

## بررسی رابطه هوش سازمانی و تفکر راهبردی در یک یگان اطلاعات نظامی

حسن کاویانی<sup>۱</sup>

حسین فتح‌آبادی<sup>۲</sup>

عباس فرجپور علمداری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۵/۱۵

### چکیده

سازمان‌های اطلاعات نظامی با رصد مداوم محیط استراتژیک و شناسایی و شناخت تهدیدات و فرصت‌های بالقوه و ارائه اطلاعات مناسب به واحدهای عملیاتی و پشتیبانی در تأمین امنیت کشور نقش مهمی ایفا می‌نمایند. امری که تحقق آن نیازمند نهادینه شدن تفکر راهبردی است. لذا این تحقیق که از نظر هدف کاربردی و از لحاظ پردازش اطلاعات توصیفی همبستگی می‌باشد با توجه به نقش و جایگاه ظرفیت هوش سازمانی و نیز کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی با نظرخواهی از تعداد ۶۳ نفر از مدیران و فرماندهان یک یگان اطلاعات نظامی و با استفاده از روش‌های آماری و نرم‌افزارهای لیزرل و SPSS به بررسی رابطه هوش سازمانی و تفکر راهبردی در این حوزه پرداخته است. نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق نشانگر آن است که در سطح  $p < 0/05$  بین هوش سازمانی با تفکر راهبردی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

**کلید واژه‌ها:** تفکر راهبردی، هوش سازمانی، اطلاعات نظامی

۱- کارشناس ارشد مدیریت اجرایی Hassan.kavyani@gmail.com

۲- کارشناس ارشد مهندسی صنایع Fh\_ie@yahoo.com

۳- کارشناس ارشد مدیریت دفاعی Farajpour.a@yahoo.com

## مقدمه

در حرکت از عصر صنعتی به عصر اطلاعات و با جابه‌جایی مؤلفه‌های قدرت، تغییر سیمای کنونی مرزهای جغرافیایی، فرقه‌ای و قومی، ظهور تهدیدات جدید، استفاده نادرست از فناوری‌های نوین و... ارکان اولیه واقعیت‌های نظامی آن‌چنان دگرگون شده است که ممکن است ثبات با هزینه اندک به دست نیاید و یا حتی با هیچ هزینه‌ای نتوان به آن دست یافت (کمیسیون تدوین استراتژی امنیت ملی آمریکا، ۱۳۸۳: ۱۱۸) در این فضای به‌شدت پیچیده و متلاطم، افراد، سازمان‌ها و ملت‌ها در معرض هجوم تغییراتی بیش‌ازاندازه و خیلی سریع قرار گرفته‌اند که باعث آشفتگی و از دست دادن ظرفیت آن‌ها برای اتخاذ تصمیم‌های هوشمندانه و انطباق پذیر شده است. (تافلر، ۱۳۷۴، ۴)

در چنین شرایطی طراحی و خلق یک راهبرد خوب موضوع حیاتی برای سازمان‌ها است (Benito et al, 2014) امری که خود نیازمند تصور جهان آینده و در نظر گرفتن یک سری اقدامات متوالی تاکتیکی کوتاه‌مدت برای رسیدن به آینده مطلوب می‌باشد (Betz, 2016). در حوزه دفاعی نیز، سازمان‌های نظامی تنها با رصد مداوم محیط استراتژیک و شناسایی و شناخت تهدیدات و فرصت‌های بالقوه و بالفعل و استخراج جهت‌گیری مناسب می‌توانند به هدف نهایی خود یعنی ایجاد امنیت دست پیدا کنند. فرآیندی که می‌توان از آن تحت عنوان تفکر راهبردی<sup>۱</sup> یاد نمود. تحقق این رویکرد در گام اول خود نیازمند اطلاعات مناسبی می‌باشد که فرماندهان و تصمیم‌گیرندگان را در درک موقعیت خود و دشمن و اتخاذ تدابیر مناسب یاری نماید.

(Headquarters department of the army, 2004:8) این اطلاعات که خود از جمع‌آوری و پرورش اخبار نظامی به دست می‌آیند دانستنی‌های مربوط به یک دشمن حقیقی و یا احتمالی و نیز مشخصات منطقه عملیات می‌باشند که برای توسعه و اجرای عملیات، تهیه طرح‌ها و ختامشی‌ها و عملیات اهمیت بالقوه و یا ضرورت فوری دارند (ذاکری، ۱۳۸۷: ۱۱). به عبارتی محصولات و خروجی سازمان‌های اطلاعات نظامی یکی از مهم‌ترین بخش‌های فرآیند تدوین راهبردهای دفاعی و عملیاتی می‌باشند لیکن نکته حائز اهمیت آن است که در سازمان‌های اطلاعات نظامی با توجه به این‌که وظیفه خطیر شناسایی، پیش‌بینی و آگاهی از اهداف، برنامه‌ها و راهبردهای نظامی دشمن را

بر عهده دارند نهادینه شدن تفکر راهبردی در سطوح سازمانی، گروهی و فردی این سازمان‌ها ضروری به نظر می‌رسد. لذا محتمل است که سخن فرماندهی معظم کل قوا (مدظله‌العالی) در خصوص شناسایی به‌عنوان اولین مقدمه برای جنگ ناظر بر این مهم باشد. تأکیدی که خود در تحت نقش شناختی به‌عنوان یکی از کارکردهای اصلی سازمان‌های اطلاعاتی محسوب می‌شود. (افتخاری و قدرت‌آبادی، ۱۳۹۵)

در حوزه اطلاعات نظامی، نظام‌های چهارگانه (اطلاعات انسانی، اطلاعات تصویری، اطلاعات سنجشی و اطلاعات سیگنالی) و نیز مأموریت‌ها توسط کارکنانی که در یکی از این زمینه‌های اطلاعاتی تخصص یافته‌اند، انجام می‌گیرد. نتایج عملکرد هر یک از این کارکنان قطعات و تکه‌هایی را از اطلاعات به وجود می‌آورد که تحلیل‌گران آن‌ها را ترکیب کرده تا به یک تصویر کلی برسند (ارتش آمریکا، ۱۳۸۷: ۴۱) به عبارتی، علی‌رغم پیشرفت‌های خیره‌کننده فناوری و تجهیزاتی در عصر اخیر، اعتقاد بر آن است که فناوری به هر میزان که باشد نمی‌تواند اطلاعات کاملی درباره توانایی‌های اهداف دشمن احتمالی به ما بدهد.

فرآوری دانش و بینش بیش از مواد خام بستگی به ظرفیت تجزیه و تحلیل مغز انسان دارد و هوش آدمی همچنان عامل اصلی عملیات اطلاعاتی باقی خواهد ماند (کمیسیون تدوین استراتژی امنیت ملی آمریکا، ۱۳۸۳: ۱۱۴). بر این اساس به نظر می‌رسد در حوزه اطلاعات نظامی شناخت و پیش‌بینی و سناریو پردازی جهت مقابله و مواجه با بحران‌های جاری و بالفعل مستلزم استفاده از ظرفیت‌های هوشی و فکری تک‌تک افراد سازمان‌های اطلاعاتی می‌باشد که در حوزه مدیریت از این رویکرد تحت عنوان هوش سازمانی<sup>۱</sup> یاد می‌گردد. نظریه هوش سازمانی با بررسی توانایی سازگاری و قابلیت انطباق با محیط، چشم‌اندازها، یادگیری و به‌کارگیری دانش، روحیه، فناوری اطلاعات و ارتباطات و حافظه سازمانی و با تمرکز بر توانایی‌ها و برنامه‌ریزی برای برطرف نمودن ضعف‌ها، کارایی<sup>۲</sup> و اثربخشی<sup>۳</sup> سازمان را ارتقا می‌بخشد (جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸). از این رو هوش سازمانی به‌عنوان مقوله‌ای تأثیرگذار بر قابلیت‌های تفکر راهبردی در سازمان‌های اطلاعاتی بیش‌ازپیش مورد توجه می‌باشد زیرا با

