

بررسی رابطه تفکر استراتژیک با کیفیت خدمات (مورد پژوهشی: بانک مهر اقتصاد استان اصفهان)

محمد مهدی بیژنی^۱، ناصر خانی^{۲*}

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

^۲ گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

مقدمه

امروزه اهمیت صنعت بانکداری رو به رشد است و بیشتر بانکها در محیط رقابتی و پویای نظام بانکداری فعالیت می کنند و در این بین دو مقوله تفکر استراتژیک و کیفیت خدمات می تواند به عنوان کلید موفقیت تجاری سیستم بانکداری محسوب شود. یقینا بالا رفتن پرداختن به این دو مقوله می تواند تاثیر به سزایی در سهم بازار و میزان سود دهی سیستم بانکداری ایفا کند. هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه تفکر استراتژیک با کیفیت خدمات در بانک مهر اقتصاد استان اصفهان بعنوان یک بانک پیشرو در سیستم بانکداری به منظور رسیدن به مدلی مطلوب در استفاده از این مفاهیم می باشد. این پژوهش توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران سرپرستی و روسا و معاونین شعب می باشد. و همچنین برای جمع آوری داده ها از روش غیر احتمالی هدفمند از نوع قضاوتی استفاده شده است و نیز جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری و به طور خاص از نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. در پایان این پژوهش یافته ها نشان دادند بین تفکر استراتژیک و کیفیت خدمات رابطه مثبت و معناداری وجود دارد بطوری که می توان ادعا کرد فرضیه اصلی پژوهش تایید شده است.

واژگان کلیدی: مدیریت استراتژیک، تفکر استراتژیک، مدیریت کیفیت، کیفیت خدمات.

مقاله پژوهشی

دریافت مقاله: ۵ اردیبهشت ۱۴۰۲
پذیرش مقاله: ۷ خرداد ۱۴۰۲

ارجاع به این مقاله

بیژنی، محمد مهدی، خانی، ناصر. (۱۴۰۲). بررسی رابطه تفکر استراتژیک با کیفیت خدمات (مورد پژوهشی: بانک مهر اقتصاد استان اصفهان). روندهای جدید در بازاریابی، ۰۱(۰۱)، ۶-۲۱.

Investigating the Relationship between Strategic Thinking and Service Quality (Research Case: Mehr Eqtesad Bank of Isfahan Province)

Mohammad Mehdi Bijani ^a, Naser Khani ^{b,*}

^a Department of Management, Najafabad Branch. Islamic azad University, Najafabad, Iran

^b Department of Management, Najafabad Branch. Islamic azad University, Najafabad, Iran

ABSTRACT

Today, the importance of the banking industry is growing and most banks operate in the competitive and dynamic environment of the banking system, and among these two categories of strategic thinking and service quality can be considered as the key to the commercial success of the banking system. Certainly, the increase in dealing with these two categories can have a significant impact on the market share and profitability of the banking system. The purpose of this research is to examine the relationship between strategic thinking and service quality in Mehr Eqtesad Bank of Isfahan province as a leading bank in the banking system in order to achieve a desirable model in the use of these concepts. This research is a descriptive survey of the correlation type. The statistical population of this research includes supervisor managers and heads and deputy heads of branches. Also, for data collection, non-probabilistic purposeful method of judgment type was used, and for data analysis, structural equation modeling method was used, and in particular, SmartPLS software was used. At the end of this research, the findings showed that there is a positive and significant relationship between strategic thinking and service quality, so it can be claimed that the main hypothesis of the research has been confirmed.

KEYWORDS: Strategic management, Strategic thinking, Quality management, Service quality.

ORIGINAL ARTICLE

Received 25 April 2023
Accepted 28 May 2023

CITATION

Bijani, M. M., & Khani, N. (2023). Investigating the Relationship between Strategic Thinking and Service Quality (Research Case: Mehr Eqtesad Bank of Isfahan Province). *New Trends in Marketing*, 01(01), 6-21.

۱. مقدمه

با توجه به سرعت روز افزون تولید و توسعه خدمات بانکی در فضای پویا و فعال بانک داری همچنین فعالیت حرفه ای و تخصصی بانک های ایرانی در این فضا، اهمیت توجه به موضوع کیفیت خدمات که مبحثی مهم در حوزه نظام بانک داری است بر هیچ کس پوشیده نیست.

امروزه اگر سازمان ها با استفاده از یک برنامه ی راهبردی به سمت بهبود مستمر و در نتیجه، افزایش رضایتمندی ذینفعان خود (شامل: سهامداران، مشتریان، ارباب رجوع، کارمندان، و ...) حرکت نکنند، ناگزیر از حذف خواهند بود. به این ترتیب که چرخه ی بقا، رشد، و سودآوری را نیمه کاره رها نموده و بازار را در اختیار رقبا قرار خواهند داد. در این راستا، استفاده از تکنیک هایی که سازمان را در بهبود مستمر یارا بوده و به نتایج بالا ختم شود باید مورد توجه سازمان ها قرار گیرد. به این ترتیب؛ و با در نظر گرفتن این واقعیت که تفکر استراتژیک، سطح بالاتری از مدیریت استراتژیک (شامل برنامه ریزی، اجرا، و ارزیابی) می باشد و کیفیت نیز یکی از الگوهای همه جانبه ی ارزیابی عملکرد سازمان هاست، می توان با رویکردی جامع، به این ارزیابی پرداخت.

امروزه صنعت خدمات مالی (بانک ها) دستخوش تغییراتی شده است که پیش تر در تاریخ خود تجربه نکرده بود. این تغییرات هم بر ساختار و هم ماهیت رقابت در این صنعت تأثیری شگرف داشته که ممکن است باعث از دست رفتن مشتریان که مهمترین سرمایه اند شود در محیط بسیار پویا و رقابتی صنعت بانک داری کیفیت خدمات مزیت رقابتی پایداری را برای بانک ها به همراه می آورد زیرا به ایجاد ارزش و رضایت مشتریان کمک می کند. از این رو بهبود کیفیت خدمت رسانی به مشتری برای آنها اهمیتی حیاتی یافته است. برای مدیرانی که می خواهند آینده خود و محیطشان را تغییر دهند، تسلط بر تفکر استراتژیک بسیار مهم است. تفکر استراتژیک، نقطه آغازین ایجاد چشم انداز است. مدیران موفق به گونه ای عمل می کنند که گویی اکنون در آینده هستند. بنابراین تفکر استراتژیک فرصت های خلاقیت را برای آنها نمایان ساخته و به این صورت آنها می توانند بر آینده اثرگذار باشند. نتایج نشان می دهد که دست آورد های حاصل از بهبود خدمات تأثیر زیادی روی دارایی های موسسه مالی می گذارد و برای بدست آوردن درآمد های آتی و حفظ مشتری بسیار مهم است.

