



Determining the relationship between Strategic thinking with organizational prestige through political behaviors in the staff of Fars General Directorate of Sports and Youth

Esmat Shojaeyan¹ | Omid Safari^{2✉}

1. *Department of Physical Education, Nourabad Mamasani Branch, Islamic Azad University, Nourabad Mamasani, Iran.*

E-mail: shoja@yahoo.com

2. Corresponding author, Assistant Professor, *Department of Physical Education, Nourabad Mamasani Branch, Islamic Azad University, Nourabad Mamasani, Iran.* E-mail: omidsafari11@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received 15 December 2023

Revised 29 January 2024

Accepted 14 February 2024

Published 21 May 2024

Keywords:

Strategic thinking,

Organizational prestige,

Political behaviors,

Employees,

Fars Sports and Youth Directorate

ABSTRACT

Objective: The purpose of this research was to determine the relationship between strategic thinking and organizational prestige through political behaviors in the employees of the General Directorate of Sports and Youth of Fars.

Methods: This research was applied and descriptive and correlational. The statistical population of this research was all the employees of the General Directorate of Sports and Youth of Fars in the number of 114 people, of which 93 people cooperated with the researcher as a sample and using the total number sampling method. Data collection tools were standard organizational prestige questionnaires. Sarmad et al. (2013), Goldman's strategic thinking (2005) and Dobrin's (1978) political behaviors. Descriptive statistics methods were used to describe the data, and Pearson's correlation coefficient, regression, and structural equations were used to analyze the data.

Results: The results of the research showed that there was a positive and significant relationship between strategic thinking and organizational prestige, and the results of the research showed that the relationship between strategic thinking and organizational prestige through the subjects' political behaviors was not significant ($P \leq 0.01$).

Conclusions: Therefore, it is better to pay more attention to strategic thinking and political behaviors in order to increase the credibility and status of the organization.

Cite this article: Shojaeyan, Esmat. Safari, Omid. (2024). Determining the relationship between Strategic thinking with organizational prestige through political behaviors in the staff of Fars General Directorate of Sports and Youth. *Jahesh*, 2 (1), 1-12.



© The Author(s).

Publisher: Gorgan Branch, Islamic Azad University.



تعیین ارتباط بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس

عصمت شجاعیان^۱ | امید صفری^۲ ✉

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه تربیت بدنی، واحد نورآباد ممسنی، دانشگاه آزاد اسلامی، نورآباد ممسنی، ایران رایانامه: shoja@yahoo.com

۲. نویسنده مسئول، استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد نورآباد ممسنی، دانشگاه آزاد اسلامی، نورآباد ممسنی، ایران. رایانامه: omidsafari11@yahoo.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

چکیده

هدف: هدف از این تحقیق، تعیین ارتباط بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس بود.

روش پژوهشی: این تحقیق کاربردی و از نوع توصیفی و همبستگی بود. جامعه آماری این تحقیق، تمامی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس به تعداد ۱۱۴ نفر بود، که از این تعداد ۹۳ نفر به عنوان نمونه و به روش نمونه گیری کل شمار با محقق همکاری کردند. ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه های استاندارد پرستیژ سازمانی سرمد و همکاران (۱۳۹۰)، تفکر استراتژیک گلدمن (۲۰۰۵) و رفتارهای سیاسی دوبرین (۱۹۷۸) بود. برای توصیف داده‌ها از روش های آمار توصیفی و برای تجزیه استنباطی داده‌ها از روش های آماری ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون و معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی رابطه ی مثبت و معناداری وجود داشت و همچنین نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که ارتباط بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی آزمودنی ها معنادار نبود ($P \leq 0/01$).

نتیجه گیری: بنابراین بهتر است به منظور افزایش اعتبار و جایگاه سازمانی توجه بیشتری به تفکر استراتژیک و رفتارهای سیاسی داشت.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۹/۲۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۱/۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۳/۱

کلیدواژه‌ها:

تفکر استراتژیک،

پرستیژ سازمانی،

رفتارهای سیاسی،

کارکنان،

اداره کل ورزش و جوانان فارس.

استناد: شجاعیان، عصمت، صفری، امید. (۱۴۰۳). تعیین ارتباط بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی در کارکنان اداره کل ورزش

و جوانان فارس. جهش، ۲(۱)، ۱-۱۲.



© نویسندگان.

ناشر: واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی.