1 - organizational intelligence  
2 - efficiency  
3 - effectiveness

توجه به ماهیت وظایف و نقش کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی نوع روابط این دو متغیر می‌تواند نشانگر میزان آمادگی و قدرت سازمان‌های اطلاعاتی قلمداد گردد. موضوعی که در مطالعات این حوزه کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این عدم توجه در شرایطی صورت می‌پذیرد که آمادگی، واحدهای اطلاعات رزمی را ملزم می‌کند تا اصل «درحالی که می‌جنگید، یاد بگیرید و آموزش دهید» را اجرا نمایند (ارتش آمریکا، ۱۳۸۷: ۱۱)؛ زیرا در شرایط ملتهب کنونی برای افراد و سازمان‌ها موفق شدن به معنای سازگار کردن خود با یک زندگی سراسر آموزش و یادگیری و تغییر الگوهای رفتاری خواهد بود (کمیسون تدوین استراتژی امنیت ملی آمریکا، ۱۳۸۳: ۳۸). در این تحقیق به بررسی رابطه احتمالی متغیرهای هوش سازمانی و تفکر راهبردی در یک یگان اطلاعات نظامی به‌عنوان هدف اصلی تحقیق می‌پردازیم؛ بنابراین سؤال‌های پژوهش بدین گونه مطرح می‌گردد:

- آیا هوش سازمانی در تبیین تغییرات تفکر راهبردی نقش دارد؟
  - وضعیت سازه‌های هوش سازمانی در تبیین تغییرات تفکر راهبردی چگونه است؟
- مطالعات کاربردی در حوزه مدیریت و تفکر راهبردی و موضوعاتی چون هوش سازمانی در کنار تأمین اطلاعات متداول نظامی و دفاعی در خصوص نقاط ضعف و قوت و نیز تهدیدات و فرصت‌های بالقوه و بالفعل می‌توانند اطلاعات سودمندی را به مدیران عالی و فرماندهان ارشد نیروهای نظامی جهت تعیین اثربخشی راهبردها و برنامه‌های فعلی سازمان و شناسایی انحرافات، ارزیابی یگان‌ها در سطح خرد و کلان، بهره‌گیری از نتایج در تخصیص بهینه منابع و امکانات و برنامه‌ریزی‌های آتی سازمان ارائه نمایند.

## پیشینه و ادبیات موضوع

### تفکر راهبردی

در اوایل دهه ۱۹۶۰ وزارت دفاع آمریکا تصمیم گرفت تا تجربیات زیاد حاصل از تصمیم‌گیری‌های راهبردی جنگ جهانی دوم را تدوین کند. با این اقدام مبانی برنامه‌ریزی راهبردی<sup>۱</sup> پایه‌گذاری شد. پس ورود این مفاهیم به دنیای کسب‌وکار و به دنبال تغییر نگاه‌ها از درون سازمان به

سمت محیط بیرونی، مفهوم راهبرد به‌عنوان بهترین راه کسب مزیت رقابتی به درون سازمان راه یافت و به آن‌ها در رویارویی با تحولات محیطی کمک شایانی نمود. لیکن دیری نپایید که در اواخر قرن بیستم و با شکست بسیاری از سازمان‌های بزرگ و برخوردار از راهبرد دوران اوج برنامه‌ریزی و مدیریت راهبردی با رویکرد تحلیلی که مبتنی بر تحلیل محیط و تدوین راهبرد بود به سر رسید. بررسی‌ها و تحقیقات صورت گرفته در خصوص علل افول و کاهش اثربخشی شیوه‌های متداول برنامه‌ریزی راهبردی، مؤید این مطلب است که بنا به دلایل فراوانی از جمله غیرقابل‌پیش‌بینی بودن محیط کار، عدم شناخت عوامل مزیت ساز، عدم مشارکت مدیران در تدوین راهبردها، تحولات چالش آفرین و... دانشی به‌مراتب فراتر از روش‌های معمول مورداستفاده نیاز می‌باشد. این موضوع باعث گردید که در چند دهه اخیر تفکر راهبردی به‌عنوان رویکردی نوین و اثربخش در مباحث مرتبط با برنامه‌ریزی و مدیریت راهبردی مطرح شود. تفکر راهبردی بدون این‌که سیستم کسب‌وکار را در قالب الگوهای تحلیلی ساده شده خلاصه کند یک تصویر کلی از کسب‌وکار در ذهن ایجاد می‌کند هرچند این تصویر کلی، غیردقیق و در برخی موارد حتی غیرقابل بیان است ولی مفاهیم آن در قالب یک ساختار مفهومی زیربنای تشخیص و تصمیم‌گیری‌های سازمانی قرار می‌گیرد و از این طریق سازمان را در مسیر صحیح هدایت می‌کند. (غفاریان و کیانی، ۱۳۸۹: ۵۲)

هراکلیوس از اصطلاحاتی چون تفکر ترکیبی، واگرا و خلاق و نیز یادگیری دو حلقه‌ای به‌عنوان ویژگی‌های اساسی این رویکرد یاد می‌نماید. از دیدگاه وی یادگیری تک حلقه‌ای اندیشیدن با همان فرضیات موجود و در چارچوب قواعد حاکم حاصل می‌شود (برنامه‌ریزی راهبردی) ولی در تفکر راهبردی علاوه بر حلقه اول، خود قواعد نیز به چالش کشیده می‌شوند و این تغییر قواعد، به همراه خود فرصت‌های جدید به همراه دارد. هراکلیوس معتقد است در رویکرد مدیریت راهبردی، تفکر راهبردی بر برنامه‌ریزی مقدم است ولی برنامه‌ریزی راهبردی در بهبود و تقویت تفکر راهبردی جهت تفکر خلاق و نیز اجرایی نمودن راهبردها نقش به‌سزایی ایفا می‌کند. به اعتقاد وی تفکر راهبردی عبارت است از خلق راهبردهای ابتکاری و نو که می‌تواند قواعد بازی رقابتی را بازنویسی کرده و چشم‌انداز آینده بالقوه‌ای را ترسیم نماید که به‌طور قابل‌توجهی متفاوت از حال می‌باشد. (Heracleous, 1998: 481-487) به اعتقاد مینتزربرگ تفکر راهبردی یک فرآیند تجزیه‌وتحلیل