از ویژگی های قرن حاضر، توسعه ی اعجاب آور تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و به کار گیری آن برای افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات می باشد. کیفیت خدمات و تفکر استراتژیک از مباحث حیاتی برای سازمان های خدماتی به شمار می روند. ارائه خدمات با کیفیت بالا برای بقا و سودآوری سازمان ها ضروری است. نیاز به درک و ارتقا کیفیت خدمات با توجه به مزایایی که ارائه ی خدمات با کیفیت بالا همچون حفظ مشتری وفاداری مشتری جذب مشتریان جدید ایجاد رضایتمندی پایدار در مشتری وغیره برای سازمان دارد، مورد توجه قرار گرفته ات. در این تحقیق به ارائه راه کارهایی برای افزایش سطح تفکر استراتژیک و کیفیت خدمات پرداخته شده است. هدف اصلی این بررسی، وجود ارتباط میان ابعاد تفکر استراتژیک با ابعاد کیفیت خدمات در بانک مهر اقتصاد اصفهان را نشان می دهد.

۲. مرور ادبیات پژوهش

فقدان تفکر استراتژیک، مدیران ارشد بنگاه ها و سازمان ها را از بهره گیری فرصت های جدید محروم می سازد (پورصادق و یزدانی، ۱۳۹۰). در ایران با توجه به افزایش تغییر و تحول محیطی پیرامون هرسازمان و توسعه و پیشرفت تکنولوژی در جوامع و رقابتی شدن محیط های کسب و کار و انتظاراتی که مشتریان و ذینفعان از سازمان و بنگاه ها دارند، وجود مدیرانی با تفکر استراتژیک امری بدیهی و لازم است، تا بوسیله آن عوامل مؤثر بر سازمان را ببینند و با تجزیه و تحلیل آنها، درک درستی از محیط داشته و تصمیم درست را اتخاذ کنند (گل محمدی، محمدی و برومندان، ۱۳۹۲).

در ادبیات مدیریت استراتژیک، تعاریف متعددی برای بیان مفهوم تفکر استراتژیک وجود دارد. که دو مورد مختصرا اشاره می شود تفکر استراتژیک یک مهارت حیاتی مدیریت در هزاره جدید است. مهارتی که لازمه توانمندسازی سازمان برای بقا و رشد در محیط به شدت رقابتی امروز است (منوریان، آقازاده وشهامت نژاد، ۱۳۹۱). تفکر استراتژیک یک فرآیند مداوم است که هدف آن رفع ابهام و معنا بخشیدن به یک محیط پیچیده می باشد. این فرآیند تجزیه و تحلیل موقعیت و همچنین ترکیب خلاقانه نتایج تحلیل در قالب یک برنامه استراتژیک موفقیت آمیز را در بر می گیرد (بون، ۲۰۰۵).

باتوجه به مطالب گفته شده در تفکر استراتژیک کیفیت خدمات نیز به عنوان یک عامل مهم موفقیت در سازمانهای خدماتی مطرح می باشد. این مفهوم بسیار به مفهوم رضایت مشتریان نزدیک بوده و در واقع می توان گفت که این دو مفهوم به سختی در هم تنیده شده اند. از آنجا که رضایت مشتریان از شاخصه های مهم بازاریابی سازمانهاست، کیفیت خدمات بسیار مورد توجه محققان واقع شده است (اخوان خرازیان و سبحانی فرد ۱۳۹۰).

تحقیقات فراوانی نشان از وجود رابطه مثبت بین کیفیت خدمات در سازمانهای خدماتی با سودآوری و جذب مشتریان دارد. همچنین تحقیقات نشان می دهد که کیفیت عالی و مناسب خدمات موجب ارتقای انگیزه مشتریان برای استفاده مجدد از خدمات شده و مهمتر از آن موجب تبلیغات او برای سازمان و جذب دیگران به سازمان می شود (اندرسون، ۲۰۱۰).

۳. چهار چوب نظری پژوهش

از طرفی به دلیل اینکه درصد بالایی از سازمانهای فعلی در کشور در حوزهی خدمات فعال بوده و گستره ی بزرگی از این حوزه، به صنعت بانکداری معطوف می باشد این پژوهش درصدد خواهد بود تا ارتباط ابعاد تفکر استراتژیک با ابعاد کیفیت خدمات را مورد بررسی قرار داده و این تحقیق در بانک مهر اقتصاد اصفهان انجام خواهد شد. در این پژوهش، ابتدا ابعاد تفکر استراتژیک بر اساس مدل لیدکا^۱ (شامل: تفکر سیستمی^۲، عزم استراتژیک^۳، پیشروی بر اساس رویکرد علمی^۴، فرصت طلبی هوشمندانه^۵، تفکر در زمان^۶) (دیوید، ۲۰۱۰) و سپس ابعاد کیفیت خدمات بر اساس الگوی سیستمی-مبادله ای کیفیت خدمات^۷ (شامل: کیفیت سیستم خدماتی^۸، کیفیت رفتاری خدمات^۹، کیفیت دستگاههای خدماتی^{۱۰}، و کیفیت یا صحت یا درستی خدمات مبادله ای^{۱۱}) (آلدلیان و باتل، ۲۰۰۲) در نمونهی انتخابی مورد مطالعه قرار گرفته و در انتها نیز ارتباط بین ابعاد این دو سازه^{۱۲} بررسی خواهد شد و مدل پژوهش به صورت شکل ۱ می باشد.

^۱ Lydka

^۲ System Perspective

^۳ Inter Focus

^۴ Hypothesis Drive

^۵ Intelligent Opportunism

^۶ Thinking In Time

^۷ SYStem and TRAsactional SQ scale (SYSTRA-SQ)

