



مدل توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی مدیران

بهناز مصلحی فرد^۱، جعفر برقی مقدم^{۲*}، محمدرحیم نجف‌زاده^۳، حمید جنانی^۴

تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۰۳/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۳

چکیده

هدف از پژوهش حاضر مدل توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی مدیران در استان آذربایجان شرقی است. روش تحقیق، بر مبنای هدف، از انواع تحقیقات کاربردی و بر مبنای روش اجرا از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان و رؤسای هیئت‌های ورزشی استان آذربایجان شرقی، استادان و اعضای هیئت علمی دانشکده‌های تربیت بدنی، مسئولان و کارشناسان تربیت بدنی ادارات مختلف استان آذربایجان شرقی به تعداد ۵۸۰ نفر است که بر مبنای جدول مورگان (کمی بیشتر) تعداد ۳۰۰ نفر به عنوان نمونه به روش طبقه‌ای انتخاب و تعداد ۲۷۰ پرسش‌نامه معتبر و قابل استفاده به دست آمد. برای جمع‌آوری داده‌ها از سه پرسش‌نامه استفاده شده است: استراتژی‌های مدیریت تصویرپردازی بولینو و تورنلی (۱۹۹۹)، سنجش تفکر استراتژیک (لیدکا، ۱۹۹۸) و پرسش‌نامه محقق ساخته توسعه ورزش با روایی و پایایی مناسب. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش آماری توصیفی شاخص‌های گرایش مرکزی در قالب جداول و نمودار و روش آمار استنباطی معادلات ساختاری به وسیله نرم‌افزار Lisrel و SPSS25 با سطح معنی‌داری $P < 05$ استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی مدیران تأثیر معنی‌داری بر توسعه ورزش آذربایجان شرقی از دیدگاه مدیران و کارکنان اداره ورزش و جوانان دارد. در نهایت الگوی جامع مدل توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی مدیران در استان آذربایجان شرقی از برآزش مطلوبی برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: مدیریت راهبردی، سطوح مدیریت، سازه‌های تصویرپردازی.

Email: behnaz.moslehfard@yahoo.com

۱. دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

Email: jbmoghaddam@gmail.com

۲. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.*

Email: najafzadehrahim@yahoo.com

۳. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

Email: janani_hamid@yahoo.com

۴. استادیار مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

مقدمه

در جهان رقابتی، امروزه یکی از ابزارهای مهم برای ایجاد تحول و بقای سازمان و رسیدن به هدف‌ها و رسالت‌های موردنظر عنصر انسان است. در این میان، آنچه مقوله تحول را حیات می‌بخشد و بقای سازمان را نیز تضمین می‌کند، منابع انسانی است. نقش انسان در سازمان و نوع نگاه به او سهم بسزایی در موفقیت یا شکست سازمان خواهد داشت (خدابخش‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹). با آغاز هزاره سوم، هر روز نقش منابع انسانی پررنگ‌تر شده و اکنون از آن به‌عنوان تنها عامل کسب موفقیت و مزیت رقابتی پایدار در سازمان یاد می‌شود. این امر به‌خصوص در جامعه امروز، بیش از پیش به حقیقت پیوسته است. با وجود این، مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها با چالش‌های متعددی مواجه است؛ از جمله جهانی شدن، کمبود نیروی کار ماهر و متعهد، هرم تصمیم‌گیری، عدم شناخت نیاز کارکنان، بی‌برنامه بودن، عدم شایسته‌سالاری، تبعیض، بهره‌وری ناکافی منابع انسانی، بی‌انگیزگی و عدم مشارکت کارکنان، ترک همکاری کارکنان باسابقه با سازمان. مدیران منابع انسانی می‌توانند با ارزیابی عملکرد، از نقاط ضعف کارمندان آگاه شوند و با توانمندسازی کارکنان خود این چالش‌ها را رفع کرده یا از بروز آن‌ها پیشگیری نمایند. کارکنان توانمند در جهت رفع چالش‌ها، با مدیران نهایت همکاری و مشارکت را می‌نمایند؛ زیرا در توانمندسازی منابع انسانی، انگیزه، مشارکت، تعهد، خلاقیت و وفاداری نهفته است (اسماعیلی و همکاران، ۱۳۹۸).

جهان در وضعیتی قرار دارد که باید آن را متغیری از فرایندها دانست. در این بین، سازمان‌ها و افراد از تغییرات شتابناک قرن حاضر به‌شدت متأثرند. بدین منظور نیازمندان به‌طور منظم فرایندها و روش‌های خود را به‌منظور ایفای نقش معنادار در محیط مورد بازمینی و بررسی قرار دهند و فرایندهای عملیاتی خود را به‌منظور دستیابی به رسالت‌ها، ارزش‌ها و مطلوبیت‌ها، طوری سازمان‌دهی کنند که علاوه بر حفظ و بقای خود در شرایط حاضر، بتوانند پاسخگوی نیازهای محیطی باشند (غلامی، ۱۳۹۸). در محیطی که ویژگی آن پیچیدگی و تغییرات مستمر است، تفکر استراتژیک به‌عنوان هسته مرکزی خلق مزیت رقابتی محسوب می‌شود. امروزه تفکر استراتژیک به‌عنوان برگ برنده در عرصه‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی شناخته می‌شود. تفکر استراتژیک می‌تواند بصیرت، درک، دید و یا حتی یک جرعه باشد؛ این بصیرت کمک می‌کند تا در شرایط پیچیده کسب‌وکار، واقعیت‌های محیط و قواعد بازار به‌درستی شناخته شود، ویژگی‌های جدید و فضای بین مولکولی بازار زودتر از دیگران کشف گردد و برای پاسخگویی به این شرایط، راهکارهای بدیع و ارزش‌آفرین خلق شود؛ فهمی که مشخص کند کدام‌یک از عواملی که برای مشتری ارزش ایجاد می‌کند، منجر به موفقیت می‌شود (O'Brien et al, 2019). سازمان‌ها در زمان کنونی به‌صورت فرایندهای محیطی پویا، با تغییر روبه‌رو هستند و مجبور شده‌اند خود را با عوامل محیطی سازگار کنند. در این‌باره محققان رابطه ظرفیت تغییر سازمانی و تفکر استراتژیک را تحلیل کرده‌اند و نتایج نشان داده سازمان‌هایی که سطح تفکر استراتژیک بالاتری دارند، از ظرفیت تغییر سازمانی بالاتری نیز برخوردارند (Liu et al, 2019). همچنین رابطه ابعاد تفکر استراتژیک مدیران و میزان آمادگی برای تحول سازمانی موردبررسی قرار گرفته و یافته‌ها حاکی از آن است بین تفکر سیستمی و آمادگی برای تحول سازمانی رابطه مثبت وجود دارد (O'Brien et al, 2019).

همچنین امروزه با وجود اهمیت فوق‌العاده توانمندسازی، متأسفانه در ایران، بنا به دلایل متعدد از جمله مبهم بودن اهداف سازمانی، نداشتن تعریف مناسب از روابط کاری و روابط شخصی، نبودن سیستم مناسب ارزیابی عملکرد، عدم تعریف شاخص‌های مناسب برای سنجش بهره‌وری نیروی انسانی و برخی عوامل موجود در بازار که از غیررقابتی بودن محیط کسب‌وکار و ساختار اقتصادی کشور ناشی می‌شود، سبب شده است که سازوکار مشخصی برای کیفی‌سازی منابع انسانی تعریف نشود و حتی این سازوکار چندان جدی گرفته نشود. موفقیت سازمان‌های امروزی بستگی زیادی به مدیرانش دارد؛ مدیرانی که با نحوه کار کردن خود تأثیر بسزایی در عملکرد و خروجی سازمان دارند (الماسی و همکاران، ۱۳۹۸). نحوه کار کردن و تفکر راهبردی خود مدیران و دقت در رفتارهای سازمانی هریک از کارکنان یکی از اساسی‌ترین عوامل موفقیت یا عدم موفقیت یک سازمان محسوب می‌شود.

در دنیای کنونی، یکی از عواملی که باعث رشد و توسعه اقتصادی-اجتماعی سازمان‌ها می‌شود مدیریت تصویرپردازی مدیران است. برخی از رفتارهای کارمندان توجه بسیاری را به خود جلب کرده است؛ مانند مدیریت تصویرپردازی که بسیاری از پژوهشگران این رفتار را برای سازمان مفید می‌دانند. اغلب پژوهشگران مدیریت تصویرپردازی را رفتاری برای منافع خود فرد معرفی کرده‌اند (غفوری، ۱۳۹۱). این ایده را اولین بار گافمن^۱ (۱۹۵۹) مطرح کرد. او معتقد بود افراد برای شکل‌دهی به هویت خود، تصاویر موردنظر از خود در ذهن دیگران را مدیریت می‌کنند. مدیریت تصویرپردازی به رفتارهایی اشاره دارد که افراد با استفاده از آن، تصویری که دیگران از آن‌ها دارند را کنترل می‌کنند و بدین طریق می‌توانند اهداف و برنامه‌های خود را برای رسیدن به موفقیت تعیین کرده و نتایج مطلوب را حداکثر و نتایج نامطلوب را حداقل کنند (Peck & Levashina, 2017). کارمندان در تعاملات خود با همکاران، سرپرستان و ارباب‌رجوع طوری رفتار می‌کنند تا وجهه و چهره مثبتی از خود نشان دهند و دیگران درباره آن‌های قضاوت مثبت داشته باشند. لذا افراد همواره سعی و تلاش می‌کنند هم رفتار، حرکات و ویژگی شخصی خود را کنترل و هم ادراکات، احساسات و طرز تلقی دیگران را درباره خود مدیریت کنند. این قضاوت و طرز تلقی مثبت سرپرستان و مدیران از کارکنان در زندگی کاری و سازمانی افراد سبب خواهد شد بر ارزیابی آنان در ارتقای ترفیع افزایش حقوق و جابجایی شغلی کارکنان تأثیر بگذارد. به مجموع این رفتارها و حرکاتی که از سوی افراد بروز می‌کند تصویرپردازی گفته می‌شود؛ به عبارت دیگر، فرایندی که در آن سعی می‌کنند احساساتی که دیگران به آن‌ها دارند را کنترل کنند تصویرپردازی نامیده می‌شود (Pierro & Kleiman, 2020). مدیریت تصویرپردازی دیگران تقاطع ادراکی جالبی است که خودنظارتی، نظریه اسناد و سیاست در سازمان را دربرمی‌گیرد. شاید به همین سبب باشد که در سال‌های اخیر مدیریت تصویرپردازی دیگران توجه فعال پژوهش‌ها را به خود معطوف کرده است. کارکنانی که خودنظارتی بالا دارند و در نتیجه خود را با محیط تطبیق می‌دهند بیشتر به مدیریت تصویرپردازی دیگران پایبند هستند تا کسانی که خودنظارتی ندارند و مراقب رفتار و کردار خود نیستند. مدیریت تصویرپردازی دیگران، همچنین اسناد مطلوب رفتارها به درون یا بیرون را دربردارد. همچنین مدیریت تصویرپردازی دیگران قطعاً با قلمرو سیاست در سازمان سازگاری دارد؛ به دلیل آنکه بیش از حد بر افزایش منافع شخصی متمرکز است (مهدوی، ۱۳۹۸).