ذهنی است که از طریق شهود و خلاقیت، دورنمای یکپارچه‌ای از محیط کسب‌وکار را در ذهن ایجاد و به دنبال بهره‌گیری از فرصت‌های پنهان می‌باشد (Mintzberg, 1994: 107-114) که از دیدگاه آبرهام در شرایط کنونی سازمان‌ها به علت حضور در محیط رقابتی، به راهبرد به‌جای برنامه و طرح‌های ساده نیاز دارند. وی تفکر راهبردی را شناسایی راهبردهایی قابل اطمینان و یا مدل‌های کسب‌وکار می‌داند که به خلق ارزش برای مشتری منجر می‌شوند (Abraham, 2005: 5-12) که دیدگاه لیدکا پنج رکن اصلی؛ نمایی از سیستم، تمرکز بر هدف، فرصت‌جویی هوشمندانه، تفکر در زمان و پیشروی با فرضیه را برای تفکر راهبردی می‌باشد (Liedtka, 1998: 120-129) هم‌چنین غفاریان و کیانی نیز از یادگیری از محیط، کشف نیازهای پاسخگویی، تمرکز بر اهداف نهایی، قابلیت‌سازی برای رقابت و تمرکز بر راه‌های میانبر در حرکت به سمت هدف به‌عنوان راه‌های دستیابی به تفکر راهبردی یاد می‌نمایند. (غفاریان و کیانی، ۱۳۸۹: ۱۶۳-۹۷) از دیدگاه بون، درک و به‌کارگیری مفهوم تفکر راهبردی نیازمند رویکردی دوگانه (فردی و سازمانی) می‌باشد که از یک‌سو ویژگی‌های فرد دارای قابلیت تفکر راهبردی را شناسایی کرده و از سوی دیگر فرآیند و بسترهای سازمانی حاکم بر فرد را مورد بررسی قرار می‌دهد. بون از تفکر سیستمی، خلاقیت و چشم‌انداز گرایبی به‌عنوان عناصر اصلی سطح فردی یاد می‌نماید و در خصوص تفکر راهبردی در سطح سازمانی پیشنهاد می‌نماید سازمان‌ها ساختارها و فرآیندهایی را ایجاد و تقویت نمایند که ضمن حمایت از گفتگوهای راهبردی، قوه خلاقیت و ابتکار کارکنان را به بهترین شیوه به کار گیرند. (Bonn, 2001: 63-70) از دیدگاه جون مون نیز تفکر راهبردی در سطح سازمانی از عوامل بیرونی و داخلی تأثیر می‌پذیرد (Joon Moon, 2013: 1698-1708).

### هوش سازمانی

در شرایط متلاطم و پیچیده استفاده از ظرفیت هوشی کلیه کارکنان سازمان به‌منظور پیش‌بینی و برنامه‌ریزی در جهت دفع تهدیدات و مخاطرات احتمالی و نیز استفاده از فرصت‌های محیطی ضروری می‌باشد. این رویکرد که در ادبیات حوزه مدیریت تحت عنوان هوش سازمانی مطرح گردیده است با بررسی هوشمندی سازمان یعنی توانایی سازگاری و قابلیت انطباق با محیط،

چشم‌انداز، یادگیری و به‌کارگیری دانش، ساختار و عملکرد سازمانی، روحیه، فناوری اطلاعات و ارتباطات و حافظه سازمانی و با تمرکز بر توانایی‌ها و برنامه‌ریزی برای برطرف نمودن ضعف‌ها، کارایی و اثربخشی سازمان را ارتقا می‌بخشد (جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸). هوش سازمانی به معنای داشتن دانشی فراگیر از همه عوامل مؤثر بر سازمان است. داشتن دانشی عمیق نسبت به ذی‌نفعان (جامعه و مخاطبان، ارباب‌رجوع، رقبا و محیط) و عملیات و فرآیندهای سازمانی (منابع انسانی، تولیدی و...) که تأثیر زیادی بر کیفیت تصمیم‌های مدیریتی در سازمان می‌گذارد (باقر زاده و دیباور، ۱۳۸۹). اولین بار واژه هوش سازمانی به‌وسیله ماتسودا ارائه شد. وی هوش سازمانی را ترکیبی از دو عامل هوش انسانی و هوش ماشینی می‌داند. مدل او سبب یکپارچگی پردازش دانش انسانی و دانش مبتنی بر ماشین در توانایی حل مسئله می‌شود. از دیدگاه مک مستر هوش سازمانی قابلیت یک سازمان است به‌عنوان یک کل در افزایش اطلاعات، نوآوری، دانش عمومی و عمل مؤثر بر پایه ایجاد دانش . (McMaster, 1996) آکن و همکاران وی هوش سازمانی را از دیدگاه معرفت‌شناسی بررسی نموده‌اند. دیدگاه شناختی، رفتاری و عاطفی-اجتماعی سه مقوله هستند که هوش سازمانی را مطرح می‌کنند و هدف کلی این است که چگونه تلفیق مکاتب مختلف اندیشه می‌تواند درک جامعی از هوش سازمانی در مدیریت و ادبیات توسعه‌سازمانی ارائه دهد. هوش سازمانی فرآیندی اجتماعی است که نظریه‌های سازنده آن بر مبنای نظریه‌های هوش فردی محض بنا شده است که تاکنون نادیده انگاشته شده است (Akgun, John, Halit, 2007). هلال هوش سازمانی را ظرفیت ایجاد هوشیاری و آگاهی و استفاده از آن در محیط بازاریابی به لحاظ استراتژیک تعریف نموده است (Halal, 2006). آلبرخت برای موفقیت در یک کسب‌وکار به داشتن سه عامل انسانی هوشمند، تیم‌های هوشمند و سازمان‌های هوشمند اشاره می‌کند. از دیدگاه وی هوش سازمانی عبارت است از ظرفیت قوه ذهنی سازمان برای انجام وظیفه یا یک اقدام مهم. آلبرخت معتقد است که هوش سازمانی قابلیت یک سازمان در تحرک بخشیدن به توانایی ذهنی سازمان و تمرکز دادن این توانایی در جهت تحقق رسالت سازمانی است (Albrecht, 2002). از دیدگاه او هوش سازمانی دارای هفت بعد به شرح ذیل می‌باشد:

۱- بینش راهبردی: به قابلیت خلق، استنتاج و بیان هدف یک سازمان اطلاق می‌شود. مدیران

سازمان‌ها می‌بایست پاسخگوی این قبیل سؤالات باشند؛ فلسفه وجودی ما چیست؟ چرا باید دنیا ما را بپذیرد؟ سپاسگزار ما باشد و برای آنچه انجام می‌دهیم پاداشی نصیب ما کند؟

۲- سرنوشت مشترک: احساس داشتن هدف مشترک بین تمام افراد سازمان برای عمل و تلاش به شکلی هم‌افزا برای رسیدن به چشم‌انداز سازمان

۳- تمایل به تغییر: سازگاری، تمایل و تلاش برای تغییر در جهت چشم‌انداز راهبردی

۴- جرئت و شهامت: به احساس کارکنان درباره کار و مدیریت و میزان خوش‌بینی آنان به وظایف شغلی خویش و فرصت‌های ترقی و پیشرفت در سازمان اطلاق می‌گردد. به بیان دیگر، احساس بالندگی و افتخار به کار کردن در یک سازمان، پیگیری وظایف شغلی با علاقه و خوش‌بینی و باور به تعهد و تحرک مدیران؛ از ویژگی‌هایی به شمار می‌آیند که تحت عنوان روحیه بر هوش سازمانی تأثیرگذارند.