مقدمه

امروزه سازمان‌ها تمام تلاش خود را در راستای ارتقا جایگاه برند خود می‌نمایند و در این راه از هیچ تلاشی مضایقه نمی‌کنند. در دنیای کنونی جایگاه برند در بین مشتریان از ارزش بسیار زیادی برخوردار است و می‌تواند تأثیرات مطلوبی در جذب مشتریان بیشتر داشته باشد. در سال‌های اخیر نیز خواسته‌ها و انتظارات مشتریان دگرگون شده و علاوه بر کیفیت محصولات و خدمات دریافتی توقعات متعددی نیز از سازمان‌ها دارند. از جمله مباحث جدیدی که مطرح گردیده و نقش چشمگیری نیز در ارتقاء جایگاه سازمان نزد مشتریان ایفا می‌کند، تکنیک پرستیژ سازمانی^۱ می‌باشد (پناهی و همکاران، ۱۴۰۱). این تکنیک با طراحی و به‌روزرسانی محیط و فضای سازمانی باعث می‌شود تا هویت و شخصیت کاری سازمان نزد مشتریان دگرگون شده و در مقایسه با سایر سازمان‌های مشابه از جایگاهی به مراتب بالاتر برخوردار شود. بدین ترتیب سازمان دارای هویتی متناسب با فعالیت خود پیدا می‌کند و این هویت و پرستیژ، خود نمایانگر سطح حرفه‌ای عمل کردن سازمان می‌باشد. استفاده از این تکنیک می‌تواند تأثیر بسزایی در جایگاه برند سازمان داشته باشد و سازمان اجرا کننده را از دید مشتریان تبدیل به سازمان و شرکتی لوکس و حرفه‌ای نماید و این تصویر ذهنی می‌تواند روند مطلوبی را در جایگاه سازمان‌ها داشته باشد (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶).

پرستیژ سازمانی یک تصویر مثبت از سازمان است و جزء دارایی‌های ارزشمند آن محسوب شده که به نام اعتبار یا پرستیژ سازمانی شناخته می‌شود. پرستیژ سازمانی، آن برداشت و ادراکی است که ذینفعان از نقاط قوت و توانمندی‌های سازمان دارند (رستگار و همکاران، ۱۴۰۰). مفاهیم یک سازمان تأثیر مهمی بر اشخاص ذی‌نفع آن دارد. این مفاهیم شامل شهرت، اعتبار، پرستیژ و حتی هویت سازمانی می‌شود. از میان اینها تک‌تک اعضا تمایل به حفظ پرستیژ سازمان‌شان را دارند. وجود پرستیژ سازمان در بیرون از آن امری مهم برای اکثر سازمان‌ها به شمار می‌رود به نحوی که سازمان‌ها از پاداش‌ها و پرستیژ بیرونی خود، به منزله‌ی نشانه‌ها و علایمی جهت ایجاد و تعمیم هویت هسته‌ای خود در نظر مخاطبان داخلی و خارجی، استفاده می‌کنند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶). عوامل مختلفی در یک سازمان ممکن است در ایجاد پرستیژ سازمانی تأثیرگذار باشد. یکی از این عوامل که ممکن است با پرستیژ سازمانی رابطه داشته باشد، تفکر استراتژیک^۲ می‌باشد. تفکر استراتژیک فرآیندی است که طی آن مدیر یا رهبر می‌آموزد که چگونه چشم‌انداز سازمانی خود را به وسیله کار گروهی، تفکر انتقادی و بهبود مستمر و مداوم تعریف کند (میر^۳ و همکاران، ۲۰۱۰). مدیران با استفاده از تفکر استراتژیک می‌توانند خود را از فرآیندها و بحران‌های روزمره مدیریتی جدا سازند و بدین‌گونه دیدگاهی متفاوت از سازمان و محیط متغیر آن حاصل کنند. تفکر استراتژیک مهمترین گام یک مدیر، برای جلوگیری از کمبودها، حفظ و رشد سازمان (فایرهوم و کارد^۴، ۲۰۰۹) و به عنوان اولین و یا دومین مهارت مورد نیاز برای بهبود عملکرد مدیران شناسایی شده است (محرّم زاده و نوری، ۱۳۹۹). مطالعات اخیر از جمله صادقی نسب و همکاران (۱۳۹۹) و میرهاشمی و نجفی (۱۳۹۷) نشان می‌دهند، فقدان تفکر استراتژیک به عنوان یک کمبود اصلی در عملکرد سازمان‌ها خودنمایی می‌کند و این نوع تفکر به طور فعال بر سودرسانی به سازمان‌ها تأثیر دارد. در این راستا تحقیقات مختلف نشان داده‌اند که تفکر استراتژیک می‌تواند بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبتی داشته باشد، چنانچه میرهاشمی و نجفی (۱۳۹۷)، بیان کردند که تفکر استراتژیک و مولفه‌های آن (تفکر مفهومی، تفکر سیستمی، فرصت‌طلبی هوشمندانه و آینده‌نگری) بر بهره‌وری نیروی انسانی تأثیرگذار بود. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان دادند، هر چه تفکر استراتژیک در بین مدیران سازمان بیشتر باشد؛ بهره‌وری در سازمان هم