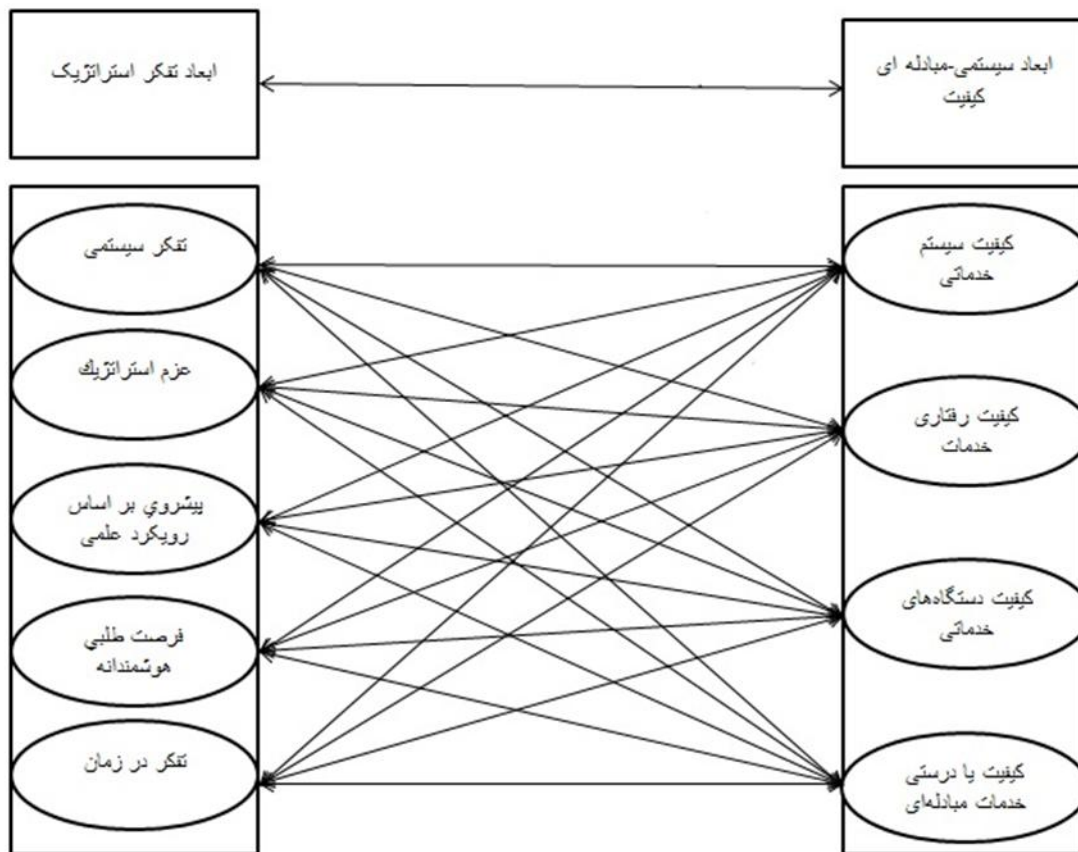
^۸ Service System Quality (SSQ)

^۹ Behavior Service Quality (BSQ)

^{۱۰} Machine Service Quality (MSQ)

^{۱۱} Service Transactional Accuracy (STA)

^{۱۲} construct



شکل ۱. مدل پژوهش

۴. روش شناسی پژوهش

انتخاب و استفاده از یک روش پژوهش مناسب از جمله ویژگیهای مطالعه علمی است که به هدف، ماهیت، موضوع مورد پژوهش و امکانات اجرایی بستگی دارد. از این رو، در این فصل روش پژوهش برای رسیدن به اهداف تشریح می‌گردد که بدین منظور نوع پژوهش، جامعه آماری، روش نمونه‌گیری، روش گردآوری اطلاعات، ابزار گردآوری اطلاعات، متغیرها، روایی و پایایی پرسشنامه و روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها و فرضیه‌های پژوهش تشریح می‌گردد.

۴-۱. روش پژوهش

انتخاب روش و شیوه انجام کار در انجام هر فعالیت اساس و پایه آن فعالیت محسوب می‌شود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی می‌باشد که نیاز به جمع‌آوری اطلاعات علمی از منابع کتابخانه‌ای و همچنین سنجش ارتباط متغیرها در یک محیط میدانی است. در مطالعات کتابخانه‌ای از کتاب و مقالات متعدد استفاده شده و همچنین برای دریافت مقالات از اینترنت نیز استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که شامل دو بخش کلی سؤالات جمعیت‌شناختی و سؤالات تخصصی که اطلاعات مربوط به دو متغیر تفکر استراتژیک و ابعاد سیستمی مبادله‌ای کیفیت را در بر می‌گیرد.

۴-۲. جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران سرپرستی و روسای شعب و معاونین شعب بانک مهر اقتصاد در اصفهان می باشد. انتخاب مدیران صف و ستاد این بانک در اصفهان نیز به این دلیل است که صرفاً این سطح از افراد دارای شایستگی، صلاحیت و اطلاعات لازم برای تکمیل و پاسخ به سوالات پژوهش می باشند. لذا در این پژوهش از شیوه غیر احتمالی هدفمند از نوع قضاوتی برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. به بیان دیگر نمونه با جامع آماری برابر می باشد. به طوریکه بین مدیران سرپرستی و روسای شعب و معاونین شعب بانک مهر اقتصاد در اصفهان که تعدادشان بالغ بر ۱۱۹ نفر بوده پرسش نامه توزیع شده که در نهایت تعداد ۱۰۹ پرسش نامه برگشت داده شده است.

۴-۳. روشهای گردآوری اطلاعات

در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات به طور کلی از روش میدانی و در زمینه مبانی نظری و ادبیات موضوع، از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است؛ که این منابع شامل کتاب ها، مقالات و مجلات و پایان نامه ها می باشد. جهت گردآوری اطلاعات پرسشنامه ها هم به صورت کاغذی و هم بصورت آنلاین در تمامی شعب و سرپرستی بانک مهر اقتصاد توزیع گردید.

۴-۴. ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش، از ابزار پرسشنامه برای جمع آوری داده ها استفاده شده است. پرسشنامه ی مورد استفاده در این پژوهش، نیز از ترکیب دو پرسشنامه استاندارد تفکر استراتژیک بر مبنای مدل لیدکا (منوریان و همکاران، ۱۳۹۱) و کیفیت خدمات بر مبنای مدل سیستمی-مبادله ای کیفیت خدمات (حفیظی و مقیمی، ۱۳۸۸) تهیه شده است.

۴-۵. اجزای پرسشنامه

پرسشنامه شامل چندین بخش زیر می باشد :

سوالات جمعیت شناختی: این بخش شامل ۴ سوال در مورد مشخصات عمومی یا جمعیت شناختی پاسخ دهندگان از قبیل سن، میزان تحصیلات، سابقه و جایگاه شغلی می باشد که در تجزیه و تحلیل اطلاعات از آن استفاده شده است.

سوالات اختصاصی: دارای ۵۰ سؤال که شامل دو بخش است؛ سوالات ۱-۲۹ به تعیین متغیر تفکر استراتژیک پرداخته سوالات ۳۰-۵۰ به بررسی کیفیت خدمات اشاره دارد. برای پاسخ گویی به سوالات پرسش نامه از طیف لیکرت استفاده شده است. متغیرهای پژوهش را در جدول ۱-۱ مشاهده می کنید.