۵- اتحاد و توافق: وجود نظام‌ها و سلسله قوانین مشخص جهت اجرا برای افراد و گروه‌ها

۶- کاربرد دانش: فعالیت هر سازمان شدیداً به داده‌ها، اطلاعات و دانش کسب شده، تصمیم‌های درست آنی، ذکاوت و حس مشترک، شایسته‌سالاری افراد و نیز صحت اطلاعات کاربردی که در هر لحظه با ساختار سازمان عجین شده، وابسته است

۷- فشار عملکرد: در یک سازمان هوشمند، هر کس وظایف کاری خودش را انجام می‌دهد، چرا که به معتبر بودن هدف‌های خویش، باور و اعتقاد دارد. مدیران می‌توانند حس فشار کاری را ارتقاء داده و حمایت کنند، اما زمانی بیشترین تأثیر را دارد که توسط همه اعضای سازمان به‌عنوان یک سری انتظارات دوجانبه در کار برای مشارکت در موفقیت‌ها پذیرفته شده باشد. (Albrecht, 200)

با توجه به تأثیر فراوان هوش سازمانی بر عکس‌العمل سریع و مناسب در مقابل فرصت‌ها و تهدیدات محیطی و نیز مدیریت صحیح رویکردهای داخلی تحقیقات گسترده‌ای در خصوص بررسی رابطه هوش سازمانی و ابعادی چون یادگیری سازمانی، مدیریت دانش، کیفیت خدمات، رفتار شهروندی، شاخص‌های عملکردی و... در صنایع و حوزه‌های گوناگون صورت پذیرفته است. آزما و همکاران وی در تحقیقی به بررسی رابطه تکنولوژی اطلاعات با هوش سازمانی از دیدگاه کارکنان دانشگاه گلستان پرداختند که نتایج آن حاکی از رابطه معنی‌دار استفاده از تکنولوژی اطلاعات و هوش



سازمانی می‌باشد (Azma, mostafapour, Rezaei, 2012). یافته‌های پژوهش باقرزاده و همکاران او در خصوص بررسی رابطه هوش سازمانی و مدیریت تعارض نیز مؤید این مطلب است که بین دو متغیر هوش سازمانی و استراتژی راه‌حل‌گرایی در مدیریت تعارض رابطه معناداری مشاهده گردیده است (باقرزاده، راشدی و بافنده، ۱۳۹۱). نتایج تحقیق باقر زاده و دیباور در زمینه بررسی ارتباط هوش سازمانی با چابکی سازمانی نیز از رابطه مثبت و معنادار چابکی سازمانی و هوش سازمانی حکایت دارد (باقر زاده و دیباور، ۱۳۸۹). حسینی و چلی سریل نیز در تحقیقی به بررسی تأثیر هوش سازمانی بر یادگیری سازمانی در مجتمع پزشکی و ام آر آی شیراز پرداخته‌اند که یافته‌های این پژوهش نیز مؤید تأثیر مثبت و معنادار هوش سازمانی بر یادگیری سازمانی می‌باشد (حسینی و چلی سریل، ۱۳۹۲).

یافته‌های پژوهشی سلاسل و همکاران او در خصوص بررسی رابطه هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن با رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان شرکت احیا گستران اسپادان حاکی از آن است که بین هوش سازمانی و رفتارهای شهروندی رابطه معناداری وجود دارد (سلاسل، کامکار و گلپور، ۱۳۸۸). شعله شاهین و فخمی آذر در تحقیقی به بررسی روابط بین زیرسیستم مدیریت دانش و تمامی مؤلفه‌های هوش سازمانی در سازمان یادگیرنده پرداخته‌اند که نتایج نشانگر آن است که هوش سازمانی بین زیرسیستم‌های مدیریت دانش و تمامی مؤلفه‌های هوش سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (شاهین و فخمی آذر، ۱۳۹۰). یافته‌های پژوهش مؤمنی و همکاران وی در خصوص راهبردهای هوش سازمانی و کیفیت خدمات مؤید آن است که هوش سازمانی کیفیت ارائه خدمات را پیش‌بینی می‌نماید (مؤمنی، سهرابی و اکبری، ۱۳۸۹). نتایج تحقیق ودادی و همکاران وی در خصوص بررسی رابطه هوش سازمانی و مدیریت بحران نیز حکایت از رابطه معنادار و مثبت بین این دو مؤلفه می‌باشد (ودادی، شیرکش و شفیع زاده، ۱۳۸۹). همچنین برخی از محققان در مطالعاتی به بررسی میزان مؤلفه‌های هوش سازمانی در نهادها و مؤسسات گوناگون پرداخته‌اند که به‌طور نمونه می‌توان از تحقیق جعفری و فقیهی در سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی (جعفری و فقیهی، ۱۳۸۸) و کاووسی و رزقی در بین دانشجویان رشته مدیریت شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات اشاره نمود. (کاووسی و رزقی، ۱۳۸۹)

## اطلاعات نظامی

موضوع اطلاعات یا به عبارتی جمع‌آوری، تحلیل، پردازش و انتشار اطلاعات به‌نحوی که در امور نظامی و امنیتی کشور اهمیت داشته باشد بحث جدیدی نیست، بلکه این موضوع حتی در زمان‌های خیلی قدیم هم وجود داشته است. شاید یکی از قدیمی‌ترین حکایت‌ها، از کاربرد آگاهی و خبرگیری در زمینه نظامی، مربوط به جنگ رومی‌ها و کارتاژها<sup>۱</sup> باشد. در این واقعه مهم‌ترین عاملی که باعث غلبه رومی‌ها بر رقیب خود شد استفاده یکی از وجوه آگاهی و خبرگیری از منابع انسانی (جاسوسی) توسط رومی‌ها بوده است. اندیشمندان چین باستان نیز با این مفاهیم، آشنایی داشتند به‌طوری که سان تزو اولین شخصی است که شیوه‌های مختلفی را برای جمع‌آوری اطلاعات پیشنهاد کرد. او معتقد بود که یک فرآیند آگاهی و خبرگیری از پنج عنصر جمع‌آوری، تحلیل، عمل سری، خبر اطلاعات و فرصت تحلیل تشکیل شده است (گودرزی، ۱۳۹۲: ۷). اطلاعات نظامی درکی از دشمن ایجاد می‌کند که در طراحی، آماده‌سازی و عملیات اجرایی نظامی بسیار تأثیرگذار است. (Headquarters department of the army, 2004:10) به عبارتی اطلاعات نظامی محصولی است که از جمع‌آوری و پردازش اخبار نظامی به دست می‌آید و آن دانستنی‌های مربوط به یک دشمن حقیقی و یا احتمالی و نیز مشخصات منطقه عملیات می‌باشند که برای توسعه و اجرای عملیات، تهیه طرح‌ها و خنثی‌سازی‌ها و عملیات اهمیت بالقوه و یا ضرورت فوری دارند (ذاکری، ۱۳۸۷: ۱۱). برای توصیف روشن اطلاعات نظامی، زمینه‌های اطلاعاتی را می‌توان به چهار نظام اطلاعاتی تقسیم‌بندی نمود:

- ۱- اطلاعات انسانی<sup>۲</sup>: این اطلاعات توسط عنصر انسانی تهیه و جمع‌آوری می‌گردد. معمولاً این اطلاعات را جهت تثبیت، تکذیب و یا بزرگ کردن اطلاعات به‌دست‌آمده از نظام‌های دیگر به کار می‌برند.
- ۲- اطلاعات تصویری<sup>۳</sup>: محصول تجزیه و تحلیل تصویری است. تصویرها معمولاً از حسگرهای رادار، مادون قرمز چشمی و چشم الکترونیکی گرفته می‌شوند.
- ۳- اطلاعات سنجش<sup>۴</sup> و اثر: این اطلاعات توسط ابزارهای فنی از قبیل لیزرها، رادارها،

1 - Carthage  
2 - HUMINT  
3 - IMINT  
4- MASINT

حسگرهای چشم الکترونیکی غیرفعال، گیرنده‌های اشعه‌ای، ارتعاشی و حسگرهای دیگر سنجش اشیا جمع‌آوری می‌شود.

۴- اطلاعات سیگنالی<sup>۱</sup>: اطلاعات سیگنالی در نتیجه جمع‌آوری، مکان‌یابی، پرورش، تجزیه و تحلیل و گزارش فرستنده‌های ارتباطاتی و تماس غیر ارتباطی ره‌گیری شده به دست می‌آید. اطلاعات سیگنالی برای فرمانده اطلاعات ارزشمندی که اغلب نزدیک به زمان واقعی هستند مهیا می‌نماید (ارتش آمریکا، ۱۳۸۷: ۴۱-۴۳).