¹ organizational prestige

² Strategic thinking

³ Meier

⁴ Fairholm, M. R., & Card

بیشتر می‌شود. متغیر دیگری که ممکن است بر تفکر استراتژیک تاثیر گذار باشد و در این پژوهش به آن اشاره خواهد شد، رفتارهای سیاسی^۱ کارکنان می‌باشد و ظهور این گونه رفتارها در سازمان باعث ایجاد محیط کاری تفرقه افکن و مخرب خواهد شد و آثار منفی فزاینده ای بر سازمان دارد. به تقدم منافع فردی بر منافع سازمانی، که ممکن است توسط عضوی از اعضای سازمان رخ دهد، رفتارهای سیاسی گفته می‌شود (کایا^۲ و همکاران ۲۰۱۶). رفتار سیاسی به برخی رفتار عمدی شامل شیوه‌های نفوذ، خودنمایی، مدیریت احساسات اشاره دارد رفتار سیاسی، فرایندی استراتژیک، هدف‌محور، عقلانی و آگاهانه برای دستیابی به علایق فردی و یا ارتقای مقام و موقعیت سازمانی کارمندان است که شامل اقدامات نفوذی ارادی است که برای حمایت یا افزایش منافع شخصی افراد یا گروه‌ها انجام می‌شود. رفتارهای سیاسی به فعالیت‌هایی، مانند دستیابی، توسعه و استفاده از قدرت و دیگر منابع برای دستیابی به نتایج مطلوب خود در شرایط نامطمئن سازمان‌ها مربوط است (زارعی محمودآبادی و شاکراردکانی، ۱۳۹۷).

رفتارهای سیاسی، ماهیتی منفعت‌طلبانه دارند؛ بنابراین، زمانی که در سازمان، منافع فردی بر منافع سازمانی ترجیح داده می‌شود، نیروی بالقوه رفتار سیاسی در سازمان به صورت بالفعل ظاهر می‌شود و اعضای سازمان، درگیر فعالیت‌های سیاسی سازمانی می‌شوند و می‌کوشند با استفاده از رفتارهای گوناگون سیاسی، منافع خود را حفظ کنند یا توسعه بخشند (فانی و همکاران، ۱۳۹۳). بر همین مبنای موسوی و زارع (۱۳۹۶) در مطالعه خود بیان کردند که اعضای سازمان برای به دست آوردن و اعمال قدرت، رفتارهای سیاسی را به کار می‌گیرند تا از آن طریق در شرایط بی‌ثباتی و بی‌اطمینانی، راهی انحصاری برای اعمال نفوذ در توزیع مزایا و کاستی‌های درون سازمان پیدا کنند (موسوی و زارع، ۱۳۹۶). رفتارهای سیاسی، جنبه‌های مثبت و منفی دارد. بعد مثبت در قالب پیگیری منافع سازمان و گروه‌ها، در نظر گرفتن موقعیت‌ها در قالب اصطلاحات برد-برد و حل‌وفصل تضادها و اختلافات گروه‌های مختلف و صاحبان منافع نمود پیدا می‌کند. بعد منفی سیاست در قالب پیگیری بیش‌ازحد نفع شخصی، میل به در نظر گرفتن بیشتر موقعیت‌ها در قالب اصطلاح برد-بخت به جای اصطلاح برد-برد و استفاده غالب از تاکتیک‌های مبارزاتی، نظیر پنهان‌کاری، غافلگیر کردن، حفظ دستور جلسات به صورت محرمانه، مخفی کردن اطلاعات و فریبکاری نمود پیدا می‌کند. رفتارهای سیاسی، به‌عنوان یکی از عناصر تشکیل‌دهنده سازمان‌ها، محیط کاری تفرقه‌افکن و زیان‌باری ایجاد می‌کند که پیامدهای منفی فزاینده‌ای، مانند عملکرد ضعیف در دو بعد فردی و سازمانی، محدود کردن تسهیم اطلاعات، ایجاد موانع ارتباطی، افزایش استرس و فشار کاری، شکل‌گیری نگرش‌های منفی به کار، ایجاد ادراک بی‌عدالتی و ... را به دنبال دارد (ترک زاده و همکاران، ۱۳۹۹). به‌نظر موراس و تیکسیریا^۳ (۲۰۲۰)، رفتارهای سیاسی، محیط‌های پرمخاطره‌ای را ایجاد می‌کند که کارکنان، هیچ رغبتی به فعالیت و سرمایه‌گذاری در چنین محیطی ندارند. رفتار سیاسی مطلوب می‌تواند به توسعه خردمندی سیاسی در فرایند تصمیم‌گیری، تغییر و تحول سازمان، افزایش رضایت شغلی، اندازه‌گیری اثربخشی سازمان، به کارگیری مدیریت مشارکتی و افزایش قدرت کارکنان موثر واقع گردد (عبداللهی و همکاران، ۱۳۹۹). در سال‌های اخیر، متأسفانه در سازمان‌های ما و بویژه سازمان‌های ورزشی از جمله اداره کل ورزش و جوانان فارس، جایگاه تفکرات استراتژیک و رفتارهای سیاسی دستخوش تغییراتی شده است که به نفع ورزش استان و کشور نیست و باعث کاهش پرستیژ و اعتبار سازمانی و در نهایت کاهش عملکرد سازمانی در این سازمان ورزشی شده است و آسیب‌های جدی مانند کاهش نیروهای مستعد و توانمند و عقب افتادگی جایگاه ورزش این استان در کشور وارد کرده است. بنابراین محقق برای بررسی و برون رفت از چنین چالش‌هایی در صدد پاسخگویی و ارائه راه کارهایی به سوال زیر در جامعه هدف می‌باشد: آیا