۴-۶. روش تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل داده ها، فرایندی چند مرحله‌ای است، که طی آن داده‌هایی که از طریق به کارگیری ابزارهای جمع آوری در نمونه (جامعه آماری) فراهم آمده‌اند خلاصه، کدبندی و دسته‌بندی و در نهایت پردازش می شوند تا، زمینه برقراری انواع تحلیل‌ها و ارتباطات بین این داده‌ها، به منظور آزمون فرضیه‌ها فراهم آید. در این فرایند داده‌ها هم از لحاظ مفهومی هم از لحاظ تجربی پالایش می شوند و تکنیک‌های گوناگون آماری نقش بسزایی در استنتاج‌ها و تعمیم‌ها بر عهده دارد.

جدول ۱-۱. متغیرهای پژوهش

متغیر	سوال	منبع
نگرش سیستمی	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶	منوریان و همکاران ۱۳۹۱
عزم استراتژیک	۷ و ۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ و ۱۴	منوریان و همکاران ۱۳۹۱
فرصتجویی هوشمندانه	۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ و ۱۹ و ۲۰ و ۲۱ و ۲۲	منوریان و همکاران ۱۳۹۱
تفکر در زمان	۲۳ و ۲۴ و ۲۵ و ۲۶	منوریان و همکاران ۱۳۹۱
پیشروی براساس رویکرد علمی	۲۷ و ۲۸ و ۲۹	منوریان و همکاران ۱۳۹۱
کیفیت سیستم خدماتی	۳۰ و ۳۱ و ۳۲ و ۳۳ و ۳۴ و ۳۵ و ۳۶ و ۳۷ و ۳۸ و ۳۹ و ۴۰	حفیظی و مقیمی ۱۳۸۸
کیفیت رفتاری خدمات	۴۱ و ۴۲ و ۴۳ و ۴۴ و ۴۵	حفیظی و مقیمی ۱۳۸۸
کیفیت دستگاه های خدماتی	۴۶ و ۴۷	حفیظی و مقیمی ۱۳۸۸
صحت مبادله ای خدمات	۴۸ و ۴۹ و ۵۰	حفیظی و مقیمی ۱۳۸۸

در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت فرضیه‌ها و نوع متغیرها از آزمون‌های آماری زیر استفاده شده است. در این بررسی از روش‌های موجود در آمار توصیفی نظیر جداول توزیع فراوانی مطلق، میانگین جهت بررسی و مقایسه اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه و نیز از آزمون t در یک گروه (یا تک نمونه‌ای)، استفاده شده است، که در نهایت برای تجزیه و تحلیل و به کارگیری این آزمون‌ها از نرم افزار اسپس پی اس اس ۱۲۰ استفاده شد و همچنین برای تحلیل عاملی و الگوسازی معادلات ساختاری نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۲ مورد استفاده قرار گرفت.

روش آلفای کرونباخ برای محاسبه همبستگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمون‌هایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کنند، بکار می‌رود. برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، ابتدا باید واریانس نمره‌های هر زیر مجموعه سؤال‌های پرسشنامه و واریانس کل را محاسبه کرد. در جدول ۲ میزان ضرایب آلفای کرونباخ برای هر یک از عامل‌ها به تفکیک آورده شده است.

۴-۷. بررسی مدل های اندازه گیری های متغیر پژوهش

جدول ۱، توزیع فراوانی متغیر سن را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج به دست آمده در جدول فوق، ۲ نفر از جامعه ۱۰۹ نفری ۲۵ تا ۳۰ سال دارند که ۲ درصد از کل جامعه را تشکیل می‌دهند. جدول ۲، توزیع فراوانی متغیر جایگاه شغلی را نشان می‌دهد. بر اساس نتایج به دست آمده در جدول فوق، ۴۹ نفر از جامعه ۱۰۹ نفری در پست معاون و رییس شعبه فعالیت می‌کردند که هر کدام ۴۵ درصد از جامعه آماری را تشکیل می‌دادند و ۱۱ نفر در امور ستادی فعالیت داشتند که معادل ۱۰ درصد از جامعه آماری می‌باشد.

با استفاده از آزمون کولموگوروف - اسمیرنوف می‌توان توزیع (نرمال، یکنواخت، پواسون و نمایی) داده‌های یک متغیر کمی را مورد بررسی قرار داد. در پژوهش حاضر از این آزمون جهت بررسی نرمال بودن سؤالات پرسشنامه استفاده شده است تا در صورت برقرار بودن این شرط بتوان از آزمون‌های آماری پارامتریک و همچنین از روش حداکثر درست نمایی در معادلات ساختاری استفاده نمود. نتایج این آزمون در جدول ۳ آمده است.

^۱ Statistical package for social science: SPSS

^۲ PLS Smart

جدول ۲. ضرایب آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ	متغیر
۰/۹۱	تفکر استراتژیک
۰/۸۸	کیفیت خدمات
۰/۷۲	نگرش سیستمی
۰/۷۱	عزم استراتژیک
۰/۸۱	فرصت جویی هوشمندانه
۰/۷۴	تفکر در زمان
۰/۷۹	پیشروی بر اساس رویکرد علمی
۰/۸۴	کیفیت سیستم خدماتی
۰/۸۷	کیفیت رفتاری خدمات
۰/۷۲	کیفیت دستگاه های خدماتی
۰/۷۱	صحت مبادله ای خدمات

جدول ۳: نتایج آزمون کولموگوروف – اسمیرنوف

تعداد داده ها	میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری (sig)	نتیجه آزمون
۱۰۹	۳,۵۴	۰/۴۸	۰/۸۷	عدم رد H_0

با توجه به اینکه سطح معناداری آزمون بالاتر از ۰/۰۵ می باشد، ادعای نرمال بودن سوالات پرسشنامه پذیرفته می شود.

معیار Q^2 (Stone – Geisser criterion)

این معیار قدرت پیش بینی مدل را مشخص می سازد و در صورتی که مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، و ۰/۳۵ را کسب نماید. به ترتیب نشان از قدرت پیش بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه ها را نشان می دهد. این مقدار تنها برای سازه های درون زای مدل محاسبه می شود.

جدول ۴. مقادیر Q^2

Total	Q^2
کیفیت دستگاهی	۰,۳۹۲۱۵
کیفیت رفتاری	۰,۴۴۵۲۳۶
صحت مبادله ای	۰,۳۶۲۵۱
کیفیت خدماتی	۰,۴۲۷۰۱۶

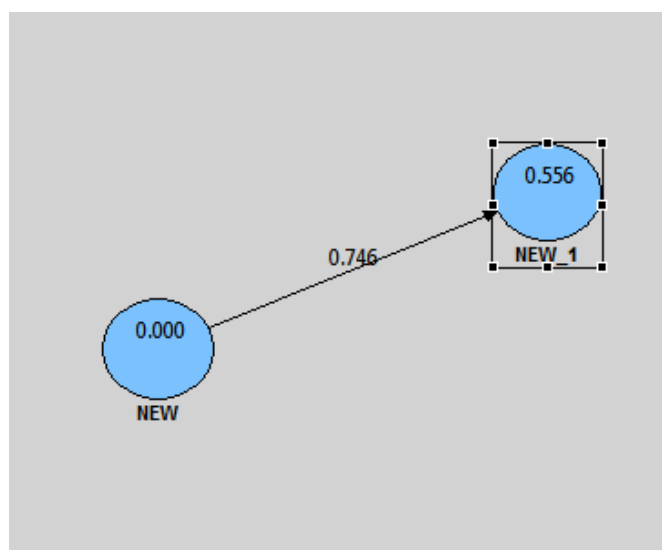
با توجه به جدول بالا مقادیر Q^2 مربوط به سازه ها از ۰/۳۵ بیشتر بوده که قدرت پیش بینی قوی مدل ساختاری را نشان داد.