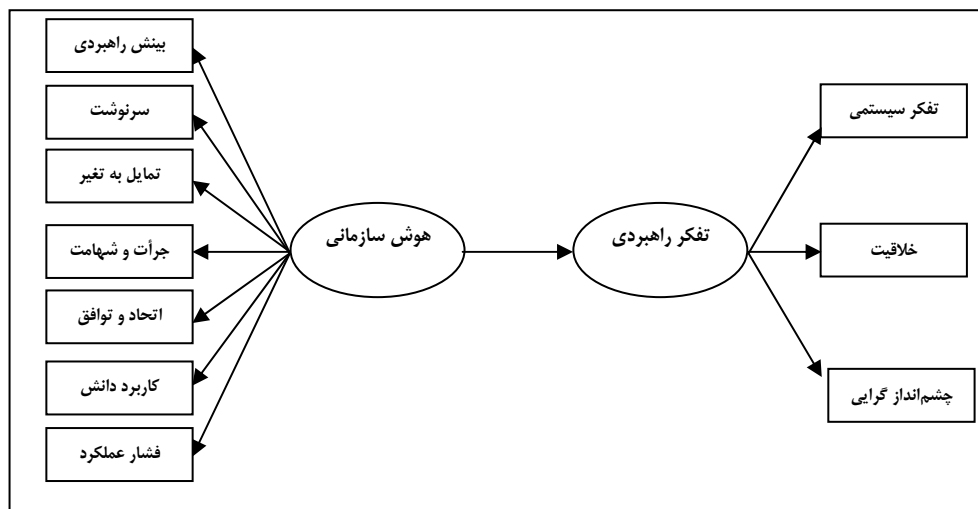
اهمیت و ارزش اطلاعات امروزه در شرایطی که جنگ‌ها متحرک و سیال گردیده با توجه به گسترش روزافزون فناوری‌های نظامی و وسعت میدان‌های عملیاتی تا آن حد چشم‌گیر شده که از عملیات اطلاعاتی به‌عنوان یک تخصص و رشته نام برده می‌شود. تخصصی که لازمه‌اش بصیرتی کامل، دقتی وافر، تجربه‌ای عمیق و تحلیل منطقی می‌باشد (ذاکری، ۱۳۸۷: ۱).

### مدل مفهومی و فرضیات تحقیق

با توجه به نقش حجم هوش سازمانی در واکنش به تغییرات غیرمنتظره محیطی و خلق دانش (طبرسا، ابدالی، حاتمی، ۱۳۹۰) به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری بر روی هوش سازمانی می‌تواند به‌عنوان یکی از مقوله‌های راهبردی کسب مزیت رقابتی در محیط‌های متلاطم محسوب گردد. سازمان‌های باهوش سازمانی مناسب این امکان را دارند که با درک و پیش‌بینی صحیح و به‌موقع بر محیط خود تأثیر گذاشته و آن را شکل دهند که در حوزه مدیریت راهبردی از این فرآیند به‌عنوان قابلیت‌های تفکر راهبردی در سازمان یاد می‌شود. در این میان متغیرهای تفکر راهبردی و هوش سازمانی به‌عنوان الزامات سازمان‌های اطلاعاتی می‌تواند در بررسی جایگاه و توانایی‌های سازمان‌های اطلاعات نظامی از اهمیت دوچندانی برخوردار باشند. لذا بر اساس اهداف، مدل مفهومی تحقیق به شرح شکل شماره (۱) تدوین گردیده است که در این مدل هوش سازمانی متغیر مستقل و تفکر راهبردی متغیر وابسته می‌باشد.

با توجه به سهولت درک و به‌کارگیری و نیز جامعیت در این پژوهش به‌منظور سنجش و بررسی هوش سازمانی از تعریف عملیاتی و مدل آلبرخت شامل هفت بعد بینش راهبردی، سرنوشت مشترک، تمایل به تغییر، جرئت و شهامت، اتحاد و توافق، کاربرد دانش و فشار عملکرد استفاده

گردیده است. (Albrecht,2003)



شکل (۱): مدل مفهومی تحقیق

فرضیات تحقیق بر اساس شکل (۱) به شرح ذیل تنظیم گردیده است:

- فرضیه اصلی: هوش سازمانی بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۱: بینش (چشم‌انداز) راهبردی<sup>۱</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۲: سرنوشت مشترک<sup>۲</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۳: تمایل به تغییر<sup>۳</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۴: جرأت و شهامت (روحیه)<sup>۴</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۵: اتحاد و توافق<sup>۵</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۶: کاربرد دانش<sup>۶</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.
- فرضیه فرعی ۷: فشار عملکرد<sup>۷</sup> بر تفکر راهبردی تأثیر مثبتی دارد.

1 - Strategic vision  
 2 - Shared Fate  
 3 - Appetite for change  
 4 - Spirit  
 5 - Alignment and Congreance  
 6 - Knowledge Deployment  
 7 - Performance Pressure

## روش تحقیق

در پژوهش حاضر که از لحاظ هدف کاربردی و از حیث گردآوری داده‌ها یک تحقیق توصیفی از نوع همبستگی - علی می‌باشد به منظور سنجش هوش سازمانی از پرسشنامه ۴۹ سؤالی آلبرخت استفاده گردیده است. با توجه گسترده‌ی مطالعات صورت گرفته در حوزه تفکر راهبردی پس از مرور ادبیات و با مدنظر قرار دادن ویژگی‌های سازمان هدف پرسشنامه محقق ساخته شامل ۱۱ سؤال با طیف لیکرت بر اساس مدل بون و شامل ابعاد تفکر سیستمی، خلاقیت و چشم‌انداز گرایی (Bonn, 2001) و شرایط سازمان هدف جهت بررسی وضعیت تفکر راهبردی تهیه که روایی آن بر اساس نظریات ۵ نفر از خبرگان حوزه تحقیق و پیاپی هر دو پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرون باخ (۰/۸۳۴) برای تفکر راهبردی و ۰/۹۲۸ برای هوش سازمانی) مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به حیثه‌بندی اطلاعات در سازمان‌های نظامی و نیز لزوم آگاهی پاسخگویان از مفاهیم برنامه‌ریزی و تفکر راهبردی جامعه آماری تحقیق عبارت از فرماندهان و مسئولین یکی از یگان‌های نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران به تعداد تقریبی ۶۳ نفر که با توجه به محدود بودن جامعه آماری تمام‌شماری انجام شده است. از پرسش‌نامه‌های توزیع شده تعداد ۵۴ پرسش‌نامه قابل قبول دریافت شد که مشخصات پاسخ‌دهندگان به شرح جدول شماره (۱) می‌باشد.