¹ Political Behaviors

² Kaya

³ Moraes and Teixeira

بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس رابطه معناداری وجود دارد یا خیر؟

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر گردآوری داده‌ها میدانی و از نظر ماهیت همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق، تمامی کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس به تعداد ۱۱۴ نفر بود، که از این تعداد ۹۳ نفر به عنوان نمونه و به روش نمونه‌گیری کل شمار با محقق همکاری کردند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌های استاندارد پرستیژ سازمانی سرمد و همکاران (۱۳۹۰)، تفکر استراتژیک گلدمن (۲۰۰۵) و رفتارهای سیاسی دوبرین (۱۹۷۸) بود. روایی صوری پرسشنامه‌ها توسط ۱۵ نفر از اساتید متخصص مدیریت ورزشی که سابقه فعالیت در زمینه متغیرهای این تحقیق را نیز داشتند، مورد ارزیابی و تایید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از فرمول محاسبه کرونباخ، محاسبه گردید و به ترتیب برابر با ۰/۸۴، ۰/۹۵ و ۰/۷۸ بود که همگی بالاتر از ۰/۷ بود، که این نشان دهنده پایایی قابل قبول پرسشنامه‌ها بود. در تحلیل آماری متغیرهای تحقیق در بخش توصیفی از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار استفاده شد و در بخش استنباطی از معادلات ساختاری، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. و همه تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Smart PLS انجام گرفته است.

یافته‌های پژوهش

نتایج جمعیت‌شناختی حاصل از تحقیق نشان داد که ۶۵ درصد از نمونه تحقیق را مردان و ۳۵ درصد هم زنان، ۲۴ درصد از نمونه تحقیق مجرد و ۷۶ درصد هم متأهل، درصدهای مربوط به سن تا ۲۵ سال، ۲۶ تا ۳۰ سال، ۳۱ تا ۳۵ سال، ۳۶ تا ۴۰ سال و بالاتر از ۴۱ سال به ترتیب برابر با ۲/۱، ۹/۶، ۳۵/۴، ۲۷/۹ و ۲۴/۷ بود. بر اساس نتایج جدول (۱)، بین تفکر استراتژیک و مولفه‌های آن با پرستیژ سازمانی رابطه معنادار ($P < 0/01$) وجود دارد.

جدول (۱) نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه تفکر استراتژیک و مولفه‌های آن با پرستیژ سازمانی

متغیرها	تفکر استراتژیک	تفکر سیستمی	تفکر مفهومی	تفکر آینده‌نگر	تفکر هوشمندانه
r	۰/۶۱۰	۰/۵۲۵	۰/۵۲۳	۰/۴۰۷	۰/۳۸۸
Sig	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
ضریب تعیین	۰/۳۷	۰/۲۸	۰/۲۷	۰/۱۷	۰/۱۵

بر اساس نتایج جدول (۲)، بین متغیر تفکر استراتژیک و هیچکدام از مولفه‌های متغیر تفکر استراتژیک با متغیر رفتارهای سیاسی رابطه معنادار ($P > 0/01$) وجود ندارد.