بین تفکر استراتژیک با کیفیت خدمات رابطه وجود دارد.

مقدار ضریب بتا برای این فرضیه ۰/۷۷ است که این مقدار نشان می‌دهد که به ازای یک واحد تغییر در تفکر استراتژیک ۰,۷۷ واحد تغییر در کیفیت خدمات ایجاد می‌شود؛ و از آنجایی که مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۲۹/۹۹ از ۱/۹۶ بزرگتر است؛ می‌توان گفت بین تفکر استراتژیک و کیفیت خدمات رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بنابراین میتوان ادعا کرد فرضیه اصلی پژوهش مورد تایید قرار گرفته است.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیه اصلی

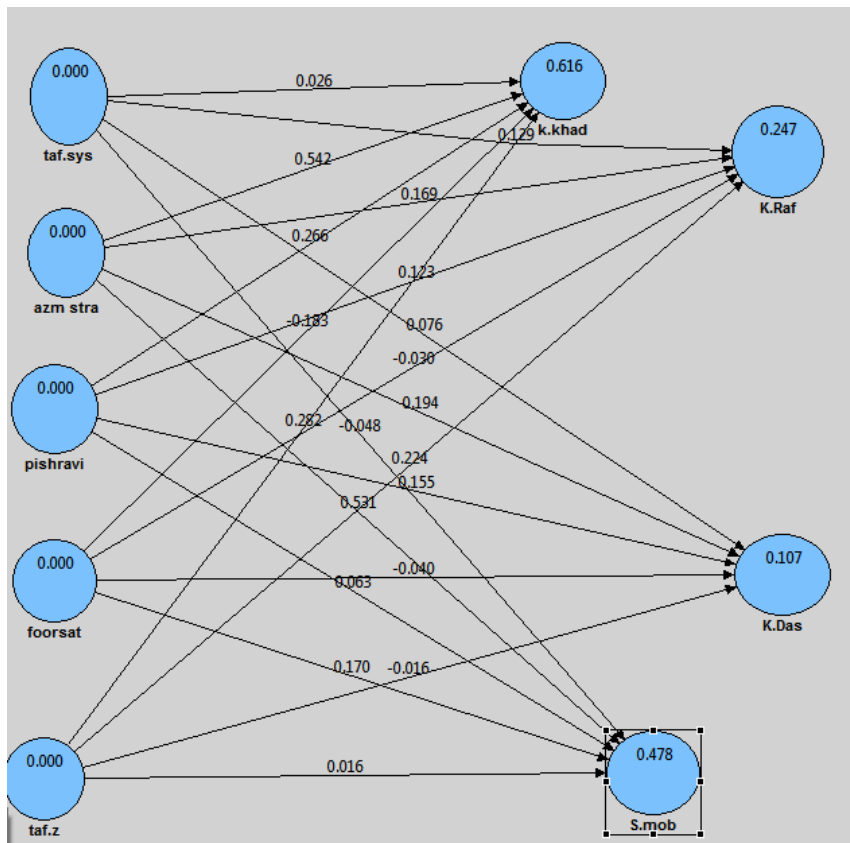
متغیر مستقل	متغیر وابسته	میانگین	انحراف معیار	آماره تی
تفکر استراتژیک	کیفیت خدمات	0.790343	0.025729	29.99826



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب مسیر) برای فرضیه اصلی

۴-۸. بررسی فرضیه های فرعی پژوهش

بر اساس شکل ۳ و همچنین جدول ۶ به بررسی تایید و یا رد فرضیه های فرعی پژوهش پرداخته شده است. همانطور که قبلا مطرح شد این نتایج بر اساس مقدار آماره تی و همچنین ضریب مسیر به دست آمده است.



شکل ۳. مدل آزمون شده پژوهش (ضرایب مسیر) برای فرضیه های فرعی

جدول ۶: مقادیر R²

R ²	متغیر
۰,۵۵۶	کیفیت خدمات
۰,۶۱۶	کیفیت سیستم خدماتی
۰,۲۴۷	کیفیت رفتاری خدمات
۰,۱۰۷	کیفیت دستگاه‌های خدماتی
۰,۴۷۸	کیفیت یا صحت یا درستی خدمات مبادله‌ای
۰,۰۰	تفکر استراتژیک
۰,۰۰	تفکر سیستمی
۰,۰۰	پیشروی بر اساس رویکرد علمی
۰,۰۰	فرصت طلبی هوشمندانه
۰,۰۰	عزم استراتژیک
۰,۰۰	تفکر در زمان