در این راستا، افراد با توجه به اهداف خاصی که دنبال می‌کنند، تصویر خاصی از خودشان می‌دهند و تاکتیک‌های مختلفی متناسب با این اهداف به کار می‌گیرند. لذا فرد تصویرپرداز از هیچ کوششی در راه رسیدن به هدف خود دریغ نخواهد کرد و همه توان و تلاش خود را برای انجام دادن این تاکتیک‌ها به کار خواهد گرفت (شجاعی باغینی، ۱۳۹۶). در دهه‌های اخیر صنعت ورزش دوران جدید و تازه‌ای را تجربه می‌کند؛ به طوری که ورزش، به‌عنوان یک بخش اقتصادی در تولید کالاها و خدمات ورزشی و توسعه اقتصاد ملی کشورها، یکی از درآمدزاترین صنایع در قرن ۲۱ به شمار می‌آید (O'Reilly et al, 2020). باید اذعان کرد ورزش به‌عنوان ابزاری در حوزه‌های مختلف، تأثیرات گسترده‌ای به جا می‌گذارد. امروزه ورزش در سلامت افراد، گذراندن اوقات فراغت سالم، بانشاط، لذت‌بخش و ایجاد روابط سالم در جامعه و پیشگیری از بسیاری از مفاصل اجتماعی و انحرافات اخلاقی به‌خصوص در نسل جوان، نقش خود را متجلی ساخته است (Schulenkorf & Siefken, 2019).

امروزه جوامع با تحولات گسترده بین‌المللی روبه‌رو هستند. تحولات روزافزون زندگی بشر موجب شده مباحث مربوط به تحول و تغییر پارادایم‌ها و رخدادها در ابعاد مختلف زندگی جدی‌تر گرفته شود و ضرورت ایجاد ایده‌های نو و خلاق، نسبت به گذشته افزایش یابد. ورزش نیز همگام با سایر تغییرات اقتصادی، اجتماعی، فناوری و غیره، در سال‌های اخیر دستخوش تغییرات ماهیتی و فرایندی بسیاری شده است. درک تغییرات و شناسایی و بهره‌گیری از فرصت‌های محیطی، از ویژگی‌های اساسی کارآفرینی محسوب می‌شود؛ در نتیجه توسعه در ورزش گامی ضروری در توفیق و تعالی ورزش است (میرزایی و همکاران، ۱۳۹۷). سازمان‌های ورزشی مانند دیگر سازمان‌های انسان‌محور، به نیروی انسانی شایسته و بانشاط نیازمند است. در این سازمان ورزشی، وجود فضای سازمانی مطلوب و درگیر شدن بیشتر کارکنان با شغل و وجود مدیران کارآمد اهمیت بسزایی دارد

که می‌تواند بر توسعه ورزشی و عملکرد سازمانی مؤثر باشد. آشنایی با مدیریت تصویرپردازی و تفکر استراتژیک مدیران سازمان‌های ورزشی و آگاهی از آثاری که می‌توانند بر روی توسعه ورزش داشته باشند، می‌تواند به برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران این سازمان‌های ورزشی کمک کند که در سیاست‌گذاری‌های خود بیشتر به این پدیده توجه نمایند و آثار آن را کنترل کنند (قنبری فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۹).

مطالعات متعددی در این زمینه انجام شده که همگی بر مؤثر بودن مدیریت تصویرپردازی و تفکر استراتژیک در حوزه‌های متعدد سازمانی تأکید دارد. به نظر می‌رسد هر یک از این حوزه‌ها می‌تواند در توسعه سازمانی نقش مؤثری ایفا کند. به طوری که مهدوی (۱۳۹۸) تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی را بر عملکرد کارکنان سازمان‌های ورزشی مؤثر گزارش کرد. یافته‌های وی بیانگر آن بود که وقتی کارکنان درصدد آن باشند که رفتارهایی را از خود نشان دهند که حاکی از خود رتقایی بوده و درصدد جلوه دادن شایستگی خود باشند، در واقع به دنبال تاکتیک‌های متمرکز بر شغل هستند. بنابراین، کارمندی که از این تاکتیک‌ها استفاده کند، می‌خواهد مسئولیت وقایع مثبت را به عهده بگیرد؛ همچنین تمایل دارد وقایع منفی را کمتر از آنچه مضر است نشان دهد و سعی می‌کند تنها موفقیت‌های خود را نشان دهد؛ در حالی که این تاکتیک‌ها برای شایسته نشان دادن کارمندان است. دامغانیان و همکاران (۱۳۹۷) نیز دریافتند که مدیریت تصویرپردازی با ارزیابی عملکرد ارتباط و بر شایستگی ادراک شده تأثیر مثبت و معناداری دارد و نیز شایستگی ادراک شده تأثیر مثبت و معنادار بر ارزیابی عملکرد دارد.

مصلحی‌فرد (۱۳۹۶) به این نتیجه رسید که بین مدیریت تصویرپردازی و تفکر استراتژیک با مدیریت تعالی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. جین^۱ (۲۰۱۲) نشان داد که مدیریت تصویرپردازی و هوش هیجانی، هر دو به طور مثبت، جزو پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار شهروندی سازمانی است.

نویدان و همکاران (۱۳۹۸) گزارش کردند که وجود سرمایه‌های انسانی تفکر استراتژیک‌محور در شرکت فرتاک تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد استراتژیک سازمان و تحقق استراتژی‌های آن دارد. نتایج ملکی و صالحی (۱۳۹۷) نیز مؤید آن بود که بین مؤلفه‌های تفکر استراتژیک و توانمندسازی کارکنان با عملکرد سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان بوشهر رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین بین توانمندسازی کارکنان و عملکرد سازمانی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان بوشهر رابطه معنی‌داری وجود دارد.

بر این اساس، مدیران سازمان ورزشی باید تدابیر خاصی را برای استفاده از کلیه ظرفیت‌های فکری و عملی کارکنان خود اتخاذ کنند. حرکت در جهت توسعه سازمان و به تبع آن، توانمندسازی کارکنان مستلزم بهبود و بازسازی سازمان، بهبود و پرورش مدیران و سرانجام بهبود و پرورش کارکنان است.

در این راستا، پژوهش حاضر با هدف مدل توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی مدیران در استان آذربایجان شرقی انجام شده است. با توجه به مبانی نظری و اهمیت متغیرهای ذکر شده در دستیابی به اهداف سازمان و توسعه ورزش، ضرورت انجام این تحقیق آشکار می‌شود.

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است که با بررسی وضعیت موجود اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی و ادارات متفاوت استان در حیطه مطالعات استراتژیک انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل مدیران و کارکنان اداره کل ورزش و جوانان استان آذربایجان شرقی، رؤسای هیئت‌های ورزشی استان متشکل از رئیس و نائب‌رئیس و دبیر هیئت، اساتید و اعضای هیئت‌علمی دانشکده‌های تربیت‌بدنی، مسئولان و کارشناسان تربیت‌بدنی ادارات گوناگون استان آذربایجان شرقی است که در مجموع، تعداد آن‌ها ۵۸۰ نفر است. نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای تصادفی متناسب با حجم انجام شد و به منظور تعیین حجم نمونه، از جدول مورگان استفاده شد. ابزار اندازه‌گیری پژوهش پرسش‌نامه بود که در این پژوهش، از دو پرسش‌نامه

استاندارد، یعنی استراتژی‌های مدیریت تصویرپردازی بولینو و تورنلی^۱ (۱۹۹۹) و سنجش تفکر استراتژیک (لیدکا^۲، ۱۹۹۸) و نیز یک پرسش‌نامه محقق ساخته توسعه ورزش استفاده شد. این ابزار شامل ۶۰ گویه هم وزن بود که با استفاده از مقیاس پنج‌ارزشی، از ۱ تا ۵، طراحی شد و از پنج سطح فردی، محیطی، منابع، مدیریتی و خدماتی تشکیل شده و هر سطح شامل چهار بُعد و هر بعد شامل سه سؤال بود. برای تعیین روایی صوری و محتوایی پرسش‌نامه‌ها، از دیدگاه استاد راهنما و ده استاد صاحب‌نظر در حوزه تحقیق نظرخواهی شد که پس از اعمال نظرات آن‌ها، پرسش‌نامه مورد تأیید قرار گرفت. پرسش‌نامه‌های مدیریت تصویرپردازی و تفکر استراتژیک در چندین تحقیق مورداستفاده و تأیید قرار گرفته است. برای روایی پرسش‌نامه توسعه ورزش، تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول از طریق نرم‌افزار LISREL انجام پذیرفت. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای روایی پرسش‌نامه نشان داد که تمامی سؤالات حدنصاب بار عاملی لازم را کسب کرده‌اند و ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰/۴ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. همچنین برای بررسی پایایی پرسش‌نامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای مدیریت تصویرپردازی برابر ۰/۹۱۳، برای تفکر استراتژیک برابر ۰/۹۱۶ و برای توسعه ورزش برابر ۰/۹۴۳ به دست آمد.

برای اجرای پژوهش حاضر، پس از طراحی سؤالات کلی و تدوین پرسش‌نامه خودساخته، مصاحبه با صاحب‌نظران انجام شد. پس از پایان هر مصاحبه، محتوی آن به صورت کامل بر روی کاغذ پیاده‌سازی شد تا مفاهیم اولیه استخراج شود. بعد از رسیدن به اشباع، به مطالعه عمیق‌تر مبانی نظری و تحقیقات پیشین پرداخته شد تا از ترکیب آن‌ها با تجربیات پژوهشگر و نظرات صاحب‌نظران، برای طراحی مدل اقدام شود. مدل طراحی شده در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت و بعد از دریافت پیشنهادها و نظرات آن‌ها در مورد طبقه‌بندی مقوله‌ها و مفاهیم، مدل نهایی توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی طراحی شد. سپس بر مبنای مدل مذکور، پرسش‌نامه عوامل مؤثر بر توسعه ورزشی بر مبنای تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی تدوین شد. پس از توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها بین افراد جامعه آماری، با استفاده از مدل معادلات ساختاری، مدل توسعه ورزشی در فاز کمی مشخص شد. تعداد ۳۰۰ پرسش‌نامه در میان اعضای جامعه آماری توزیع شد. تعداد نمونه موردنیاز ۲۳۲ نفر برآورد شد، ولی برای اطمینان از برگشت پرسش‌نامه‌ها به اندازه کافی، تعداد آن به ۳۰۰ افزایش یافت که در نهایت ۲۷۶ پرسش‌نامه برگشت داده شد. پس از بررسی، تعداد ۲۷۰ پرسش‌نامه معتبر و قابل استفاده تشخیص داده شد که تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس آن‌ها انجام شده است. در نهایت، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش آماری توصیفی استفاده شد؛ برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان از نرم‌افزار SPSS-25 و برای معادلات ساختاری از نرم‌افزار LISREL.