جدول (۲) نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه تفکر استراتژیک و مولفه‌های آن با رفتارهای سیاسی

متغیرها	تفکر استراتژیک	تفکر سیستمی	تفکر مفهومی	تفکر آینده‌نگر	تفکر هوشمندانه
---------	----------------	-------------	-------------	----------------	----------------

رفتارهای سیاسی	r	۰/۰۲۹	-۰/۰۳۹	۰/۰۲۲	۰/۰۸۸	-۰/۰۳۰
	Sig	۰/۷۱۹	۰/۵۵۶	۰/۷۳۶	۰/۱۸۶	۰/۶۵۰
	ضریب تعیین	۰/۰۸	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰۵	۰/۰۰۰۸	۰/۰۰۰۹

بر اساس نتایج جدول (۳)، بین رفتارهای سیاسی با پرستیژ سازمانی رابطه معنادار ($P > ۰/۰۱$) وجود ندارد.

جدول (۳) نتایج آزمون پیرسون در خصوص رابطه رفتارهای سیاسی با پرستیژ سازمانی

Sig	R ²	r	متغیرها
۰/۵۳۲	۰/۲	۰/۰۴۲	رفتارهای سیاسی با پرستیژ سازمانی

با توجه به جدول (۴) تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیر تفکر استراتژیک ($P < ۰/۰۱$ و $t = ۱۱/۵۷$) توانایی پیش بینی متغیر پرستیژ سازمانی را دارد. بر اساس نتایج ضریب بتا، به ازای یک واحد افزایش در تفکر استراتژیک، میزان پرستیژ سازمانی (۰/۶۱) افزایش می‌یابد. همچنین معادله رگرسیون برای پیش بینی پرستیژ سازمانی بر اساس تفکر استراتژیک عبارت است از:

$$\text{تفکر استراتژیک} = ۱/۱۹ + ۰/۶۸ \times \text{پرستیژ سازمانی}$$

جدول (۴) ضرایب رگرسیون خطی

Sig	T	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		ضرایب استاندارد	B	
		بتا	خطای استاندارد	
۰/۰۰۱	۶/۷۱		۰/۱۷۸	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	۱۱/۵۷	۰/۶۱۰	۰/۰۶۰	تفکر استراتژیک

با توجه به جدول (۵) تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیر تفکر استراتژیک ($P > ۰/۰۱$ و $t = ۰/۴۳۵$) توانایی پیش بینی معنادار متغیر رفتارهای سیاسی را ندارد. بر اساس نتایج ضریب بتا، به ازای یک واحد افزایش در تفکر استراتژیک، میزان رفتارهای سیاسی حدود (۰/۰۲۹) افزایش می‌یابد. همچنین معادله رگرسیون برای پیش بینی رفتارهای سیاسی بر اساس تفکر استراتژیک عبارت است از:

$$\text{رفتارهای سیاسی} = ۳/۶۸ + ۰/۰۳۵ \times \text{تفکر استراتژیک}$$

جدول (۵) ضرایب رگرسیون خطی

Sig	T	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		ضرایب استاندارد	B	
		بتا	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۵/۲۲۵		۰/۲۴۲	مقدار ثابت
۰/۶۶۴	۰/۴۳۵	۰/۰۲۹	۰/۰۸۱	تفکر استراتژیک

با توجه به جدول (۶) تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که متغیر رفتارهای سیاسی ($P > ۰/۰۱$ و $t = ۰/۴۳۵$) توانایی پیش بینی معنادار متغیر پرستیژ سازمانی را ندارد. بر اساس نتایج ضریب بتا، به ازای یک واحد افزایش در رفتارهای سیاسی، میزان پرستیژ سازمانی حدود (۰/۰۴) افزایش می‌یابد. همچنین معادله رگرسیون برای پیش بینی پرستیژ سازمانی بر اساس رفتارهای سیاسی

عبارت است از:

(رفتارهای سیاسی) $۰/۰۳۵ + ۳/۶۸ =$ پرستیژ سازمانی

جدول (۶) ضرایب رگرسیون خطی

Sig	T	ضرایب غیر استاندارد		مدل
		ضرایب استاندارد	B	
		بتا	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۵/۲۲۵		۰/۲۴۲	مقدار ثابت
۰/۶۶۴	۰/۴۳۵	۰/۰۴	۰/۰۸۱	رفتارهای سیاسی

جدول ۷، نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری مدل نهایی پژوهش را نشان می‌دهد. ضرایب الگوی پژوهش نشان می‌دهد که ضریب مسیر تفکر استراتژیک به پرستیژ سازمانی برابر $۰/۶۵$ می‌باشد و این نشان می‌دهد که تفکر استراتژیک بر پرستیژ سازمانی به میزان $۰/۶۵$ درصد تاثیر مثبت و معنادار دارد. ضریب مسیر تفکر استراتژیک به رفتارهای سیاسی برابر $۰/۰۰۶$ می‌باشد و این نشان می‌دهد که تفکر استراتژیک به میزان $۰/۰۰۶$ بر رفتارهای سیاسی تأثیر مثبت و غیرمعنادار دارد. ضریب مسیر رفتارهای سیاسی به پرستیژ سازمانی برابر $۰/۰۰۸$ می‌باشد و این نشان می‌دهد که رفتارهای سیاسی به میزان $۰/۰۰۸$ بر پرستیژ سازمانی تأثیر مثبت و غیر معناداری دارد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود تاثیر غیر مستقیم تفکر استراتژیک بر پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی به میزان $۰/۰۰۰۰۴$ می‌باشد که از نظر آماری معنادار نمی‌باشد.