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه های فرعی

نتیجه	آماه تی	انحراف معیار	میانگین	متغیر وابسته	متغیر مستقل
رد	۱,۱۲۷۴۴۷	۰,۱۷۱۹۵۹	۰,۱۹۳۸۷۵	کیفیت دستکاه های خدماتی	عزم استراتژیک
رد	۰,۹۵۰۰۵۶	۰,۱۷۸۱۱۷	۰,۱۶۹۲۲۱	کیفیت رفتاری خدمات	عزم استراتژیک
قبول	۵,۴۱۶۹۶۶	۰,۹۷۹۳۵	۰,۵۳۰۵۱۲	صحت مبادله ای خدمات	عزم استراتژیک
قبول	۶,۱۳۶۳۸۸	۰,۰۸۸۳۷۷	۰,۵۴۲۳۱۷	کیفیت سیستم خدماتی	عزم استراتژیک
رد	۰,۲۳۲۶۵۵	۰,۱۷۲۳۱۱	-۰,۰۴۰۰۹	کیفیت دستکاه های خدماتی	فرصت جویی هوشمندانه
رد	۰,۱۵۸۵۰۸	۰,۱۹۱۵۱	-۰,۰۳۰۳۶	کیفیت رفتاری خدمات	فرصت جویی هوشمندانه
رد	۱,۴۵۴۳۴۲	۰,۱۱۷۱۶۹	۰,۱۷۰۴۰۳	صحت مبادله ای خدمات	فرصت جویی هوشمندانه
قبول	۲,۲۱۹۰۲۶	۰,۰۸۲۴۳۱	-۰,۱۸۲۹۲	کیفیت سیستم خدماتی	فرصت جویی هوشمندانه
رد	۱,۳۵۹۳۹۷	۰,۱۱۳۷۱۹	۰,۱۵۴۵۸۹	کیفیت دستکاه های خدماتی	پیشروی بر اساس رویکرد علمی
رد	۱,۰۸۳۴۵۴	۰,۱۱۳۸۷۵	۰,۱۲۳۳۵۸	کیفیت رفتاری خدمات	پیشروی بر اساس رویکرد علمی
رد	۰,۶۵۴۵۴۷	۰,۰۹۶۶۰۷	۰,۰۶۳۲۳۴	صحت مبادله ای خدمات	پیشروی بر اساس رویکرد علمی
قبول	۳,۰۳۸۶۱۲	۰,۰۸۷۵۰۲	۰,۲۶۵۸۸۶	کیفیت سیستم خدماتی	پیشروی بر اساس رویکرد علمی
رد	۰,۴۵۱۳۷۳	۰,۱۶۹۰۲۷	۰,۰۷۶۲۹۴	کیفیت دستکاه های خدماتی	تفکر سیستمی
رد	۰,۸۳۹۷۶۸	۰,۱۵۳۰۹۲	۰,۱۲۸۵۶۲	کیفیت رفتاری خدمات	تفکر سیستمی
رد	۰,۴۰۲۰۸۵	۰,۱۱۸۹۸۸	-۰,۰۴۷۸۴	صحت مبادله ای خدمات	تفکر سیستمی
رد	۰,۳۳۵۳۶۲	۰,۰۷۶۶۶۶	۰,۰۲۵۷۱۱	کیفیت سیستم خدماتی	تفکر سیستمی
رد	۰,۱۳۲۲۱	۰,۱۲۱۳۹۵	-۰,۰۱۶۰۵	کیفیت دستکاه های خدماتی	تفکر در زمان
رد	۱,۵۴۳۱۸۳	۰,۱۴۵۱۱۵	۰,۲۳۹۳۹	کیفیت رفتاری خدمات	تفکر در زمان
رد	۰,۱۶۴۶۳۶	۰,۰۹۹۹۷۶	۰,۰۱۶۴۶	صحت مبادله ای خدمات	تفکر در زمان
قبول	۳,۷۹۰۷۵۹	۰,۰۷۴۲۷۱	۰,۲۸۱۵۴۴	کیفیت سیستم خدماتی	تفکر در زمان

۵. نتیجه گیری**۵-۱. فرضیه اصلی پژوهش**

بین تفکر استراتژیک با کیفیت خدمات رابطه وجود دارد.

این فرضیه مورد تایید قرار گرفت مقدار ضریب بتا برای این فرضیه ۰/۷۷ است که این مقدار نشان میدهد که میزان تأثیر گذاری تفکر استراتژیک بر کیفیت خدمات ۷۷٪ است که این بدین معنی می باشد که ۷۷٪ از تغییرات کیفیت خدمات توسط تفکر استراتژیک تبیین می شود؛ همچنین مقدار آماره تی برای این بالاتر از ۱,۹۶ می باشد که حاکی از تایید این فرضیه می باشد.

نتایج این فرضیه با نتایج تحقیقات منوریان، آقازاده وشهامت نژاد (۱۳۹۱) همسویی دارد. آنان در تحقیقی تحت عنوان «سنجش تفکر استراتژیک در مدیران شهرداری تهران» به شناسایی و استخراج شاخص های «نگرش سیستمی»، «عزم استراتژیک»، «پیشروی براساس رویکرد علمی»، «فرصت طلبی هوشمندانه» و «تفکر در زمان» پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد فاصله معنا داری بین وضع موجود و مطلوب وجود دارد و باید پیگیری شود.

۵-۲. بررسی فرضیه های فرعی

بین تفکر سیستمی و کیفیت سیستم خدماتی رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج جدول ۶ به دست آمده مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۰/۳۳ می باشد که از ۱/۹۶ کمتر است؛ لذا می توان اظهار داشت بین تفکر سیستمی با کیفیت خدماتی رابطه معنا داری نشان نمی دهد همچنین مقدار ضریب مسیر برای این فرضیه برابر ۰/۳ می باشد به ازای یک واحد تغییر در تفکر سیستمی ۰/۲ واحد کیفیت سیستم خدماتی تغییر می کند. لذا می توان اظهار داشت وجود تفکر سیستمی موجب بهبود محسوس در کیفیت سیستم خدماتی نخواهد شد. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین عزم استراتژیک و کیفیت سیستم خدماتی رابطه وجود دارد.

نتایج تحلیل های آماری نتایج جدول ۶ در این زمینه نشان می دهد که مقدار ضریب بتا برای این فرضیه ۰/۵۴ می باشد که این مقدار نشان می دهد که میزان تأثیر گذاری عزم استراتژیک بر کیفیت سیستم خدماتی ۵۴٪ است که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در عزم استراتژیک ۰/۵۴ واحد کیفیت سیستم خدماتی تغییر می کند. همچنین بر اساس جدول ۶ مقدار آماره تی محاسبه شده برای این فرضیه ۶,۱۶ می باشد که حاکی از تایید فرضیه است. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین پیشروی بر اساس رویکرد علمی و کیفیت سیستم خدماتی رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج بر گرفته از جدول ۶ مقدار ضریب بتا برای این فرضیه ۰/۲۶ است که این مقدار نشان می دهد که میزان تأثیر گذاری پیشروی بر اساس رویکرد علمی بر کیفیت سیستم خدماتی ۲۶٪ است بدین معنی می باشد که ۲۶٪ واحد از تغییرات کیفیت سیستم خدماتی مربوط به ۱ واحد تغییر در پیشروی بر اساس رویکرد علمی می باشد؛ بر اساس جدول ۶ مقدار آماره تی محاسبه شده برای این فرضیه برابر با ۳,۰۲ می باشد که نشان از تایید این فرضیه می باشد نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای این مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین فرصت طلبی هوشمندانه و کیفیت سیستم خدماتی رابطه وجود دارد.