یافته‌ها

جدول ۱: خلاصه وضعیت توصیفی آزمودنی‌ها

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	۹۶	۳۵/۶
	مرد	۱۷۴	۶۵/۴
سن	۲۰ تا ۳۰ سال	۴	۱/۵
	۳۱ تا ۴۰	۷۷	۲۸/۵
	۴۱ تا ۵۰	۱۱۷	۴۳/۳
	۵۱ تا ۶۰	۶۹	۲۵/۶
	بالای ۶۰	۳	۱/۱

۳/۰۴	۹	دیپلم و کاردانی	تحصیلات
۳۵/۹	۹۷	کارشناسی	
۶۰/۸	۱۶۴	کارشناسی ارشد و دکتری	
۱۸/۲	۴۹	۱ تا ۱۰ سال	سابقه کار
۲۸/۱	۷۶	۱۱ تا ۱۵	
۲۶/۷	۷۲	۱۶ تا ۲۰	
۲۷	۷۳	بالای ۲۰	

جدول ۲: توزیع نمرات سازه‌ها و زیرسازه‌های توسعه ورزش

متغیر	میانگین	میان	انحراف استاندارد
سطح فردی بعد جمعیتی	۵۶/۷۹	۵۸/۳۳	۲۱/۹۷
سطح فردی بعد روان‌شناختی	۶۳/۵۱	۶۶/۶۶	۲۱/۵۵
سطح فردی بعد رفتاری	۶۴/۲۵	۶۶/۶۶	۲۴/۷۰
سطح فردی بعد ساختاری	۶۲/۳۴	۶۶/۶۶	۲۴/۶۹
سطح محیطی بعد اجتماعی-فرهنگی	۵۸/۱۴	۵۸/۳۳	۲۲/۱۶
سطح محیطی بعد اقتصادی صنعتی	۵۰/۸۶	۵۰/۰۰	۳۰/۱۹
سطح محیطی بعد سیاسی	۵۳/۰۲	۵۸/۳۳	۲۷/۳۹
سطح محیطی بعد جغرافیایی زیستی	۵۸/۷۶	۶۲/۵۰	۲۲/۷۷
سطح منابع بعد منابع مالی	۵۳/۹۱	۵۸/۳۳	۲۹/۸۴
سطح منابع بعد منابع انسانی	۵۸/۳۰	۶۶/۶۶	۲۷/۶۲
سطح منابع بعد زیرساخت و امکانات	۵۹/۲۹	۶۶/۶۶	۲۸/۴۱
سطح منابع بعد دانش و فناوری	۵۸/۸۸	۵۸/۳۳	۲۶/۶۲
سطح مدیریتی بعد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی	۵۷/۳۷	۵۸/۳۳	۲۷/۵۵
سطح مدیریتی بعد سازمان‌دهی و تشکیلات	۵۶/۶۳	۵۸/۳۳	۲۷/۴۱
سطح مدیریتی بعد عملیات و فرایند	۵۵/۰۰	۵۰/۰۰	۲۶/۹۰
سطح مدیریتی بعد عملیات و نظارت و ارزیابی	۵۷/۹۶	۵۸/۳۳	۲۷/۶۱
سطح خدماتی بعد فرهنگ‌سازی و آموزش	۶۱/۱۷	۶۶/۶۶	۲۸/۱۲
سطح خدماتی بعد توزیع سرانه و عرضه خدمات	۵۶/۸۲	۵۸/۳۳	۲۶/۸۷
سطح خدماتی بعد نیازسنجی و گونه‌شناسی ورزشی	۵۸/۵۸	۶۶/۶۶	۲۵/۹۴
سطح خدماتی بعد رویداد و پوشش‌دهی اقشار	۶۱/۱۱	۶۶/۶۶	۲۸/۴۷
سطح فردی	۶۱/۷۲	۶۴/۵۸	۱۹/۷۹
سطح محیطی	۵۵/۲۰	۵۸/۳۳	۲۱/۳۶
سطح منابع	۵۷/۶۰	۶۰/۴۱	۲۴/۹۳
سطح مدیریت	۵۶/۷۵	۵۸/۳۳	۲۵/۶۴
سطح خدماتی	۵۹/۴۲	۶۲/۵۰	۲۵/۲۵
توسعه ورزش	۵۸/۱۴	۶۱/۶۶	۲۰/۷۷

جدول ۳: توزیع نمرات سازه‌ها و زیرسازه‌های تصویرپردازی

متغیر	میانگین	میانه	انحراف استاندارد
خودارتقایی	۵۴/۹۹	۵۶/۲۵	۲۱/۴۷
خودشیرینی	۴۹/۳۰	۵۰/۰۰	۲۲/۳۲
تظاهر	۳۷/۷۰	۳۷/۵۰	۲۷/۰۱
ارباب	۳۳/۴۷	۳۰/۰۰	۲۳/۴۰
تضرع	۲۳/۶۲	۲۰/۰۰	۲۳/۶۰
مدیریت تصویرپردازی	۳۸/۷۹	۳۶/۳۶	۱۶/۸۸

جدول ۴: توزیع نمرات سازه‌ها و زیرسازه‌های تفکر استراتژیک

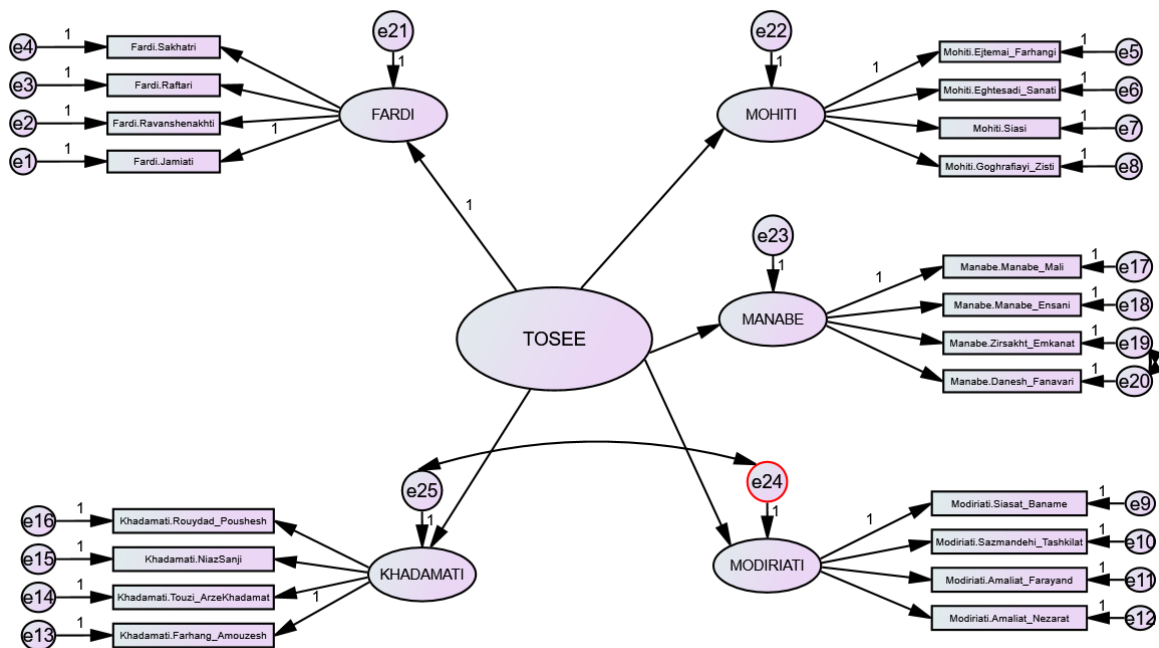
متغیر	میانگین	میانه	انحراف استاندارد
تفکر سیستمی	۶۵/۶۲	۶۶/۶۶	۱۷/۹۰
عزم استراتژیک	۶۱/۹۳	۶۲/۵۰	۱۷/۳۴
پیشروی بر اساس رویداد علمی	۵۶/۷۸	۵۸/۳۳	۲۱/۳۴
فرصت‌طلبی هوشمندانه	۵۶/۱۷	۵۷/۱۴	۱۹/۷۷
تفکر در زمان	۵۸/۶۱	۵۶/۲۵	۲۳/۴۶
تفکر استراتژیک	۶۰/۲۶	۵۹/۸۲	۱۶/۲۰

جدول ۵: بررسی همبستگی بین سازه‌ها در شاخص توسعه ورزش

متغیر	سطح فردی	سطح محیطی	سطح منابع	سطح مدیریت	سطح خدماتی	توسعه ورزش
سطح فردی	۱	۰/۶۸**	۰/۶۲**	۰/۵۱**	۰/۵۲**	۰/۷۳**
سطح محیطی	۰/۶۸**	۱	۰/۸۶**	۰/۷۰**	۰/۶۹**	۰/۸۸**
سطح منابع	۰/۶۲**	۰/۸۶**	۱	۰/۸۸**	۰/۸۳**	۰/۹۵**
سطح مدیریت	۰/۵۱**	۰/۷۰**	۰/۸۸**	۱	۰/۸۹**	۰/۹۱**
سطح خدماتی	۰/۵۲**	۰/۶۹**	۰/۸۳**	۰/۸۹**	۱	۰/۹۰**
توسعه ورزش	۰/۷۳**	۰/۸۸**	۰/۹۵**	۰/۹۱**	۰/۹۰**	۱

موارد معنی‌دار با ** برای سطح معنی‌داری ۰/۰۱ مشخص شده‌اند.