جدول ۷: نتایج مدل‌سازی معادله ساختاری متغیرهای پژوهش

ردیف	مسیرهای الگو	ضریب مسیر	t	نتیجه	اثر غیرمستقیم
۱	تفکر استراتژیک ← پرستیژ سازمانی	۰/۶۵۵	۱۵/۸۴	تایید فرضیه	-
۲	تفکر استراتژیک ← رفتارهای سیاسی	۰/۰۰۶	۰/۲۰۴	رد فرضیه	-
۳	رفتارهای سیاسی ← پرستیژ سازمانی	۰/۰۰۸	۰/۲۰۶	رد فرضیه	-
۴	تفکر استراتژیک ← پرستیژ سازمانی رفتارهای سیاسی ←	-	-	رد فرضیه	۰/۰۰۰۰۴

❖ ملاک معناداری $\pm ۱/۹۶$ می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تعیین ارتباط بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی از طریق رفتارهای سیاسی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس انجام گرفت. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که بین تفکر استراتژیک با پرستیژ سازمانی ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد و تفکر استراتژیک قابلیت پیش بین معنادار پرستیژ سازمانی را دارد. نتایج حاصل از این پژوهش با یافته‌های پژوهش صادقی نصب و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد. در تبیین این نتیجه می‌توان چنین اشاره کرد که برنامه ریزی از جمله فرآیندهایی است که تفکر انسان را هدایت می‌کنند به عنوان یکی از راه کارهای ایجاد و تقویت تفکر استراتژیک می‌توان از آن بهره گرفت. جهت اجرای برنامه ریزی استراتژیک، مدیران و کارکنان سازمان مجبورند به تکفیر مجهز شوند و اساساً ماهیت برنامه ریزی استراتژیک تفکر ساز می‌باشد. برای تبدیل شدن به سبک استراتژیست کارآمد، تمرین و ممارست در تفکر استراتژیک ضروری است، و این باید به یک برنامه منظم روزمره، تبدیل شود. بنابراین

برنامه ریزی و تفکر استراتژیک به مدیران و کارکنان یک سازمان کمک می کند تا از وجهه و شهرت بالاتری در میان سازمان های رقیب برخوردار باشد و عملکرد بهتر و مناسب تری سازمان داشته باشد. بنابراین با توجه به نتایج حاصل از تحقیق می توان بیان کرد که با ایجاد بستر مناسب برای تفکر استراتژیک در یک سازمان و خصوصا سازمان های ورزشی می توانیم زمینه کارایی و اثر بخشی هر چه بیشتر سازمان را فراهم سازیم.

یافته های این پژوهش همچنین نشان داد که بین تفکر استراتژیک و موفه های آن با رفتارهای سیاسی ارتباط معنادار وجود ندارد و تفکر استراتژیک قابلیت پیش بین معنادار رفتارهای سیاسی را ندارد. این نتایج با یافته های پژوهش های صادقی نصب و همکاران (۱۳۹۹) محرم زاده و نوری (۱۳۹۷) از نظر جهت همسو و سازگار نمی باشد. در تبیین این فرضیه می توان چنین بیان کرد که در دنیای کنونی جایگاه برند در بین مشتریان از ارزش بسیار زیادی برخوردار است و می توانند تاثیرات مطلوبی در جذب مشتریان بیشتر داشته باشد. می توان این گونه نتیجه گرفت که خواسته ها و انتظارات مشتریان دگرگون شده و علاوه بر کیفیت محصولات و خدمات دریافتی، توقعات متعددی نیز از سازمانها دارند. از جمله مباحث جدیدی که مطرح گردیده و نقش چشمگیری نیز در ارتقاء جایگاه سازمان نزد مشتریان ایفاء می کند، تکنیک پرستیژ سازمانی می باشد. این تکنیک با طراحی و به روزآوری محیط و فضای سازمانی باعث می شود تا هویت و شخصیت کاری سازمان نزد مشتریان دگرگون شده و در مقایسه با سایر سازمان های مشابه از جایگاهی به مراتب بالاتر برخوردار شود. بدین ترتیب سازمان دارای هویتی متناسب با فعالیت خود پیدا می کند و این هویت و پرستیژ، خود نمایانگر سطح حرفه ای عمل کردن سازمان می باشد.