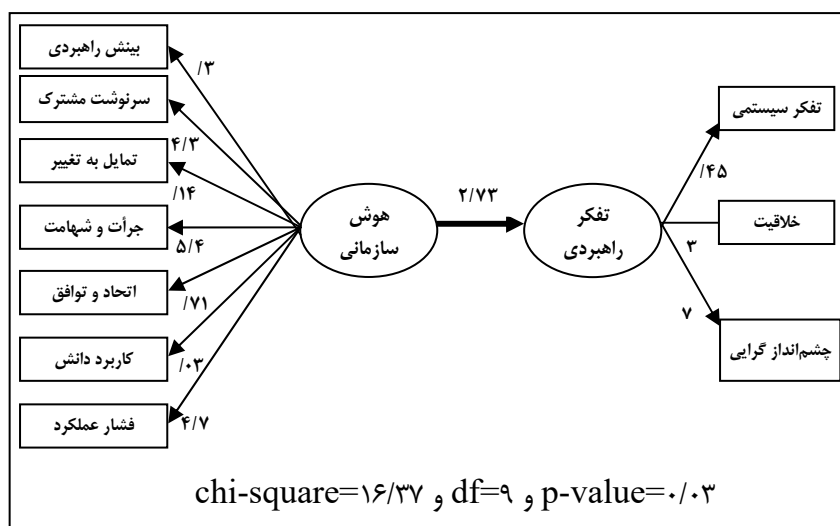
تعداد کل	تعداد	متغیر	
۵۴	۱	امیر/ سردار	درجه
	۳۹	افسر ارشد	
	۱۴	افسر جز	
۵۴	۲۳	بیش از ۲۵ سال	سن خدمتی
	۱۹	۱۶ تا ۲۵ سال	
	۱۲	۱۰ تا ۱۵ سال	
۵۴	۵	دکترای تخصصی	مدرک تحصیلی
	۲۳	کارشناسی ارشد	
	۲۶	کارشناسی	

جدول شماره ۱: آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان

هم‌چنین در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای Spss و لیزرل استفاده گردیده است.

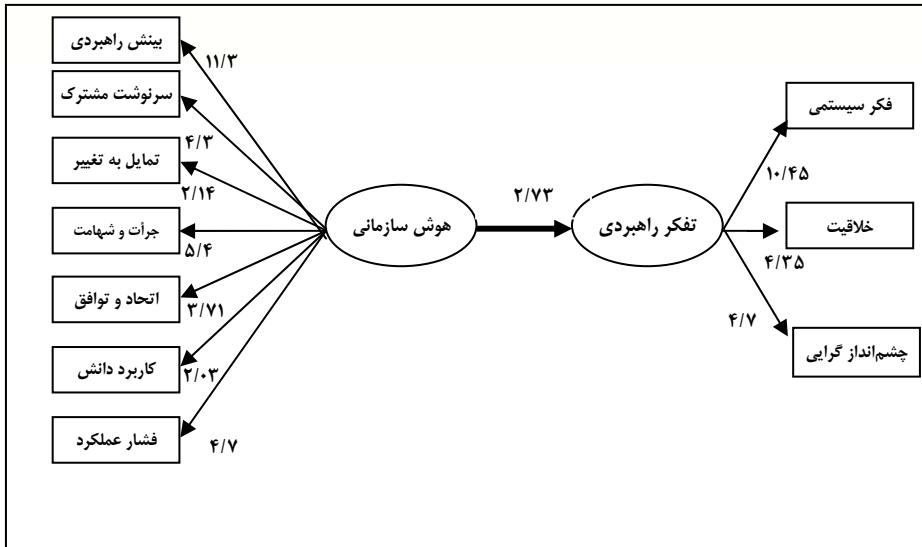
## یافته‌های تحقیق

مدل‌سازی معادلات ساختاری شامل تعدادی از روش‌های آماری برای برآورد شبکه‌ای از روابط علی است که بر پایه یک مدل نظری تعریف می‌شود و دو یا چند مفهوم پیچیده پنهان (متغیر مکنون) را باهم مرتبط می‌سازد که هر یک از آن‌ها توسط تعدادی شاخص‌های مشاهده‌پذیر (متغیر آشکار) اندازه‌گیری می‌شوند (مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۲). متغیرهای پنهان پژوهش حاضر شامل تفکر راهبردی و هوش سازمانی است. شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش به همراه ضرایب مسیر و شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد. این شکل که خروجی نرم‌افزار لیزرل است به همراه شاخص‌های برازندگی در زیر آن بیانگر برازش خوب مدل با داده‌هاست.



شکل (۲): مدل مفهومی برازش شده با ضرایب استاندارد

در بین ابعاد هوش سازمانی، بینش راهبردی با ضریب مسیر ۰/۸ بیشترین نقش و کاربرد دانش با ضریب مسیر ۰/۳۵ کمترین نقش را در تبیین هوش سازمانی دارند. در بین ابعاد تفکر راهبردی نیز تفکر سیستمی نقش بیشتری ایفا می‌نماید. هم‌چنین مطابق شکل (۳) محاسبه مقادیر t در مدل مفهومی تحقیق حاکی از آن است که برای همه بارهای عاملی مقادیر t محاسبه شده  $\pm 1/96$  بیشتر است.



شکل (۳): مدل مفهومی با ضرایب معناداری

### ارزیابی برازش مدل:

از شاخص‌های برازندگی برای تخمین برازندگی و اعتبار مدل‌های طراحی شده استفاده می‌شود. درباره آزمون‌های برازندگی توافق همگانی وجود ندارد و شاخص‌های متعددی برای سنجش برازندگی مدل استفاده می‌شود. معمولاً برای تأیید مدل، استفاده از سه تا پنج شاخص کافی است (حبیبی، ۱۳۹۱: ۸). جدول شماره (۲) بیانگر مهم‌ترین این شاخص‌ها می‌باشد که حاکی از آن است که الگو از جهت برازش از وضعیت مناسبی برخوردار است.

نام شاخص	حد مجاز	مقدار به دست آمده
$\frac{\chi^2}{df}$ (کای دو بر درجه آزادی)	کمتر از ۳	۱/۸۱
GFI (نیکویی برازش)	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۷
RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۴
CFI (شاخص برازش مقایسه‌ای - تعدیل یافته)	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۶
NFI (برازندگی نرم شده)	بالاتر از ۰/۹	۰/۹۸

جدول شماره ۲: شاخص‌های برازش مدل

با توجه به مدل مفهومی تحقیق، نتیجه آزمون فرضیه اصلی پژوهش در جدول شماره (۳) ارائه گردیده است.

نتیجه	ضریب تشخیص	آمار t	مقدار P	ضریب مسیر	فرضیه اصلی
تأیید	۰/۴۱	۲/۷۳	۰/۰۳	۰/۴۷	هوش سازمانی تفکر راهبردی ←

جدول شماره ۳: فرضیه اصلی پژوهش به همراه مقادیر شاخص‌ها

با توجه به جدول شماره (۲) مقدار ضریب مسیر (۰/۴۷) و مقدار t این فرضیه (۲/۷۳) بیش‌تر از ۱/۹۶ است، همچنین مقدار P برای فرضیه اصلی کوچک‌تر از ۰/۰۵ به‌دست‌آمده است که از تأیید فرضیه اصلی حکایت دارد؛ بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت هوش سازمانی بر تفکر راهبردی تأثیر می‌گذارد. بر اساس نتایج ضریب تشخیص متغیر هوش سازمانی با مقدار ۰/۴۱ توانسته است ۴۱ درصد از تغییرات تفکر راهبردی را در سازمان هدف پیش‌بینی کند. برای آزمون فرضیات فرعی پژوهش، ضریب همبستگی پیرسون اجرا شده است. نتایج ضریب در جدول شماره (۴) نشان داده‌شده است.