نتایج این بررسی نشان داد که بین همه سازه‌های این شاخص همبستگی مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. مدل مفهومی در نظر گرفته شده به صورت زیر است:



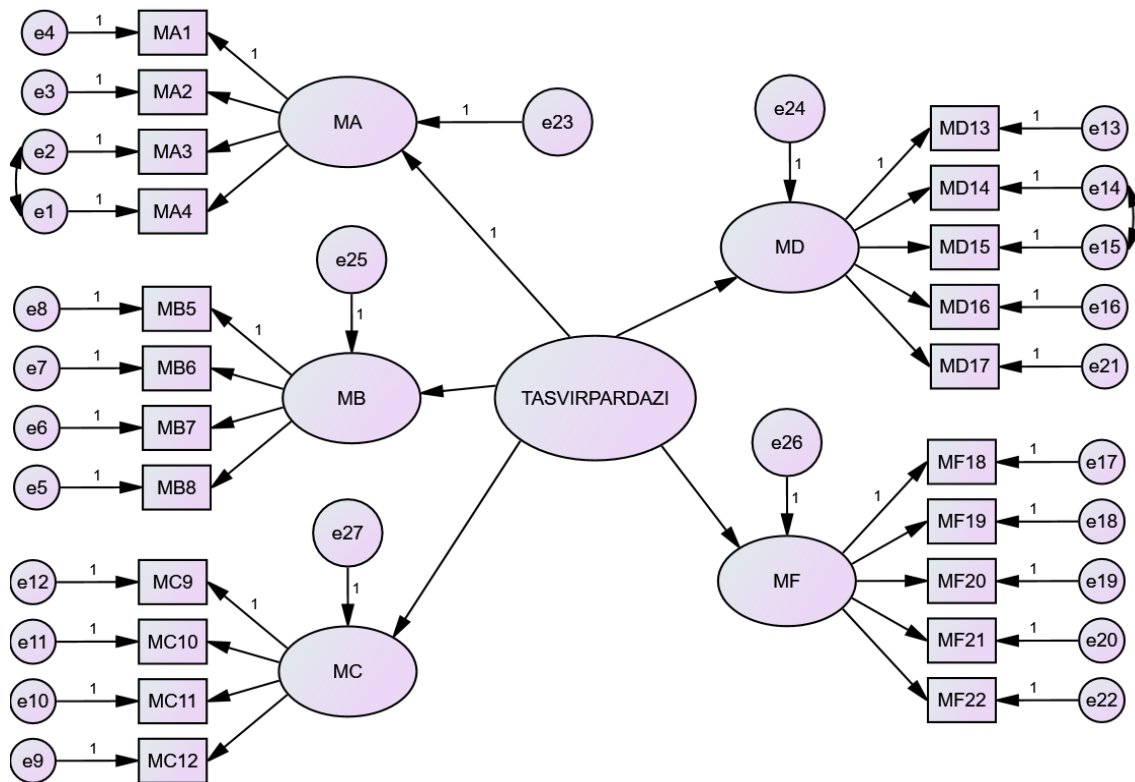
شکل ۱: مدل مفهومی ارتباط بین سازه‌ها و مفهوم کلی توسعه ورزش

جدول ۶: بررسی همبستگی بین سازه‌ها در شاخص تصویرپردازی

متغیر	خودارتقایی	خودشیرینی	تضرع	ارعاب	تضرع	مدیریت تصویرپردازی
خودارتقایی	۱	۰/۴۱**	۰/۳۳**	۰/۲۲**	۰/۱۳**	۰/۵۳**
خودشیرینی	۰/۴۱**	۱	۰/۶۰**	۰/۲۴**	۰/۲۵**	۰/۶۶**
تظاهر	۰/۳۳**	۰/۶۰**	۱	۰/۴۶**	۰/۴۴**	۰/۷۹**
ارعاب	۰/۲۲**	۰/۲۴**	۰/۴۶**	۱	۰/۶۶**	۰/۷۷**
تضرع	۰/۱۳**	۰/۲۵**	۰/۴۴**	۰/۶۶**	۱	۰/۷۵**
مدیریت تصویرپردازی	۰/۵۳**	۰/۶۶**	۰/۷۹**	۰/۷۷**	۰/۷۵**	۱

موارد معنی‌دار با ** برای سطح معنی‌داری ۰/۰۱ مشخص شده‌اند.

نتایج این بررسی نشان داد که بین همه سازه‌های این شاخص همبستگی مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.



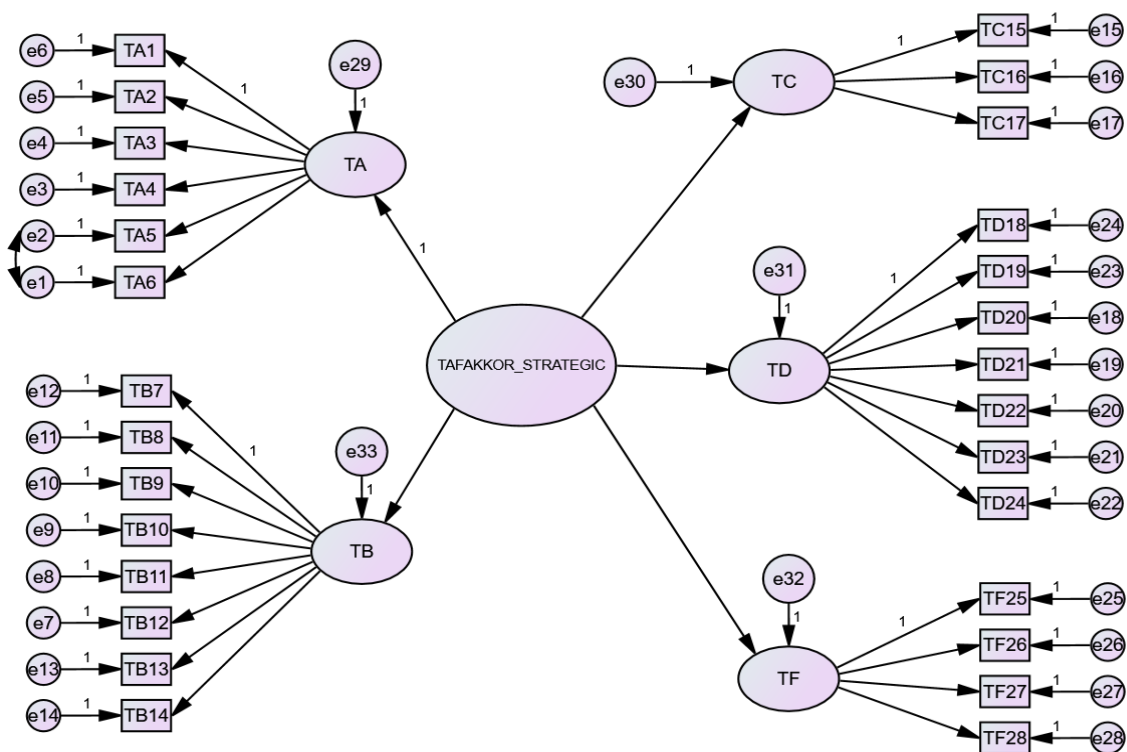
شکل ۲: مدل مفهومی ارتباط بین سازه‌ها و مفهوم تصویرپردازی

جدول ۷: بررسی همبستگی بین سازه‌ها در شاخص تفکر استراتژیک

متغیر	تفکر سیستمی	عزم استراتژیک	پیشروی بر اساس رویداد علمی	فرصت‌طلبی هوشمندانه	تفکر در زمان	تفکر استراتژیک
تفکر سیستمی	۱	۰/۵۸**	۰/۴۰**	۰/۵۲**	۰/۳۸**	۰/۷۱**
عزم استراتژیک	۰/۵۸**	۱	۰/۶۹**	۰/۷۳**	۰/۶۵**	۰/۹۰**
پیشروی بر اساس رویداد علمی	۰/۴۰**	۰/۶۹**	۱	۰/۷۶**	۰/۵۷**	۰/۸۰**
فرصت‌طلبی هوشمندانه	۰/۵۲**	۰/۷۳**	۰/۷۶**	۱	۰/۷۱**	۰/۹۱**
تفکر در زمان	۰/۳۸**	۰/۶۵**	۰/۵۷**	۰/۷۱**	۱	۰/۷۹**
تفکر استراتژیک	۰/۷۱**	۰/۹۰**	۰/۸۰**	۰/۹۱**	۰/۷۹**	۱

موارد معنی‌دار با ** برای سطح معنی‌داری ۰/۰۱ مشخص شده‌اند.

نتایج این بررسی نشان داد که بین همه سازه‌های این شاخص همبستگی مستقیم و معنی‌داری وجود دارد.



شکل ۳: مدل مفهومی ارتباط بین سازه‌ها و مفهوم تفکر استراتژیک

جدول ۸: تأثیر مؤلفه‌های تفکر استراتژیک (تفکر سیستمی، عزم استراتژیک، پیشروی بر اساس رویکرد علمی، فرصت‌طلبی هوشمندانه، تفکر در زمان) بر توسعه ورزش در ادارات استان آذربایجان شرقی

متغیر	تفکر سیستمی	عزم استراتژیک	پیشروی بر اساس رویداد علمی	فرصت‌طلبی هوشمندانه	تفکر در زمان	تفکر استراتژیک
سطح فردی بُعد جمعیتی	۰/۲۶**	۰/۲۱**	۰/۱۱*	۰/۲۳**	۰/۱۹**	۰/۲۵**
سطح فردی بعد روان‌شناختی	۰/۴۴**	۰/۲۵**	۰/۰۰	۰/۲۰**	۰/۱۸**	۰/۹۶**
سطح فردی بعد رفتاری	۰/۳۸**	۰/۲۷**	۰/۱۷**	۰/۲۷**	۰/۲۸**	۰/۳۴**
سطح فردی بعد ساختاری	۰/۴۶**	۰/۳۵**	۰/۲۱**	۰/۳۰**	۰/۳۰**	۰/۴۰**
سطح محیطی بعد اجتماعی-فرهنگی	۰/۴۳**	۰/۳۹**	۰/۳۰**	۰/۲۸**	۰/۲۱**	۰/۴۰**
سطح محیطی بعد اقتصادی-صنعتی	۰/۱۸**	۰/۱۹**	۰/۱۳**	۰/۱۶**	۰/۱۱**	۰/۱۹**
سطح محیطی بعد سیاسی	۰/۳۱**	۰/۲۷**	۰/۲۱**	۰/۲۵**	۰/۲۱**	۰/۳۱**
سطح محیطی بعد جغرافیایی زیستی	۰/۴۱**	۰/۳۲**	۰/۱۶**	۰/۲۷**	۰/۱۹**	۰/۳۴**
سطح منابع بعد منابع مالی	۰/۳۵**	۰/۳۱**	۰/۱۸**	۰/۲۶**	۰/۲۰**	۰/۳۳**
سطح منابع بعد منابع انسانی	۰/۳۹**	۰/۲۵**	۰/۱۳*	۰/۲۳**	۰/۲۱**	۰/۳۰**
سطح منابع بعد زیرساخت و امکانات	۰/۳۱**	۰/۱۹**	۰/۱۵**	۰/۲۶**	۰/۱۷**	۰/۷۰**