یافته های این پژوهش همچنین نشان داد که بین رفتارهای سیاسی با پرستیژ سازمانی ارتباط معنادار وجود ندارد و رفتارهای سیاسی قابلیت پیش بین معنادار را ندارد. این نتایج با یافته های پناهی و همکاران (۱۴۰۱) عبداللهی و همکاران (۱۳۹۹) فانی و همکاران (۱۳۹۳) هادی زاده مقدم و همکاران (۱۳۸۹) از نظر جهت همسو و سازگار می باشد. در تبیین این فرضیه می توان چنین بیان کرد که رفتار سیاسی در سازمان، جزء لاینفک زندگی سازمانی است و اگر این گونه رفتارها به طور صحیحی مدیریت نشوند، می توانند به شکل گیری محیطی نامناسب و مخرب منجر شوند. باتوجه به ماهیت دوگانه و نسبی بودن رفتار سیاسی، افزایش کاربرد این مفهوم در محیط کار و عدم وجود درک دقیق از رفتار سیاسی، اعضای سازمان توجه خود را به داشتن پرستیژ و وجهه مناسب معطوف می نمایند تا در نتیجه این گونه رفتارها بتوانند نگرش واقعی خود را همساز با دیگر اعضای سازمان نشان دهند تا نزد آنها خوب جلوه کنند و منافع شخصی خود را به حداکثر برسانند. به دلیل وجود ابهام و عدم اطمینان در سازمان ها کارکنان مبادرت به انجام رفتارهای سیاسی می نمایند تا بتوانند در نتیجه انجام چنین رفتارهایی نفع شخصی خود را تأمین نمایند و عدم اطمینان سازمانی و پیامدهای منفی حاصل از ادراک سیاست سازمانی را کاهش دهند.

در نهایت نتایج حاصل از آزمون فرضیه، ارتباط بین متغیر تفکر استراتژیک با متغیر پرستیژ سازمانی (با توجه به نقش کنترلی متغیر رفتارهای سیاسی) نشان داد که، بین تفکر استراتژیک با متغیر پرستیژ سازمانی (با توجه به نقش کنترلی متغیر رفتارهای سیاسی) رابطه ی معناداری وجود ندارد. این نتایج با یافته های تحقیق صادقی نصب و همکاران (۱۳۹۹) همسو و سازگار می باشد. در تبیین این فرضیه می توان چنین بیان کرد که تفکر استراتژیک رویکردی است که زمینه شکل گیری و توسعه تحول را فراهم می سازد. تفکر استراتژیک مدیران را به سوی یادگیری سریع از محیط کسب و کار و بکارگیری خلاقیت برای خلق ارزش های جدید فرا می خواند. این شیوه تفکر، چشم اندازهایی متمایز

از رقبا را به همراه دارد. چشم اندازهایی که می تواند استراتژی های نوآورانه و مزیت بخشی را سبب شود. تفکر استراتژیک عکس رفتارهای سیاسی عمل می کند اگر این عوامل شناسایی شوند و بتوان از آن ها به نحو احسن استفاده کرد، منجر به پرستیژ سازمانی می شود و اگر در سازمانی پرستیژ سازمانی بالا باشد یعنی تفکر استراتژیک سازمان بالا بوده و مدیران توانسته اند از امکانات و توانایی های کارکنان خود نهایت بهره را ببرند. همچنین اگر در سازمانی رفتارهای سیاسی وجود نداشته باشد سازمان می تواند از نیروها و سرمایه های که دارد استفاده کند و منجر به اثر بخشی و بهره وری در سازمان شود و پرستیژ سازمانی خود را ارتقاء دهد و موجب خوشنمایی در بین سایر سازمانها شود. با توجه به نتایج بدست آمده از این پژوهش و به منظور کمک به ارتقاء سطح پرستیژ سازمانی از طریق تفکر استراتژیک و رفتارهای سیاسی در کارکنان اداره کل ورزش و جوانان فارس پیشنهادات زیر ارائه می گردد:

- که مدیران و مسئولان اداره کل ورزش و جوانان فارس کمیت و کیفیت این فرآیند دائمی تغییر تفکر استراتژیک را از طریق مکانیزم های نظارتی بطور منظم پایش، و با برگزاری کارگاههای آموزشی تبیین و هدایت کنند تا زمینه تحقق هدفهای استراتژیک سازمان شان را فراهم آورند. این امر موجب خواهد شد تا سازمان پرستیژ خود را حفظ و در ارتقاء آن تلاش کند.

- که مدیران و مسئولان اداره کل ورزش و جوانان فارس برای تحقق اهداف و تعالی سازمان به عوامل کلیدی موفقیت تفکر استراتژیک توجه داشته باشند و یک سازمان یادگیرنده به وجود آورند تا موجب افزایش پرستیژ سازمان گردد.