نتایج	(sig)	ضریب همبستگی	فرضیه اصلی
تأیید	۰/۰۰۰	۰/۴۸۴	H1: بیش راهبردی تفکر راهبردی ←
تأیید	۰/۰۲	۰/۳۸۴	H2: سرنوشت مشترک تفکر راهبردی ←
تأیید	۰/۰۴۵	۰/۲۸	H3: تمایل به تغییر تفکر راهبردی ←
تأیید	۰/۰۲۳	۰/۲۹۳	H4: جرئت و شهامت تفکر راهبردی ←
تأیید	۰/۰۲	۰/۳۹۱	H5: اتحاد و توافق تفکر راهبردی ←
تأیید	۰/۰۴	۰/۳۱	H6: کاربرد دانش تفکر راهبردی ←
تأیید	۰/۰۱۵	۰/۳۸۶	H7: فشار عملکرد تفکر راهبردی ←

جدول شماره ۴: ضرایب همبستگی متغیرهای پژوهش و نتیجه فرضیات فرعی



همه متغیرهای ابعاد هوش سازمانی در سطح ۹۵ درصد با تفکر راهبردی همبستگی معناداری دارند؛ یعنی با افزایش سطح هوش سازمانی، سازمان از قابلیت‌های تفکر راهبردی بیشتری برخوردار خواهد شد.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

در دهه‌های اخیر حضور گسترده نیروهای ائتلاف در منطقه، مخاطرات احتمالی ناشی از پروژه ایران هراسی در کشورهای حوزه خلیج فارس، ظهور گروهک‌ها و جریان‌های تروریستی و تکفیری و نیز محیط متلاطم و پیچیده ناشی از پیشرفت‌های فناوری نظامی و اطلاعاتی امکان تهدید امنیت ملی کشور را بیش‌ازپیش افزایش داده است. در چنین فضای به‌شدت پیچیده و متلاطم ضروری است که فرماندهان و سیاست‌گذاران حوزه امنیت ملی و نظامی با آگاهی و درک صحیح و مناسب از طرح‌ها، برنامه‌ها و راهبردهای دشمنان بالقوه و بالفعل کشور آمادگی رزمی و دفاعی نیروهای مسلح را حفظ و ارتقا دهند. لذا پیش‌بینی و آمادگی رویارویی با تهدیدات و جنگ‌های احتمالی در جهت حفاظت و صیانت از تمامیت ارضی کشور امری ضروری و حیاتی می‌باشد. فرآیندی که نقش و جایگاه چشمان بیدار و گوش‌های شنوای یگان‌های اطلاعاتی نیروهای مسلح در آن بسیار حائز اهمیت است. در حوزه اطلاعات نظامی پیش‌بینی، شناسایی و آگاهی از برنامه‌ها، اهداف و راهبردهای نظامی دشمنان می‌تواند با ایجاد درک صحیحی از صحنه نبرد آینده ضمن کاهش فاصله ما با دشمنان کاهش شرایط را در میدان عمل به نفع ما تغییر دهد که از این فرآیند می‌توان تحت عنوان تفکر راهبردی یاد نمود. امری که با توجه به ضرورت دیدگاه جامع‌نگر و سیستمی و نیز جایگاه کارکنان در سازمان‌های اطلاعاتی تسری و نهادینه شدن تفکر راهبردی در تمام سطوح و نیز بهره‌گیری از ظرفیت‌های هوشی سازمان‌ها را اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. لیکن علی‌رغم اهمیت ویژه حوزه مذکور تاکنون تحقیقات علمی و دانشگاهی مرتبط در این حوزه کمتر صورت پذیرفته است. لذا در این تحقیق با توجه به رابطه هوش سازمانی و قابلیت‌های تفکر راهبردی در یگان‌های اطلاعات نظامی و نیز مغفول ماندن این مبحث در بیشتر پژوهش‌های حوزه مدیریت راهبردی با تدوین یک فرضیه اصلی و هفت فرضیه فرعی به بررسی رابطه هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن با تفکر راهبردی از دیدگاه فرماندهان و مدیران یک یگان اطلاعات نظامی پرداخته‌ایم. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین هوش سازمانی و تفکر راهبردی در سازمان هدف رابطه مثبت و معناداری وجود دارد که این خود می‌تواند نشان از اعتقاد راسخ کارکنان سازمان‌های اطلاعات نظامی به اهمیت و جایگاه نقش و وظایف خود و نیز تأثیرگذاری در امنیت و رفاه جامعه قلمداد

گردد. بهره‌گیری از ظرفیت ذهنی سازمان در سازمان‌های اطلاعاتی موضوعی است که در جهت به حداقل رساندن تهدید فریب هر عملیات اطلاعاتی و نیز تکمیل و پوشش نظام‌های متنوع اطلاعاتی مورد تأکید قرار گرفته است زیرا بندرت نظام‌های جداگانه، تصویری جامع از تهدید را به وجود می‌آورند (ارتش آمریکا، ۱۳۸۷: ۴۱). ایجاد تصویر جامع و چشم‌اندازهای خلاقانه از میدان‌های نبرد آتی در فرآیند تفکر راهبردی به‌ویژه در یگان‌های اطلاعات نظامی مستلزم اقدامات، آموزش‌ها و تمارینی می‌باشد که باید مورد توجه ویژه قرار گیرد. با توجه به این‌که هرگونه اطلاعات در حوزه‌ها و تخصص‌های مختلف می‌تواند اثراتی در تحقق وظایف و مأموریت‌های سازمان‌های نظامی ایفا نماید، رهبران و سربازان اطلاعات نظامی می‌بایست در مهارت‌های تاکتیکی و تکنیکی توانا باشند. به عبارتی حرکت در جهت انعطاف‌پذیری منابع انسانی (وظیفه‌ای، مهارتی و رفتاری) در واحدهای اطلاعات رزمی ضروری به نظر می‌رسد. در کنار این مهم تبادل اطلاعات بین یگان‌های اطلاعاتی حوزه‌های گوناگون در ایجاد بینش صحیح و ترکیب قطعات و پازل اطلاعاتی به‌منظور ارائه تصویری جامع و راهگشا می‌باشد که البته در این مسیر توجه به نیازها اطلاعاتی واحدهای عملیاتی و استراتژی‌های مدنظر آن‌ها جهت نبردها و بحران‌های جاری و بالقوه ضروری به نظر می‌رسد. نکته قابل توجه دیگر به‌منظور بهبود ظرفیت‌های تفکر راهبردی و هوش سازمانی در واحدهای اطلاعات نظامی بهره‌گیری از نرم‌افزارهای شبیه‌سازی جنگ‌های آینده و نیز نظریه‌های چون تئوری بازی‌ها جهت آموزش و ایجاد بینش و درک مناسب در کارکنان این سازمان‌ها می‌باشد. هرچند در کنار این مهم اجرای عملیات‌های واقعی در نقش مکمل آموزش‌های تئوریک می‌تواند کارگشا تلقی گردد. از دیگر نکات حائز اهمیت در حوزه واحدهای اطلاعات رزمی ایجاد انگیزه، عزم راسخ و شرایط روحی و معنوی مناسب در جهت حرکت داوطلبانه در حوزه‌های چالشی می‌باشد که در این مبحث بهره‌گیری از مباحث اعتقادی و پایگاه مردمی و سرمایه‌های اجتماعی می‌تواند راهگشا باشد. شناخت جهان‌بینی و فلسفه اعتقادی دشمنان بالقوه و بالفعل می‌تواند در پیش‌بینی اقدامات آتی آن‌ها و نیز تشخیص نقاط ضعف و قوت نیروهای مبارز تأثیر بسزایی داشته باشد. لذا آشنایی با مکاتب فلسفی و اعتقادی دشمنان برای یگان‌های اطلاعات نظامی امری حیاتی می‌باشد. در کنار این مباحث توجه ویژه به مباحث آموزش فردی چون زبان در کنار آموزش‌های گروهی و

تسهیم دانش یکی از نیازهای ضروری سازمان‌های اطلاعاتی می‌باشد که نیاز است در برنامه‌ریزی‌های این سازمان‌ها مدنظر قرار گیرد.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر و اهمیت فراوان هوشمندی سازمانی در حوزه اطلاعات نظامی جهت تحقیقات آتی پیشنهاد می‌گردد که موضوعاتی چون بررسی تأثیر وضعیت هوش سازمانی بر یادگیری سازمانی، ساختار سازمانی، چابک‌سازی، عملکرد سازمانی در اولویت‌های پژوهشی مدنظر قرار گیرد. همچنین در حوزه تفکر راهبردی تدوین مدل بومی و کاربردی تفکر راهبردی در یگان‌های اطلاعاتی، سنجش تفکر راهبردی فرماندهان و کارکنان اطلاعاتی در دوره‌های زمانی مشخص و به‌صورت مستمر جهت بررسی اثربخشی دوره‌های آموزشی می‌تواند در بهبود و ارتقای وضعیت کنونی مؤثر باشد.

