امر مهم، با توجه به حضور روزافزون سازمانهای خصوصی، سازمانهای کارآفرین و سازمان های مجازی در کشور که همه از

علائم پیشرفت در محیط سازمانهای جدید و حرکت به سوی جهانی شدن است، ما را بر آن داشت تا پژوهش خود را در راستای تفکر استراتژیک در یک سازمان خصوصی (بیمه پاسارگاد) انجام دهیم. تا از این طریق به میزان آشنایی و شناخت مدیران این سازمان با مفهوم تفکر استراتژیک پی ببریم و همچنین میزان پایداری این مدیران را به فاکتورهای مورد بحث در دیدگاه معاصر تفکر استراتژیک بسنجیم.

نظریه پردازان مشهوری همچون هندفورد، مینتزرگ، کیم برلی، هامل، لیدکا و گلدمن در این زمینه نظر خود را ارائه داده اند. با توجه به جدید بودن نظریه معاصر (برگرفته از کتاب تفکر استراتژیک) و اینکه مدعی است ترکیبی از تئوری های پیش از خود است. این مدل شامل ۶ مولفه میباشد، که از طریق آنها میتوان تفکر استراتژیک را در بین اعضای یک سازمان پیاده کرد. درحقیقت حضور این مولفه ها میتواند سازنده متفکر استراتژیک باشد.

۱-۵- هدف ها:

هدف تحقیق در واقع پاسخگویی به یک نیاز است، نیازی که در ارتباط با مساله تحقیق است. در مساله تحقیق مجهولی نهفته است، پاسخ به مجهول نیاز تحقیق تلقی میشود. هدف تحقیق پس از شناسایی دقیق مساله، متغیرها، دامنه مطالعه، و پیشینه تحقیق بطور روشن بیان میشود. معمولاً اهداف تحقیق به دو دسته تقسیم میشوند: الف) هدف کلی. ب) هدف اختصاصی (جزئی/ویژه/فرعی) (حسن زاده، ۱۳۹۰؛ ۳۰-۳۴).

هدف اصلی:

ارزیابی کاربرد تفکر استراتژیک در شرکت بیمه پاسارگاد از دیدگاه معاصر.

هدف فرعی:

- ۱- ارزیابی به کارگیری عامل تفکر سیستمی در شرکت بیمه پاسارگاد.
- ۲- ارزیابی به کارگیری عامل تفکر مفهومی در شرکت بیمه پاسارگاد.
- ۳- ارزیابی به کارگیری عامل رهبری تحول گرا در شرکت بیمه پاسارگاد.
- ۴- ارزیابی به کارگیری عامل شناخت در شرکت بیمه پاسارگاد.
- ۵- ارزیابی به کارگیری عامل فرصت طلبی در شرکت بیمه پاسارگاد.
- ۶- ارزیابی به کارگیری عامل آینده نگری در شرکت بیمه پاسارگاد.

۱-۶- کاربردهای متصور از تحقیق:

نتایج حاصل از این پژوهش می تواند باعث ایجاد تمایز منحصر به فرد و کسب سهم گسترده ای از بازار صنعت خدمات خصوصاً بیمه گردد. با توجه به آنچه در پیشینه تحقیق ذکر شد میتوان پیش بینی کرد در صورت بکارگیری تفکر معاصر در سازمان و اجرای آن در سازمان در وضعیت رقابتی در صنعت بسیار حایز اهمیت است.

این تحقیق مورد استفاده کلیه شرکتهای خدماتی، تولیدی، خصوصی بازرگانی، آموزشی، درمانی و دیگر موسسات و سازمانها میباشد.

۱-۷- مراجع استفاده کننده از نتیجه پایان نامه:

کلیه شرکت‌های بیمه خصوصی و دولتی می‌توانند با استفاده از نتایج این پایان‌نامه، با ایجاد تفکر استراتژیک در سازمانهای خود به دستاوردهای مطلوبی برسند. همچنین سایر شرکتها و مؤسسات خدماتی نیز می‌توانند با استفاده از این تحقیق در فضای رقابتی باقی بمانند و دارای مزیت رقابتی گردند. و در نهایت امر اینکه کلیه مؤسسات آموزشی پژوهشی، دانشگاهها و ادارات دولتی خصوصی می‌تواند از نتایج حاصل از این پژوهش استفاده بهینه کنند. در مجموع می‌توان گفت از آنجا که رویکرد تفکر معاصر رویکرد جدید در مدل‌های تفکر میباشد می‌تواند برای مدیران و رهبران سازمانها، مشاوران و کارشناسان مدیریت و تمامی افرادی که به ماندگاری بنگاهها و سازمانها ی خود علاقه‌مند هستند سودمند و اثربخش باشد.

۱-۸- روش انجام تحقیق:

در این تحقیق از مطالعه اسناد، مدارک، مقالات، پایان نامه ها و کتابهای مختلف استفاده میگردد و از روش پرسشنامه میدانی استفاده می‌شود. پس پژوهش مورد نظر بر اساس ماهیت و روش تحقیق از نوع توصیفی، پیمایشی است. از آنجایی که نتایج تحقیق می‌تواند بطور عملی مورد استفاده قرار گیرد، تحقیق پژوهشی کاربردی می‌باشد.

۱-۸-۱ روش و ابزار گرد آوری اطلاعات:

برای جمع‌آوری اطلاعات تحقیق از روشهایی مثل پرسشنامه، مصاحبه، نظرسنجی از کارکنان، جستجو در اینترنت و بررسی اسناد استفاده میشود. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه تنظیم شده بر اساس متغیرهای مؤثر بر انتخاب پروژه میباشد.