۰/۲۸**	۰/۱۷**	۰/۲۲**	۰/۱۸**	۰/۲۳**	۰/۳۵**	سطح منابع بعد دانش و فناوری
۰/۳۱**	۰/۱۶**	۰/۲۵**	۰/۱۷**	۰/۲۸**	۰/۳۹**	سطح مدیریتی بعد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی
۰/۲۹**	۰/۱۶**	۰/۲۳**	۰/۱۹**	۰/۲۴**	۰/۳۶**	سطح مدیریتی بعد سازمان‌دهی و تشکیلات
۰/۲۹**	۰/۱۷**	۰/۲۴**	۰/۱۶**	۰/۲۵**	۰/۳۴**	سطح مدیریتی بعد عملیات و فرایند
۰/۲۹**	۰/۱۴**	۰/۲۶**	۰/۲۲**	۰/۲۲**	۰/۳۴**	سطح مدیریتی بعد عملیات و نظارت و ارزیابی
۰/۲۹**	۰/۱۴**	۰/۲۵**	۰/۱۷**	۰/۲۴**	۰/۳۵**	سطح خدماتی بعد فرهنگ‌سازی و آموزش
۰/۲۸**	۰/۱۸**	۰/۲۴**	۰/۱۲*	۰/۲۴**	۰/۳۱**	سطح خدماتی بعد توزیع سرانه و عرضه خدمات
۰/۳۰**	۰/۲۰**	۰/۲۸**	۰/۱۵**	۰/۲۶**	۰/۳۳**	سطح خدماتی بعد نیازسنجی و گونه‌شناسی ورزشی
۰/۳۴**	۰/۱۸**	۰/۳۲**	۰/۲۴**	۰/۲۶**	۰/۴۰**	سطح خدماتی بعد رویداد و پوشش‌دهی اقشار
۰/۳۸**	۰/۲۸**	۰/۳۰**	۰/۱۷**	۰/۳۳**	۰/۴۶**	سطح فردی
۰/۳۶**	۰/۲۱**	۰/۲۸**	۰/۲۴**	۰/۳۴**	۰/۳۹**	سطح محیطی
۰/۳۳**	۰/۲۱**	۰/۲۸**	۰/۱۸**	۰/۲۸**	۰/۴۰**	سطح منابع
۰/۳۲**	۰/۱۷**	۰/۲۶**	۰/۲۰**	۰/۲۶**	۰/۳۸**	سطح مدیریت
۰/۳۳**	۰/۱۹**	۰/۲۹**	۰/۱۹**	۰/۲۷**	۰/۳۸**	سطح خدماتی
۰/۳۹**	۰/۲۴**	۰/۳۲**	۰/۲۲**	۰/۳۳**	۰/۴۵**	توسعه ورزش

موارد معنی‌دار با * و ** به ترتیب برای سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و ۰/۰۱ مشخص شده‌اند.

بین تفکر استراتژیک و توسعه ورزش ($r=0.39, P<0.05$)، رابطه مستقیم و معنی‌داری مشاهده می‌شود و تمامی مؤلفه‌های تفکر استراتژیک، شامل تفکر سیستمی ($r=.45, P<0.05$)، عزم استراتژیک ($r=.33, P<0.05$)، پیشروی بر اساس رویکرد علمی ($r=.22, P<0.05$)، فرصت‌طلبی هوشمندانه ($r=.32, P<0.05$)، و تفکر در زمان ($r=.24, P<0.05$) با متغیر توسعه ورزش رابطه مستقیم و معنی‌داری دارند. به علاوه، نتایج نشان می‌دهد که بین همه مؤلفه‌های تفکر استراتژیک با همه مؤلفه‌های توسعه ورزش رابطه مستقیم و معنی‌داری مشاهده می‌شود (در همه موارد $P<0.05$).

جدول ۹: تأثیر مؤلفه‌های مدیریت تصویرپردازی (خودار تقایی، خودشیرینی، تظاهر، ارعاب، تضرع) بر توسعه ورزش در ادارات استان آذربایجان شرقی

مدیریت تصویرپردازی	تضرع	ارعاب	تظاهر	خودشیرینی	خودار تقایی	متغیر
۰/۰۹	-۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۱۰*	۰/۱۰*	۰/۱۳*	سطح فردی بعد جمعیتی
۰/۱۲*	-۰/۱۵**	۰/۰۰	۰/۲۱**	۰/۱۹**	۰/۲۷**	سطح فردی بعد روان‌شناختی
۰/۲۰**	-۰/۱۰*	۰/۰۲	۰/۳۰**	۰/۳۰**	۰/۲۹**	سطح فردی بعد رفتاری

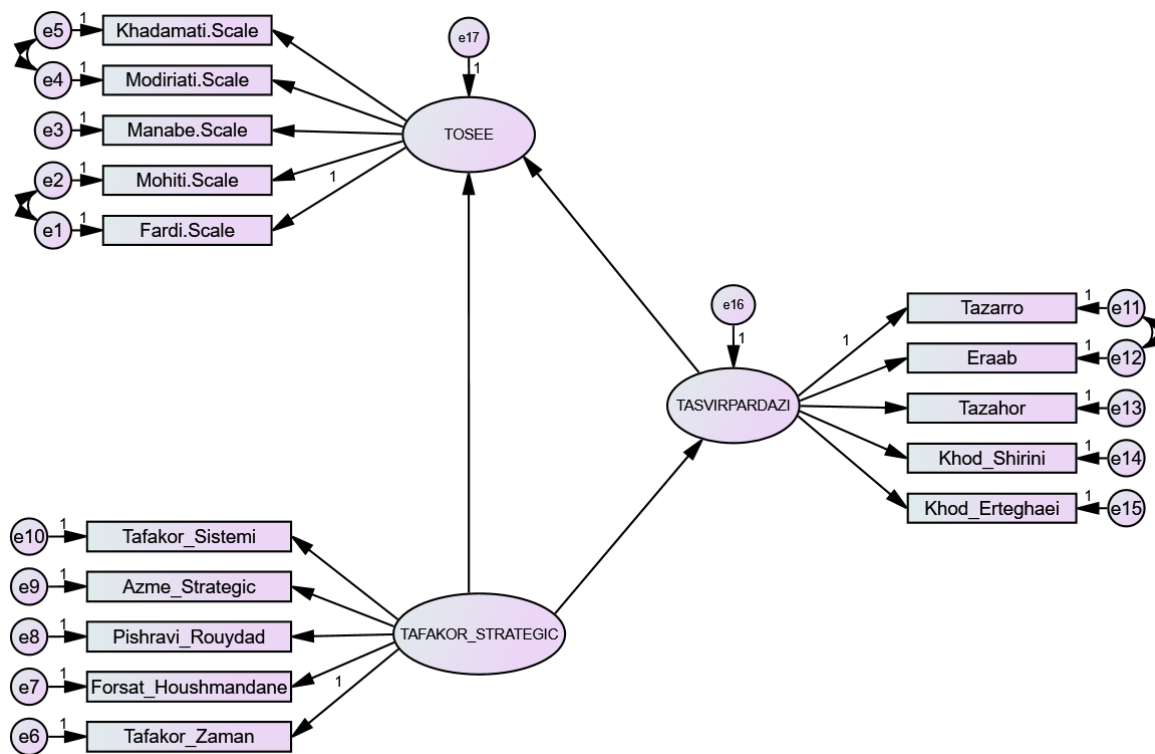
۰/۱۴**	۰/۱۴*	-۰/۰۴	۰/۲۱**	۰/۳۰**	۰/۳۰**	سطح فردی بعد ساختاری
۰/۱۶**	-۰/۱۰*	۰/۰۲	۰/۲۰**	۰/۲۶**	۰/۲۹**	سطح محیطی بعد اجتماعی-فرهنگی
۰/۰۷	-۰/۰۴	۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۲۱**	سطح محیطی بعد اقتصادی-صنعتی
۰/۱۷**	۰/۰۰	۰/۱۲*	۰/۱۱*	۰/۱۶**	۰/۲۵**	سطح محیطی بعد سیاسی
۰/۱۳*	-۰/۱۴**	۰/۰۷	۰/۱۶**	۰/۱۹**	۰/۲۵**	سطح محیطی بعد جغرافیایی زیستی
۰/۱۸**	-۰/۰۵	۰/۰۹	۰/۱۸**	۰/۱۹**	۰/۳۰**	سطح منابع بعد منابع مالی
۰/۱۵**	-۰/۰۷	۰/۰۲	۰/۱۶**	۰/۲۲**	۰/۲۹**	سطح منابع بعد منابع انسانی
۰/۱۴**	-۰/۰۰۹	۰/۰۵	۰/۱۰*	۰/۱۶**	۰/۲۵**	سطح منابع بعد زیرساخت و امکانات
۰/۱۵**	-۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۲۱**	۰/۱۶**	۰/۲۳**	سطح منابع بعد دانش و فناوری
۰/۱۸**	-۰/۰۴	۰/۱۰*	۰/۲۱**	۰/۱۴*	۰/۲۸**	سطح مدیریتی بعد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی
۰/۱۶**	-۰/۰۶	۰/۰۴	۰/۲۲**	۰/۱۵**	۰/۲۷**	سطح مدیریتی بعد سازمان‌دهی و تشکیلات
۰/۱۸**	-۰/۰۳	۰/۰۸	۰/۱۶**	۰/۱۹**	۰/۳۰**	سطح مدیریتی بعد عملیات و فرایند
۰/۱۴**	-۰/۰۵	۰/۰۳	۰/۰۹*	۰/۱۹**	۰/۳۳**	سطح مدیریتی بعد عملیات و نظارت و ارزیابی
۰/۱۴**	-۰/۱۱*	۰/۰۶	۰/۱۴**	۰/۲۱**	۰/۲۹**	سطح خدماتی بعد فرهنگ‌سازی و آموزش
۰/۲۱**	-۰/۰۱	۰/۱۴*	۰/۱۵**	۰/۱۹**	۰/۳۳**	سطح خدماتی بعد توزیع سرانه و عرضه خدمات
۰/۲۱**	-۰/۰۲	۰/۱۴*	۰/۱۸**	۰/۱۹**	۰/۳۰**	سطح خدماتی بعد نیازسنجی و گونه‌شناسی ورزشی
۰/۲۰**	۰/۰۱۶	۰/۰۹۴	۰/۱۵**	۰/۱۶**	۰/۳۶**	سطح خدماتی بعد رویداد و پوشش‌دهی اقشار
۰/۱۷**	-۰/۱۳*	۰/۰۱	۰/۲۵**	۰/۲۷**	۰/۲۹**	سطح فردی
۰/۱۶**	-۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۱۴**	۰/۱۹**	۰/۳۰**	سطح محیطی
۰/۱۸**	-۰/۰۵	۰/۰۶	۰/۱۸**	۰/۲۱**	۰/۳۰**	سطح منابع
۰/۱۷**	-۰/۰۵	۰/۰۷	۰/۱۸**	۰/۱۸**	۰/۳۱**	سطح مدیریت
۰/۲۰**	-۰/۰۳	۰/۱۱*	۰/۱۷**	۰/۲۱**	۰/۳۵**	سطح خدماتی
۰/۲۰**	-۰/۰۷	۰/۰۸	۰/۲۱**	۰/۲۳**	۰/۳۵**	توسعه ورزش

موارد معنی‌دار با * و ** به ترتیب برای سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و ۰/۰۱ مشخص شده‌اند.