## منابع و مأخذ:

## منابع فارسی

۱. ارتش آمریکا (۱۳۸۷)؛ عملیات جنگ اطلاعات و الکترونیک، مترجم ابراهیم پور دهقان، تهران: انتشارات مرکز آموزشی و پژوهشی شهید سپهبد صیاد شیرازی.
۲. افتخاری، اصغر و علیرضا قدرت‌آبادی (۱۳۹۵)؛ نقش سازمان‌های اطلاعاتی در تأمین امنیت نرم، فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی و امنیتی، سال پنجم، شماره ۱.
۳. باقرزاده، مجید و کبری دیباوراحمد (۱۳۸۹)؛ تبیین ارتباط هوش سازمانی با چابکی سازمانی، فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، شماره ۵، سال دوم.
۴. باقرزاده مجید و دیگران (۱۳۹۱)؛ بررسی رابطه هوش سازمانی با مدیریت تعارض در بین مدیران و معلمان مدارس دولتی شهرستان مراغه در سال تحصیلی ۹۰-۹۱، فصلنامه علوم تربیتی، سال پنجم شماره ۱۹.
۵. تافلر، آلوین (۱۳۷۴)؛ جابجایی قدرت، مترجم شهیندخت خوارزمی، تهران: سیمرغ.
۶. جعفری، پروش و علیرضا فقیهی (۱۳۸۸)؛ میزان مؤلفه‌های هوش سازمانی در سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، دانش و پژوهش در علوم تربیتی برنامه‌ریزی درسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)، شماره بیست و سوم.
۷. حبیبی، آرش (۱۳۹۱)؛ آموزش کاربردی نرم‌افزار لیزرل، کتاب الکترونیک، [www.parsmodir.com](http://www.parsmodir.com)
۸. حسینی، سید یعقوب و چلی سریل نینا (۱۳۹۲)؛ تأثیر هوش سازمانی بر یادگیری در سازمان، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت (بهبود و تحول) سال بیست و سوم، شماره ۷۱.
۹. ذاکری، سید تراب (۱۳۸۷)؛ مدار اطلاعاتی، تهران: انتشارات مرکز آموزشی و پژوهشی شهید سپهبد صیاد شیرازی.
۱۰. سلاسل، ماهان و دیگران (۱۳۸۸)؛ رابطه هوش سازمانی و مؤلفه‌های آن با رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان شرکت احیاء گستران اسپادان، دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان (اصفهان)، شماره چهارم.

۱۱. سیادت، سیدعلی و دیگران (۱۳۸۹)؛ بررسی مقایسه‌ای رابطه بین هوش سازمانی و رهبری تیمی در بین اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌های دولتی اصفهان، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱.
۱۲. شعله، شاهین و سیروس فخمی آذر (۱۳۹۰)؛ بررسی روابط بین زیرسیستم مدیریت دانش و مؤلفه‌های هوش سازمانی در سازمان یادگیرنده، فراسوی مدیریت، سال پنجم، شماره ۱۹.
۱۳. طبرسا، غلامعلی و دیگران (۱۳۹۰)؛ ارتقاء خلق دانش سازمانی: تبیین نقش هوش سازمانی و یادگیری سازمانی (شرکت سایپا یدک)، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۱، شماره ۳.
۱۴. غفاریان، وفا و غلامرضا کیانی (۱۳۸۹)؛ ۵ فرمان برای تفکر استراتژیک، تهران: فرا.
۱۵. کاووسی، اسماعیل و هادی رزقی (۱۳۸۹)؛ تعیین سطح هوش سازمانی دانشجویان رشته مدیریت شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، فصلنامه مطالعات مدیریت شهری، سال دوم، شماره دوم.
۱۶. کمیسیون تدوین استراتژی امنیت ملی آمریکا (۱۳۸۳)؛ استراتژی امنیت ملی آمریکا در قرن ۲۱، ترجمه جلال دهمشگی و دیگران، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر ایران.
۱۷. گودرزی، علی (۱۳۸۷)؛ تاریخچه و تقسیم‌بندی اطلاعات، تهران: انتشارات مرکز آموزشی و پژوهشی شهید سپهبد صیاد شیرازی.
۱۸. مؤمنی، عصمت و دیگران (۱۳۹۱)، راهبردهای هوش سازمانی و کیفیت خدمات، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۹.
۱۹. مؤمنی، منصور و دیگران (۱۳۹۲)؛ مدل‌سازی معادلات ساختاری، ناشر: مؤلف.
۲۰. ودادی، احمد و دیگران (۱۳۸۹)؛ هوش سازمانی و مدیریت بحران، فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، شماره ۵، سال دوم.

## منابع انگلیسی

21. Abraham Stan(2005), Stretching strategic thinking thinking, strategy&leadership,vol.33 no.5, pp. 5-12
22. Akgun Ali E, John Byrne, Halit Keskin(2007), Organizational intelligence: a structuration view, Journal of Organizational Change Management, Vol. 20 No. 3, pp. 272-289
23. Albrecht, Karl(2003). The power of mind at work: organizational intelligence inaction. New York. Amancorn.
24. Albrecht, Karl(2002),Organizational Intelligence & Knowledge Management: Thinking Outside the Silos, www.KarlAlbrecht.com
25. Azma Fereydoon, Mohammad ali mostafapour, Hamid Rezaei(2012), The application of information technology and its relationship with organizational intelligence, Procedia Technology 1 94 – 97
26. Benito, Ostolaza & Sanchis, Liopis. (2014). Training strategic thinking: experimental evidence. Journal of business research. 67.
27. Betz, Frederic. (2016). Strategic thinking: a comprehensive guide. First edition, Emerald publishing
28. Bonn Ingrid(2005),Improving strategic thinking: a multilevel approach, Leadership & Organization Development Journal, Vol. 26 No. 5, pp. 336-354
29. Bonn Ingrid(2001),Developing strategic thinking as a core competency, Management Decision,39/1,63-70
30. Halal William(2006),organizational intelligence:What is it?and how can manager use it? Retrieved 2006,from WWW.Strategy-Bussiness.Com
31. Headquarters department of the army(2004), Intelligence, Field manual, No.2-0
32. Heracleous Loizos(1998), Strategic thinking or strategic planning, Long Range Planning, Vol. 31, No.3 p.p481to487

33. Joon Moon Byeong(2013),Antecedents and outcomes of strategic thinking”, Journal of Business Research66, 1698–1708
34. Liedtka Jeanne(1998), Strategic Thinking: Can it be Taught? Long Range Planning, Vol. 31 No.1 p.p120to129
35. McMaster.D(1996),The intelligence advantage:organizing for complexity,Butterworth, Heinemann,Boston
36. Mintzberg Henry(1994), The fall and rise of strategic planning,Harvard business review