با نگاهی به خروجی جدول ۶ می توان دانست که مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۲,۲۱ می باشد که از مقدار ۱/۹۶ بیشتر است؛ بنابراین می توان گفت بین فرصت طلبی هوشمندانه بر کیفیت سیستم خدماتی رابطه معنی داری وجود دارد. و با افزایش در فرصت طلبی هوشمندانه کیفیت سیستم خدماتی کاهش خواهد داشت. مقدار ضریب برای فرضیه در برابر با ۰,۱۸ - می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در فرصت طلبی هوشمندانه ۰,۱۸ واحد کیفیت سیستم خدماتی تغییر می کند نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای این مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین تفکر در زمان و کیفیت سیستم خدماتی رابطه وجود دارد

بر مبنای جدول ۶ مقدار ضریب بتا برای این فرضیه ۰/۲۸۲ است که این مقدار نشان می دهد که میزان تأثیر تفکر در زمان بر کیفیت سیستم خدماتی ۰/۲۸۲٪ است که این بدین معنی می باشد که ۰/۲۸۲٪ واحد از تغییرات کیفیت سیستم خدماتی مربوط به یک واحد تغییر تفکر در زمان می باشد. مقدار آماره t برای این فرضیه بر اساس نتایج جدول ۶ برابر با ۳,۷۹ می باشد که نشان می دهد این فرضیه مورد تایید واقع شده است. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین عزم استراتژیک و کیفیت رفتاری خدمات رابطه وجود دارد.

از آنجایی که مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۰,۹۵ از مقدار ۱/۹۶ کمتر است؛ می توان گفت بین عزم استراتژیک بر کیفیت رفتاری خدمات رابطه معنی داری نشان نمی دهد. و تغییرات کیفیت رفتاری خدمات با تغییرات عزم استراتژیک رابطه ای نداشته است. بر اساس جدول ۶ مقدار ضریب برای این فرضیه برابر با ۰,۱۶ می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در عزم استراتژیک کیفیت رفتاری خدمات به اندازه ۰,۱۶ واحد تغییر خواهد کرد. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین فرصت طلبی هوشمندانه و کیفیت رفتاری خدمات رابطه وجود دارد

بر اساس نتایج جدول ۶ مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۰,۱۵ می باشد از ۱,۹۶ کمتر است می توان گفت بین فرصت طلبی هوشمندانه بر کیفیت رفتاری خدمات رابطه معنی دار نشان نمی دهد. بر اساس جدول ۴-۱۳ مقدار ضریب ۰,۳ - می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در فرصت طلبی هوشمندانه کیفیت رفتاری خدمات به اندازه ۰,۳ واحد تغییر خواهد کرد. نتیجه این فرضیه را نمیتوان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین تفکر در زمان و کیفیت رفتاری خدمات رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج جدول ۶ آزمون t مقدار محاسبه شده این فرضیه ۱/۵۴ می باشد که از مقدار ۱/۹۶ کمتر است؛ می توان گفت بین تفکر در زمان با کیفیت رفتاری خدمات رابطه معنی دار نشان نمی دهد. و تغییرات در یک متغیر موجب تغییر در متغیر دیگر نمی شود. افزایش در متغیر تفکر در زمان موجب افزایش در متغیر کیفیت رفتاری خدمات نخواهد شد بر اساس جدول ۶ مقدار ضریب مسیر برای این فرضیه برابر با ۰,۲۲ می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در تفکر در زمان کیفیت رفتاری خدمات به اندازه ۰,۲۲ واحد تغییر خواهد کرد. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین عزم استراتژیک و کیفیت دستگاه های خدماتی رابطه وجود دارد.

بر مبنای نتایج جدول ۶ مقدار ضریب بتا برای این فرضیه ۰/۱۹ است که این مقدار نشان می دهد میزان تأثیر عزم استراتژیک بر کیفیت دستگاه های خدماتی ۰/۱۹٪ است. که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در عزم استراتژیک کیفیت دستگاه های خدماتی به

اندازه ۰,۱۹ واحد تغییر می کند مقدار آماره تی گزارش شده برای این فرضیه برابر با ۱,۲۷ می باشد که نشان از رد این فرضیه دارد نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین فرصت طلبی هوشمندانه و کیفیت دستگاه های خدماتی رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج جدول ۶ نتایج آزمون تی محاسبه شده برای این فرضیه این فرضیه مورد تایید قرار نمی گیرد. مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۱/۳۵ بوده که از ۱/۹۶ کمتر است؛ لذا می توان گفت پیشروی بر اساس رویکرد علمی بر کیفیت دستگاه های خدماتی رابطه معنی دار نشان نمی دهد. و با افزایش فرصت طلبی بهبود خاصی در کیفیت دستگاه های خدماتی مشاهده نخواهد شد. بر اساس جدول ۶ مقدار ضریب مسیر برای این فرضیه برابر با ۰,۱۵۴ می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در فرصت طلبی هوشمندانه کیفیت دستگاه های خدماتی به اندازه ۰,۱۵۴ واحد تغییر خواهد کرد. نتیجه این فرضیه را نمیتوان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین عزم استراتژیک و کیفیت یا صحت یا درستی خدمات مبادله ای رابطه وجود دارد.

با توجه به نتایج جدول ۶ مقدار آماره t محاسبه شده این فرضیه ۵۰,۴۱ که از ۱/۹۶ بیشتر است؛ می توان گفت عزم استراتژیک بر کیفیت یا صحت یا درستی خدمات مبادله ای رابطه معنی دار وجود دارد. بر اساس جدول ۶ مقدار ضریب مسیر برای این فرضیه برابر با ۰,۵۳ می باشد که نشان به ازای یک واحد تغییر در عزم استراتژیک صحت مبادله ای خدمات تفکر به اندازه ۰,۵۳ واحد تغییر خواهد کرد. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

بین فرصت طلبی هوشمندانه و کیفیت یا صحت یا درستی خدمات مبادله ای رابطه وجود دارد.

بر اساس نتایج جدول ۶ خروجی نرم افزار پی ال اس از آنجایی که مقدار t محاسبه شده این فرضیه ۱,۴۵ بوده و از مقدار ۱/۹۶ کمتر است؛ می توان گفت بین فرصت طلبی هوشمندانه با کیفیت یا صحت یا درستی خدمات مبادله ای رابطه معنی دار نشان نمی دهد. به این معنی که با افزایش فرصت طلبی هوشمندانه صحت مبادله ای خدمات افزایش نخواهد داشت و این فرضیه هم مورد تایید واقع نمی شود بر اساس جدول ۶ مقدار ضریب مسیر برای این فرضیه برابر با ۰,۱۷ می باشد که نشان می دهد به ازای یک واحد تغییر در فرصت طلبی هوشمندانه صحت مبادله ای به اندازه ۰,۱۷ واحد تغییر خواهد کرد. نتیجه این فرضیه را نمی توان با هیچ تحقیق دیگری مقایسه نمود چرا که در پژوهش های قبلی چنین فرضیه ای مورد بررسی قرار نگرفته است.