بین تصویرپردازی و توسعه ورزش (r=0.20, P<0.05) رابطه مستقیم و معنی‌داری مشاهده می‌شود و مؤلفه‌های تصویرپردازی، شامل خودارتقایی (r=.35, P<0.05)، خودشیرینی (r=.23, P<0.05) و تظاهر (r=.21, P<0.05) با متغیر توسعه ورزش رابطه مستقیم و معنی‌داری دارند؛ ولی بین تضرع و ارباب با نمره کل توسعه رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود (P>0.05).

بعلاوه، نتایج نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های خودارتقایی، خودشیرینی و تظاهر از تصویرپردازی با همه مؤلفه‌های توسعه ورزش رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد (در همه موارد P<0.05)؛ ولی بین تضرع و ارباب با اغلب مؤلفه‌های توسعه ورزش رابطه معنی‌داری مشاهده نمی‌شود (P>0.05). موارد معنی‌دار با * و ** به ترتیب برای سطح معنی‌داری ۰/۰۵ و ۰/۰۱ مشخص شده‌اند.

نتایج طراحی مدل توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک با میانجیگری مدیریت تصویرپردازی مدیران در استان آذربایجان شرقی به صورت زیر است:

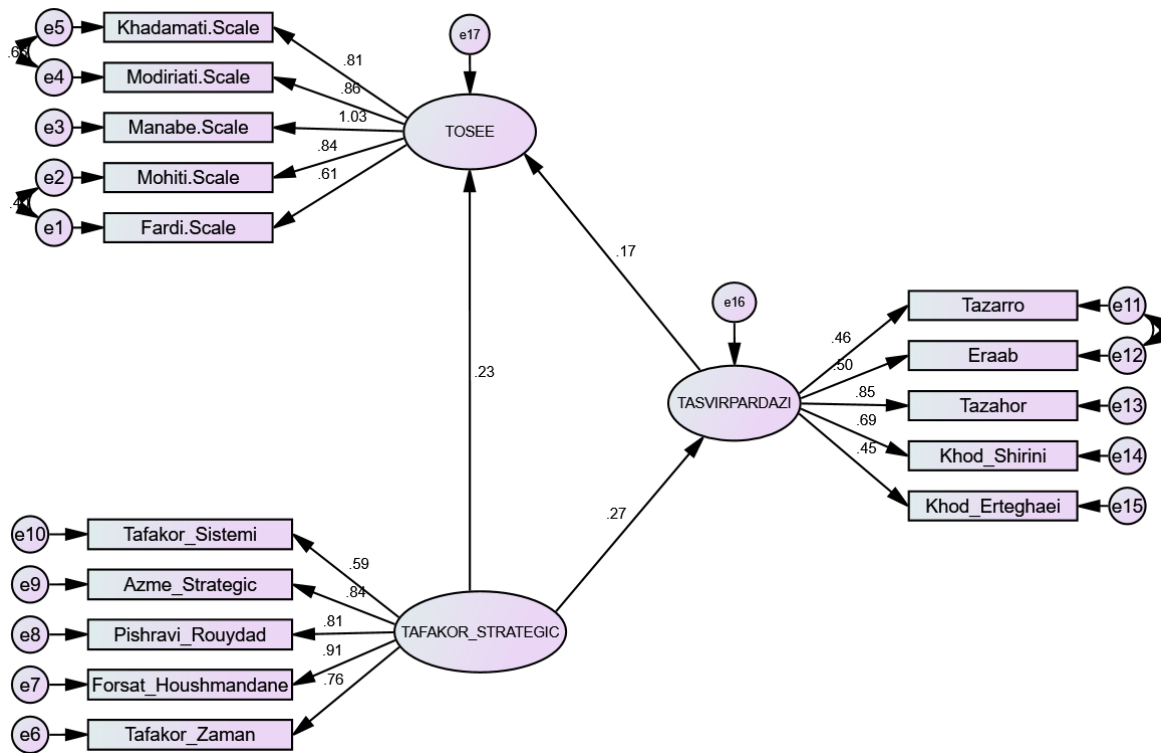


شکل ۴: مدل مفهومی ارتباط تفکر استراتژیک و توسعه ورزش با میانجیگری تصویرسازی

جدول ۱۰: شاخص‌های برازش برای بررسی مناسب بودن مدل ساختاری

RMSEA (95% CI)	CFI	NNFI	IFI	RFI	NFI	AGFI	GFI	χ^2/df	P	Df	χ^2
۰/۰۷ (۰/۰۶; ۰/۰۹)	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۹۲	۰/۹۱	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۹۶	۳/۶۴	<۰/۰۰۱	۸۴	۳۰۶/۱۸

با توجه به مقادیر شاخص‌های ارائه‌شده، همان‌طور که ملاحظه می‌شود، شاخص کای دو به درجه آزادی آن کوچک‌تر از ۵ و مقدار شاخص RMSEA کوچک‌تر از ۰/۰۸ به دست آمد که اعتبار این مدل را تأیید می‌کند. همچنین شاخص‌های برازش و GFI، AGFI، NNFI، NFI، IFI، RFI، و CFI بزرگ‌تر از ۰/۹ هستند. در نتیجه این مدل به سطح مطلوبی از برازش دست یافته است و بر اساس آن‌ها می‌توان ساختار عاملی آن‌ها را تأیید کرد.



شکل ۵: دیاگرام مسیری مدل سازی معادلات ساختاری

جدول ۱۱: نتایج بررسی معنی داری آزمون ضرایب مدل

P	Standardized Estimate	C.R	S.E	Estimate			
<۰/۰۰۱	۰/۲۶	۳/۳۶	۰/۰۴	۰/۱۶	تفکر استراتژیک	<---	مدیریت تصویرپردازی
<۰/۰۰۱	۰/۲۳	۳/۵۶	۰/۰۴	۰/۱۵	تفکر استراتژیک	<---	توسعه ورزش
۰/۰۱	۰/۱۷	۲/۴۴	۰/۰۷	۰/۱۹	مدیریت تصویرپردازی	<---	توسعه ورزش
	۰/۶۱			۱/۰۰	توسعه ورزش	<---	سطح فردی
<۰/۰۰۱	۰/۸۴	۱۴/۱۴	۰/۱۰	۱/۴۹	توسعه ورزش	<---	سطح محیطی
<۰/۰۰۱	۱/۰۲	۱۲/۶۹	۰/۱۶	۲/۱۱	توسعه ورزش	<---	سطح منابع
<۰/۰۰۱	۰/۸۶	۱۱/۸۴	۰/۱۵	۱/۸۳	توسعه ورزش	<---	سطح مدیریت
<۰/۰۰۱	۰/۸۰	۱۱/۳۱	۰/۱۴	۱/۶۸	توسعه ورزش	<---	سطح خدماتی
	۰/۷۶			۱/۰۰	تفکر استراتژیک	<---	تفکر در زمان
<۰/۰۰۱	۰/۹۱	۱۵/۷۲	۰/۰۶	۱/۰۱	تفکر استراتژیک	<---	فرصت طلبی هوشمندانه
<۰/۰۰۱	۰/۸۰	۱۳/۷۹	۰/۰۷	۰/۹۶	تفکر استراتژیک	<---	پیشروی بر اساس رویداد علمی
<۰/۰۰۱	۰/۸۳	۱۴/۳۴	۰/۰۵	۰/۸۱	تفکر استراتژیک	<---	عزم استراتژیک
<۰/۰۰۱	۰/۵۸	۹/۶۱	۰/۰۶	۰/۵۸	تفکر استراتژیک	<---	تفکر سیستمی
	۰/۴۵			۱/۰۰	مدیریت تصویرپردازی	<---	تضرع
<۰/۰۰۱	۰/۵۰	۸/۵۳	۰/۱۲	۱/۰۸	مدیریت تصویرپردازی	<---	ارباب
<۰/۰۰۱	۰/۸۵	۶/۵۲	۰/۳۲	۲/۱۴	مدیریت تصویرپردازی	<---	تضرع
<۰/۰۰۱	۰/۶۸	۶/۵۰	۰/۲۲	۱/۴۳	مدیریت تصویرپردازی	<---	خودشیرینی
<۰/۰۰۱	۰/۴۵	۵/۲۵	۰/۱۷	۰/۹۰	مدیریت تصویرپردازی	<---	خودارتقای

بر اساس نتایج جدول فوق، ضرایب مدل ساختاری معنی‌دارند ($P < 0.05$). به عبارت دیگر، فرضیه‌های پژوهشی این مطالعه تأیید می‌شود که عبارت بود از:

۱. بین تفکر استراتژیک و توسعه رابطه معنی‌داری مشاهده می‌شود ($P < 0.05$).
 ۲. بین تفکر استراتژیک و تصویرپردازی رابطه معنی‌داری مشاهده می‌شود ($P < 0.05$).
 ۳. بین تصویرپردازی و توسعه رابطه معنی‌داری مشاهده می‌شود ($P < 0.05$).
- بنابراین، نتایج نشان می‌دهد که بین تفکر استراتژیک با توسعه به‌طور مستقیم رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین متغیر تفکر استراتژیک، از طریق متغیر میانجی تصویرپردازی، رابطه معنی‌داری با متغیر توسعه دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