- که مدیران و مسئولان مربوطه محیطی را برای کارکنان فراهم آورند که عاری از هر گونه رفتارهای سیاسی سازمانی باشد. چون اگر رفتار سیاسی مناسب و فضای سیاسی مناسبی در سازمان حاکم باشد موجب افزایش پرستیژ سازمانی میشود

- که مدیران ارتباط خود را با کارکنان نزدیکتر کنند و یک جو صمیمی برقرار شود و مدیران از تجربیات افراد با تجربه درون سازمان استفاده کنند؛ تا با یک برنامه ریزی بلند مدت از پیامدهای منفی و رفتارهای سیاسی نا مشروع جلوگیری کنند.

منابع

- Abdullahi, K. Rasehk, N. Ghasemi, H. (2019). The effect of political behavior on the performance of staff of the Ministry of Sports and Youth. *Political Science Quarterly*, 16(50), 173-193(in Persian).
- Fairholm, M. R., & Card, M. (2009). Perspectives of strategic thinking: From controlling chaos to embracing it. *Journal of Management & Organization*, 15(1), 17-30.
- Fani. A. Shaikhi F. Danaeifar.H. Hassanzadeh. A. (1392). Investigating the moderating effects of political skill and political will in the relationship between the perception of organizational politics and political behavior, *Management Research in Iran*, 11(8): 193-221(in Persian).
- Hadizadeh Moghadam. A. (1387). Dual models of organizational power and policy analysis, *Management Studies*, 3: 159-17(in Persian).
- Kaya, N., Aydin S., Ayhan O. (2016) The Effects of Organizational Politics on Perceived Organizational Justice and Intention to Leave, *American Journal of Industrial and Business Management*, 6 (3), 249-258.
- Moraes, R.M.D., and Teixeira, A.J.C. (2020) Managers, engagement and political behaviors: a nonlinear relationship. *Revista De Administração Contemporânea*, 24(3), 218-231.
- Moharramzadeh, M. Nouri, M S. (2019). The effect of strategic thinking on the productivity of employees of sports and youth departments in the west of the country with the mediating role of organizational agility. *Human resource management in sports*, 7(2), 225-244(in Persian).
- Mousavi, S.S . Qiyazi, M. Khodayari, M. Azim, (2016), examining the impact and role of the employer brand on creating a sense of organizational prestige, the first conference on accounting, management and economics with the dynamic approach of the national economy, Malayer(in Persian)
- Mousavi, S. N. Zare, F. (2016). Investigating the role of political behaviors on the emergence of hypocritical behaviors with regard to the mediating role of spirituality. *Organizational Behavior Studies*, 6(4), 161-187(in Persian).
- Mirhashmi, M. Najafi, M. (2017). The role of strategic thinking on the productivity of manpower in Shahid Mofteh Hamadan Power Plant. The 13th National Conference on Management and Productivity, Iran Electricity Industry Productivity Engineering Association, Tehran(in Persian).

- Panahi, S. Safari, O. Shahidi, N. (2021). Examining the conceptual model between political behaviors and hypocritical behaviors through spirituality and strategic thinking among secondary school teachers of Momsani city, master's thesis in educational management, Islamic Azad University, Noorabad branch of Momsani(in Persian).
- Rostagari Mehr, B .Zahedi, A. Mehboubi, M. Asadi, M. Eshafli, R. Abrazah, A.(2020) The relationship between responsiveness and quality of medical services and its relationship with organizational prestige in public hospitals(in Persian).
- Sadeghi Nasab, M. Naqshbandi, S. S. Rezaei, M. (2019). Model mapping of the influence of strategic thinking dimensions on organizational prestige, taking into account the mediating role of organizational political behaviors in the employees of the Ministry of Sports and Youth. Sports Science Quarterly, year 12, number 39, pp. 119-131(in Persian).
- Turkzadeh, J. Yazidi, F. Mezginejad, S. (2019). Prevalence of political behaviors in all kinds of organizational structures with the mediation of power sources: a study of education in Fars province. Strategic Researches of Iran's Social Issues, 9(2), 135-158(in Persian).
- Yacoubi, M. Timurzadeh, E. Tahiri, M . Tavakoli, M. R. (2016). Investigating the relationship between strategic thinking and innovation and productivity of managers at different levels in a military hospital. Journal of Military Medicine, 19(6), 588-594(in Persian)
- Zarei Mahmoudabadi, M J. Shakarardakani, M. (2017), Investigating the effect of jihadi management and organizational virtue on the political behavior of employees, Islamic Management Quarterly, Vol. 26 (3): 153-127(in Persian).