۵-۳. پیشنهادات کاربردی

بر اساس فرضیه اصلی پژوهش که به بررسی رابطه بین تفکر استراتژیک و کیفیت خدمات پرداخته و مورد تایید قرار گرفت. در وهله اول پیشنهاد میشود که مسئولان امور ستادی بانک مهر اقتصاد با محور قرار دادن کیفیت ارائه خدمات به مشتریان به تدوین استراتژی و خط مشی و همچنین سند چشم انداز بپردازند. قاعدتا مقوله استراتژی و تفکر استراتژی باید در سطوح بالای سازمان نهادینه شده و تصویب شده و در راس کار مسئولان سطوح بالای سازمان قرار گیرد. بنابراین پیشنهاد می شود برای ارائه هرچه بهتر خدمات با کیفیت به مشتریان مدیران شخصا این مقوله را در استراتژی های خود گنجانده و از آن حمایت لازم را داشته باشند.

بر اساس نتایج حاصل از تایید اصلی پژوهش پیشنهاد می شود با توجه به اینکه ارائه خدمات با کیفیت و داشتن تفکر استراتژیک از جمله مقوله هایی است که نیاز به نهادینه سازی دارد در زمان استخدام کارکنان این سازمان نگرش کارکنان نسبت به این موضوع

سنجیده شود و این موضوع در تصمیم گیری نهایی استخدام ایشان تاثیر داده شود. همچنین با کلیه پرسنلی که از این موارد تخطی کرده و از ارائه خدمات با کیفیت اجتناب می کنند برخورد صورت گیرد.

بر اساس نتایج حاصل از تایید فرضیه فرعی بیستم مبنی بر وجود رابطه بین تفکر در زمان و کیفیت سیستم خدماتی داشتن تفکر روز در مورد مبحث کیفیت و اهمیت آن میتواند بر کیفیت سیستم خدمتی موثر باشد. توسعه مفهوم کیفیت امروزه در بیشتر سازمان ها فراگیر شده است و علی الخصوص در سازمان های خدماتی که صرفا با ارائه خدمت محصول خود را ارائه می دهند بنابراین پیشنهاد می شود مدیران محترم بانک مهر اقتصاد اصفهان با سر لوحه قرار دادن مفهوم کیفیت در برنامه کاری خود زمینه را برای ارائه هر چه بهتر و بیشتر خدمات به مشتریان در نظر بگیرند. بنابراین پرداختن به موضوع کیفیت باید در راس امور این بانک قرار گیرد.

بر اساس نتایج حاصل از تایید فرضیه اصلی پژوهش پیشنهاد می شود جهت بالا بردن سطح عمومی کارکنان در رابطه با اهمیت داشتن تفکر استراتژیک و همچنین اهمیت مقوله کیفیت ارائه خدمات به مشتریان به برقراری کلاس های آموزشی و سمینار ها بپردازند. و همچنین با ارائه جملات قصار و بنر ها در محیط سازمان ارائه کیفیت را هم برای کارکنان و هم برای مشتریان یادآوری نمایند.

منابع

- امیران، حیدر، محبوبی، تورج، و امیران، زهرا ۱۳۹۰، آشنایی با اصول، مفاهیم و مبانی تفکر استراتژیک، تهران: امیران.
پورصادق، ناصر و یزدانی، بهرنگ، قابلیت تفکر استراتژیک مدیران ارشد بر موفقیت شرکت های کوچک و متوسط، مطالعات راهبردی، ۱۳۹۰، ۷، ۱۶۳-۱۴۳
- تقوی فرد، محمد تقی؛ نعمت، مسرت؛ صنیعی منفرد، محمد علی. مدل پیش بینی رفتار خرید مجدد مشتریان (مورد مطالعه: شرکت خدمات دهنده اینترنت) مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۰، ۱۰، ۵۵-۷۴.
- حفیظی، روح الله، مقیمی، سید محمد، مدیریت عملکرد ان با کیفیت خدمات در شعب بانک ملی شهر اصفهان، مدیریت بازرگانی، ۱۳۸۸، ۱، ۳، ۱۶۴-۱۴۷.
- زارعی، ابراهیم، قلی ها، علی محمد، ۱۳۸۹، مدیریت برنامه ریزی استراتژیک، تهران، پیام.
- غلامزاده، رسول؛ قنوتی، مهدی. مسیر راهبردی شرکت های مواد غذایی و سبک ورود به بازار. دو فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۱۳۹۰، ۳، ۴۷-۶۲.
- کالیس، دیوید (۱۳۹۰). استراتژی (استراتژی مناسبی برای سازمان خود طراحی کنید)، علی شیرازی، تهران: دانشگاه تهران
- کفاش پور، آذر؛ حسن نژاد کاشانی، بهزاد؛ نخچیان، علی. تحلیل روابط بین ادراکات ارزش و استفاده مداوم از خدمات بانکی تلفن همراه. پژوهش و توسعه فناوری، ۱۳۹۰، ۵، ۱۲۰-۱۴۱.
- گل محمدی، عماد، محمدی، نشاط، برومندان، زهرا، فرامین و مدل یادگیری تفکر استراتژیک، راهبرد توسعه، ۱۳۹۲، ۳۶، ۱۰۸-۸۸
- مشبکی، اصغرطراحی مدل تفکر استراتژیک در سازمان های ایرانی، مدیریت بازرگانی، ۱۳۸۷، ۱، ۱
- منوریان، عباس، آقازاده، هاشم، شهامت نژاد، مینا، سنجش تفکر استراتژیک در مدیران شهرداری تهران، مدیریت بازرگانی، ۱۳۹۱، ۴، ۱۲، ۱۴۶-۱۲۹
- Anderson, E.W. and Fornell, C. , "Foundations of the American customer satisfaction index", Total Quality Management, 2010, 11 , 7, 869-82.
- Boniface, Bonaventure; Gyau, Amos; Stringer, Randy, (2012), "Linking price satisfaction and business performance in Malaysia's dairy industry", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 24 Iss: 2: pp. 288 – 304.
- Bonn, Ingrid., "Improving Strategic thinking: a multilevel approach". Leadership and Chin WW. (1998), Issues and opinion on structural equation modeling. MIS Quart.; 22(1): 3.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of marketing research, 18 (1): 39-50.
- Gefen, D., Straub, D.W., & Boudreau, M.-C. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research and practice. Communications of the Association for Information Systems, 3(1).
- Goldman F. Ellen (2005). "becoming an expertise strategic thinker: the learning journey of Healthcare CEOs" pp 20-27 available at: www.proquest.umi.com

- Liedtka, J. M.(1998), Strategic Thinking: Can It Be Taught?, Long Range Planning, Vol 31. No 1. pp 120-129.
- Organization Development Journal. 2005,25, 5, 336-345.
- Witek, Crabb, Anna, “Sustainable Strategic Management And Market Effectiveness Of Enterprises”, Social And Behavioral Sciences, 2012, 58, 899-905.