توسعه ورزش اولین گام در طراحی سیاست ورزش هر کشور است. به نظر هولیهان و وایت^۱ توسعه ورزشی اصطلاح بحث‌برانگیزی است و مجموعه‌ای از اهداف سیاسی و اجتماعی را دربرمی‌گیرد؛ زیرا برخی عقیده دارند از توسعه ورزشی باید در برآورده کردن اهداف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی استفاده شود. البته مبنای منطقی مختلفی برای چنین عقیده‌ای در قوانین و سیاست‌های ورزشی وجود دارد. مهم این است که چه چیزی باید در توسعه ورزشی روی دهد یا توسعه ورزشی باید شبیه چه چیزی باشد. البته تبیین و تفسیر تجربی چگونگی شکل‌گیری توسعه ورزشی در عمل مهم‌تر از هر چیزی است. مسئله مهم دیگر این است که چه کسی مسئولیت این فعالیت‌ها را بر عهده دارد و کجا و چگونه باید آن را انجام دهد؟ مسئله بحث‌برانگیز و مهم‌تری که توسعه ورزشی با آن روبه‌روست، این است که چه عواملی بر توسعه ورزشی تأثیرگذار است (Pierro & Kleiman, 2020). مدیریت منابع انسانی مشخصه مرکزی برنامه‌ریزی یک سازمان است. این مشخصه را نمی‌توان از سایر ابزارهای اصلی مدیریت، مانند برنامه‌ریزی استراتژیک، برنامه‌ریزی مالی یا مدیریت ساختار و فرهنگ سازمانی، جدا کرد. مدیریت منابع انسانی هم می‌تواند سازمان را به سمت موفقیت پیش‌برود و هم اینکه خود نتیجه برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب است. مدیریت منابع انسانی مستلزم فرایندی از برنامه‌ریزی و ارزیابی پیوسته است و بهتر است آن را بخشی از چرخه دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان دانست؛ بنابراین، مدیریت منابع انسانی یک عملکرد مدیریت کل‌نگرانه است که در آن، این مدیریت می‌تواند «هم شخص‌محور و هم هدف‌گرا» باشد (Russell, 1966). در دنیای امروز، داشتن قدرت تجزیه و تحلیل بالا یکی از عوامل مهم در رسیدن به اهداف یک سازمان و رمز موفقیت بسیاری از توسعه‌ها به حساب می‌آید. تعیین استراتژی مناسب و به‌تبع آن، تجزیه و تحلیل صادقانه و پیش‌بینی عوامل مختلف تضمین‌کننده موفقیت و بیشترین بهره‌وری یک جامعه است. در سازمان‌ها، مهم‌ترین و حساس‌ترین نقش‌ها را رهبران و مدیران بر عهده دارند. اگر مدیران سازمان‌ها بتوانند شرایطی را فراهم کنند که نیروهای بالقوه کارکنان را بالفعل کنند، مسلماً عملکرد این سازمان‌ها بهبود خواهد یافت. امروزه با افزایش پیچیدگی‌ها و تغییرات روزافزون در محیط کسب‌وکار، شیوه‌های مناسب تصمیم‌گیری و نگرش می‌تواند رهبران را در موفقیت کمک کند. مدیرانی که در محیط‌های پویا فعالیت می‌کنند باید بتوانند ضمن ایفای نقش‌های تولیدی و اجرایی خود، با بهره‌گیری از قدرت تشخیص و نوآوری، برای تصحیح و تغییر اهداف و ویژگی‌های نظام اجرایی موجود اقدام کنند. پژوهش‌های مرتبط با سبک‌های رهبری و مدیریتی بیان می‌کند که این سبک‌ها به‌عنوان متغیری قوی و مهم برای اندیشیدن در مورد رفتار مدیریتی و تأثیر آن بر عملکرد مدیر محسوب می‌شود. در حال حاضر، سازمان‌ها مجبورند در کنار سبک‌های رهبری، تفکر استراتژیک را نیز سرلوحه کار خود قرار دهند و از طرف دیگر، برای اجرای آن، فرایندهای مدیریت استراتژیک را جایگزین شیوه قبلی و معمولی مدیریت کنند تا بهتر بتوانند سازمان را از درون و برون پویا و سرپا نگاه دارند. برنامه‌ریزی استراتژیک و حتی پیاده نمودن آن کار چندان دشواری نیست؛ آنچه در این راستا دشوار به نظر می‌رسد دوام و پایداری برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان است (خدابخش‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹).

یافته اول پژوهش حاضر نشان داد که تفکر استراتژیک بر توسعه ورزش در ادارات استان آذربایجان شرقی تأثیر معنی‌داری دارد. این یافته با نتایج تحقیقات موسوی و بردیافر (۱۳۹۴)، صلواتی و همکاران (۱۳۹۱)، سعادت‌ی و همکاران (۱۳۹۲) و لیو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) هم‌خوانی دارد. استام^۲ (۱۹۹۹) تفکر استراتژیک را به‌عنوان شناسایی راه‌های مختلف برای دستیابی به اهداف مختلف برای افراد مختلف و مشخص کردن اقدامات موردنیاز برای دستیابی به موقعیتی که این افراد می‌خواهند در آن باشند تعریف کرده است. مدیریت تعالی سازمان‌های پیشرو در دنیای امروز، با درک تعاملات متقابل سازمان، کیفیت، منابع انسانی کیفی و مدیریت اثربخش، رمز موفقیت خود را در به‌کارگیری شیوه‌های نوین مدیریتی و کیفیتی با بهره‌مندی از انسان‌های فرهیخته می‌داند و بر این باورند که دارایی ارزشمندی که برای آن‌ها مزیت رقابتی ایجاد می‌کند کارکنان باکیفیت است و تنها همین انسان‌ها هستند که سازمان را در صحنه رقابت پیش‌تاز نگه‌داشته و کلیدی طلایی در عرصه آن به شمار می‌آیند (اقبال، ۲۰۰۸). کاربرد تفکر استراتژیک در یک سازمان، بدون توجه به نوع اقدام و سبک مدیریتی مدیران امروز، منتج به موفقیت نخواهد شد؛ چرا که بالندگی یک سازمان صرفاً به خود مدیر، تفکرات و تصمیمات او به‌تنهایی بستگی ندارد؛ بلکه به شرایط و موقعیت سازمان، ویژگی‌ها، شرایط، نیازها و اولویت‌های کارکنان سازمان بستگی دارد. لذا مهم است که تفکر استراتژیک مدیران در راستای اهداف سازمان و نیز جهت‌دهی فعالیت‌های کارکنان قرار گیرد. بنابراین، تشخیص مهم‌ترین سبک‌های رهبری که بتواند فعالیت‌های کارکنان را به تحقق اهداف سازمان سوق دهد و در عین حال، بر اساس تفکر استراتژیک عمل نماید، به‌عنوان چالش امروزی مدیران سازمان‌های کنونی تلقی می‌شود.

امروزه نه‌تنها جهان و محیط خارجی در حال تحول است، بلکه اقتصاد و بازارهای کشور نیز در حالت گذار قرار دارد. در این شرایط، بسیاری از فرصت‌های گذشته از بین می‌رود و فرصت‌های تازه ایجاد می‌شود. فقدان تفکر استراتژیک در مدیران ارشد بنگاه‌ها و سازمان‌های حکومتی اثرگذار ما را از بهره‌برداری از فرصت‌های جدید محروم می‌سازد و لذا مجهز شدن مدیران ارشد به رویکرد استراتژی ضروری و بلکه حیاتی به نظر می‌رسد. محیط کسب‌وکار امروز با ویژگی‌هایی همچون تغییرات پیچیده و غیرخطی، تحولات ناپیوسته و جهش، تغییرات پیوسته در زوایای فکری و رقابت بدون حیطه‌بندی، قابل‌تعریف است و این خصوصیات، صحبت پیش‌بینی برای محیط آینده را به‌شدت تضعیف می‌کند. مبنای برنامه‌ریزی استراتژیک، پیش‌بینی محیط (فرصت‌ها و تمهیدات) آینده است و در مواردی که بین پیش‌بینی (در زمان برنامه‌ریزی) و واقعیت (در زمان اجرا) تفاوت زیادی وجود داشته باشد، اثربخشی از بین می‌رود (غلامی، ۱۳۹۸).

امروزه تفکر استراتژیک به‌عنوان یک عنصر بسیار مهم و ارزشمند در مدیریت‌های کلان در سازمان‌ها و سیستم‌های کسب‌وکار مطرح است. از دیدگاه کلی، تفکر استراتژیک یک «بصیرت و فهم از وضعیت موجود و بهره‌برداری از فرصت‌ها» است. این بصیرت کمک می‌کند تا واقعیت‌های بازار و قواعد آن به‌درستی و به‌موقع شناخته شود و برای پاسخگویی به این شرایط، راهکارهای بدیع و ارزش‌آفرین خلق شود. داشتن تفکر استراتژیک باعث گسترش افق دید مدیران و کارکنان سازمان‌ها می‌شود. بدون شک، بدون داشتن محیط سالم و آرام کاری، تفکر استراتژیک محقق نمی‌شود؛ بنابراین، داشتن تفکر استراتژیک توسط تک‌تک اعضای یک سازمان، خصوصاً مدیر آن سازمان، به ایجاد عملکرد مطلوب در درازمدت منجر می‌شود و تأثیر بسزایی در تعالی سازمان خواهد داشت (الماسی و همکاران، ۱۳۹۸). به نظر می‌رسد که بدون تفکر استراتژیک در مدیران نهادهای اجتماعی - به‌ویژه ورزش که موردتوجه اقشار مختلف جامعه بوده و کوچک‌ترین تغییرات آن موجب تحولات بزرگ اجتماعی می‌شود - عملاً توسعه سازمانی در ابعاد مختلف امکان‌پذیر نخواهد بود. آنچه در این تحولات اجتماعی نقش اساسی ایفا می‌نماید متأثر از عملکرد مدیران و کارکنان آن است و عملاً بدون تفکر استراتژیک، توسعه ورزش امکان‌پذیر نیست؛ زیرا تنها تفکر استراتژیک می‌تواند مزیت رقابتی و شایستگی بارز در سازمان ایجاد کند و در دنیای رقابتی بدون شایستگی بارز و مزیت رقابتی، سازمان‌ها محکوم به اضمحلال و متلاشی شدن هستند. بنابراین، پیشنهاد می‌گردد که در مدیریت سازمان‌های ورزشی از مدیران آشنا به مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک به‌ویژه از مدیران فکور و توانمند به تفکر استراتژیک استفاده شود

1. Liu
2. Stamm

و از انتصاب مدیران سیاسی یا حتی مدیرانی که در مقطعی صرفاً ورزش نموده‌اند و در حوزه مدیریت راهبردی اطلاعاتی ندارند و یا از انتصاب مدیران باتخصص سایر رشته‌های ورزشی اجتناب شود. در ضمن، به مدیران سازمان‌های ورزشی پیشنهاد می‌شود که هسته‌های برنامه‌ریزی استراتژیک در سازمان ایجاد و شورای راهبردی را در ستاد سازمان فعال کنند.

یافته بعدی پژوهش نشان داد که تأثیر مدیریت تصویرپردازی بر توسعه ورزش در ادارات استان آذربایجان شرقی معنی‌دار است. نتایج این فرضیه با تحقیقات پیرو و کلیمان (۲۰۲۰)، شجاعی باغینی (۱۳۹۶)، غفوری (۱۳۹۱)، بولینیو و همکاران (۲۰۰۶) و مهدوی (۱۳۹۸) منطبق است. اهمیت این موضوع که دیگران انسان را چگونه ارزیابی می‌کنند و چه تصویری در ذهن خود از وی دارند مسئله مهمی است که ذهن هر انسانی را به خود مشغول می‌کند؛ چرا که انسان‌ها نیازمند ارتباط با یکدیگرند و بدون این ارتباط، زندگی راحتی نخواهند داشت. می‌توان نتیجه گرفت مدیریت تصویرپردازی بر رفتار سازمانی هریک از کارکنان مؤثر است؛ لذا هر کارمند می‌کوشد تا با استفاده از مدیریت تصویرپردازی بهترین عملکرد را از خود بروز دهد و به‌طور یقین، این عمل بر مدیریت تعالی سازمان اثر مستقیمی خواهد داشت. لذا با تقویت مثبت مدیریت تصویرپردازی می‌توان مدیریت تعالی را بهبود بخشید (شجاعی باغینی، ۱۳۹۶).

مدیریت تصویرپردازی عاملی برای سنجش انتزاعی و شخصی کارکنان است. متغیر تفکر استراتژیک نیز عامل رفتار سازمانی است که با این تفکر استراتژیک می‌توان گامی در جهت ارتقای فدراسیون‌ها، سازمان‌ها و نهادهای ورزشی کشور و رفع مشکلات احتمالی آن‌ها برداشت. فرایند یا فراگردی که طی آن افراد می‌کوشند تا واکنش دیگران به افکارشان یا تصویر خود در ذهن دیگران را پیگیری کنند و مثبت جلوه دهند «مدیریت تصویرپردازی» نامیده می‌شود. مدیریت اثرگذاری دربردارنده چگونگی صحبت کردن، رفتار کردن و جلوه دادن است. مدیریت تصویرپردازی دیگران شیوه ساده‌ای است که به‌گونه‌ای عملی هر فردی در هر زمانی به کار می‌برد و شامل مدیریت ظاهر و سبک بیرونی خود اوست. عموماً بیشتر افراد تصاویر ویژه‌ای را ترجیح می‌دهند که شامل وفادار بودن، جذاب بودن، صداقت، آراستگی و غیره است. بیشتر تلاش‌های اثرگذار در جهت مثبت جلوه دادن خود در ذهن دیگران است، ولی ملاحظه می‌شود که برخی از کارکنان سعی دارند تصویر بدی از خود ارائه دهند. «مدیریت برداشت دیگران از انسان» موضوعی است که به‌تازگی توجه پژوهشگران علم رفتار سازمانی را به خود معطوف داشته است. توانایی مدیریت صحیح تصویرپردازی ذهنی نیازمند داشتن ذهن سالم، قدرتمند و آینده‌نگر است؛ لذا، بدون شک، فکر سالم تأثیر بسیار فراوانی در ایجاد ذهنیت مثبت و در نهایت رفتار مناسب هر فرد دارد. در واقع، تفکر سالم اساس مدیریت درست ذهن است (غفوری، ۱۳۹۱). به نظر می‌رسد که امروزه مدیریت تصویرپردازی که به‌تبع آن، مدیریت تفکر سالم نشئت می‌گیرد، از ارکان توسعه سازمان‌ها محسوب می‌شود. همچنان‌که در تحقیقات مهدوی (۱۳۹۸)، دامغانیان و همکاران (۱۳۹۷)، مصلحی‌فرد (۱۳۹۶) و جین (۲۰۱۲) مشاهده شد، مدیریت تصویرپردازی بر عملکرد کارکنان به‌طور اعم و سازمان به‌طور اخص مؤثر است و توسعه سازمان طبیعتاً با عملکرد کارکنان و مدیران آن امکان‌پذیر است؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود که مهارت‌های مدیریت تصویرپردازی مثبت به کارکنان و مدیران سازمان‌های ورزشی از طریق برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت آموزش داده شود تا کارکنان با یادگیری و تکیه بر تصویرپردازی مثبت بتوانند با همدیگر و ارکان سازمان و نیز با ارباب‌رجوع و مشتریان سازمانی اعم از ورزشکاران و غیرورزشکاران ارتباط مؤثری برقرار کنند. زیرا امروزه، بدون برقراری ارتباط مؤثر، هیچ نهادی امکان رشد و ترقی و توسعه نخواهد داشت.

بر این اساس، توسعه پایدار ورزش ایران توسط راهبردهای بسیاری قابل‌اجراست. یکی از این راهبردها موضوع ایجاد تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی است؛ لذا دستیابی به توسعه ورزش در هر استان نیازمند الگویی است تا مدیران ارشد این استان‌ها با بهره‌گیری از آن و استفاده از منابع موجود و شرایط استراتژیک استان، برای توسعه ورزش خود و در نهایت ورزش کشور بتوانند از این مدل پیروی نمایند (صابری، ۱۳۹۷).

منابع

- اسماعیلی، محمودرضا؛ ساعدی، عبدالله؛ شریعت‌نژاد، علی. (۱۳۹۸). «تحلیل ارتباط شایستگی‌های استراتژیک مدیران با ارزش‌آفرینی منابع انسانی، بر اساس رویکرد IRP». *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۳(۱)، ۳۳۱-۳۴۶.
- اقبال، فرزانه؛ یارمحمدیان، محمدحسین. (۱۳۸۸). «کاربرد مدل تعالی EFQM با رویکرد سیستم اطلاعاتی پروفرما در ارزیابی عملکرد مدیریت منابع انسانی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان». *مدیریت اطلاعات سلامت*، ۶(۱)، ۶۵-۷۴.
- الماسی، سمانه؛ عیدی، حسین؛ عباسی، همایون؛ زردشتیان، شیرین. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر انعطاف استراتژیک بر کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی یادگیری سازمانی (مورد مطالعه: ادارات ورزش و جوانان غرب کشور)». *مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، ۶(۲)، ۱۰۱-۱۱۶.
- خدابخش‌زاده، امین؛ قهرمان تبریزی، کوروش؛ شریفیان، اسماعیل. (۱۳۹۹). «تأثیر مدیریت دانش بر توسعه گردشگری ورزشی استان کرمان». *مدیریت ورزشی*، ۱۲(۱)، ۲۴۱-۲۵۷.
- سعادت، امیدرضا؛ صیادی، سعید؛ آهنگری، شورش. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه بین انواع سبک‌های رهبری با میزان تفکر استراتژیک در مدیران سازمان‌های دولتی شهر کرمان». *مدیریت بهره‌وری*، ۷(۲۶)، ۶۹-۹۲.
- شجاعی باغینی، گلناز. (۱۳۹۶). «بررسی وضعیت مدیریت تصویرپردازی در بین کارمندان و مدیران (مورد مطالعه: دانشگاه صنعتی شاهرود)». *کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین حسابداری و مدیریت در هزاره سوم*، کرج.
- صابری، امین. (۱۳۹۷). *طراحی الگوی توسعه ورزش در مناطق آزاد ایران*. رساله دکتری تربیت‌بدنی گرایش مدیریت ورزشی، دانشگاه مازندران.
- صلواتی، عادل؛ کریمی، محمدشریف؛ کمانگر، فرزاد. (۱۳۹۱). «بررسی رابطه بین تفکر استراتژیک و موفقیت استقرار مدل EFQM در شرکت‌های مستقر در حوزه انرژی». *مهندسی مدیریت نوین*، ۱(۲)، ۹۹-۱۲۰.
- غفوری، زهرا. (۱۳۹۱). «مدیریت تصویرپردازی Impression Management نگرشی نوین در رفتار سازمانی». *همایش ملی رفتار سازمانی در پرستاری*، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان.
- غلامی، الهه. (۱۳۹۸). *وضعیت تفکر استراتژیک در بین کارکنان اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی شهرستان شاهرود و شهرستان سمنان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود.
- قنبری فیروزآبادی، علیرضا؛ امانی، امین؛ ریحانی، محمد؛ سردرودیان، مهتا. (۱۳۹۹). «طراحی الگوی راهبردی توسعه ورزش دانش‌آموزی». *پژوهش در ورزش تربیتی*، ۸(۲۰)، ۱۷۹-۲۰۴.
- مصلحی فرد، بهناز. (۱۳۹۵). *بررسی ارتباط بین مدیریت تصویرپردازی و تفکر استراتژیک با مدیریت تعالی بر اساس مدل efqm*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز.
- ملکی، ناصر؛ صالحی، مسلم. (۱۳۹۷). «بررسی رابطه تفکر استراتژیک و توانمندسازی کارکنان در سازمان تأمین اجتماعی استان بوشهر». *سومین کنفرانس بین‌المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب‌وکار*.
- مهدوی، علیرضا. (۱۳۹۸). «تأثیر تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی بر عملکرد کارکنان سازمان ورزشی». *سومین کنگره ملی دستاوردهای علوم ورزشی و سلامت*، دانشگاه گیلان.
- موسوی، سید جعفر؛ بردیافر، نفیسه. (۱۳۹۴). «بررسی وضعیت تفکر استراتژیک مدیران انجمن گردشگری ورزشی کشور بر اساس مدل جین لیدکا». *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*، ۵(۹)، ۷۳-۸۱.
- میرزایی کالار، اکبر. (۱۳۹۷). *طراحی چارچوب مفهومی توسعه ورزش دانش‌آموزی*. رساله دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه تهران.
- دامغانیان، حسین؛ ابراهیمی، سید عباس؛ نیکویی، مرضیه. (۱۳۹۷). «تاکتیک‌های مدیریت تصویرپردازی دبیران (مطالعه موردی: دبیران مدارس متوسطه دوم شهرستان‌های سمنان، مهدی‌شهر، سرخه)». *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۶(۳)، ۵۹۱-۶۱۵.
- Goffman, E. (1959). *Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, Anchor Books.
- Bolino, M. C.; Varela, J. A.; Bande, B. & Turnley, W. H. (2006), "The Impact of Impression-Management Tactics on Supervisor Ratings of Organizational Citizenship Behaviour". *Journal of Organizational Behavior*, 27(3), 281-297.

- Jain, A. K. (2012). “Moderating Effect of Impression Management On the Relationship of Emotional Intelligence and Organizational Citizenship Behavior”. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 13(2), 86-107.
- Lietka, J. M. (1998). “Strategic Thinking: Can it be taught?” *Long Range Planning*, 31(1), 120-129.
- Liu, D. Y.; Tsai, W. C.; Fang, C. Y. & Liu, P. L. (2019). “Determinants of Managerial Performance on Taiwan Sports Lottery in System Dynamics Modeling of Strategic Management Approach”. *Journal of Applied Finance and Banking*, 9(5), 187-210.
- O'Brien, D.; Parent, M. M.; Ferkins, L. & Gowthorp, L. (2019). *Strategic Management in Sport*. Routledge.
- O'Reilly, N.; Abeza, G.; Fodor, A.; MacIntosh, E.; Nadeau, J.; MacAdam, L. & Lawrence, H. J. (2020). “Impact Studies in Sport: the Development of an Assessment Process Model”. *Sport, Business and Management*, 10(4), 381-402.
- Peck, J. & Levasina, J. (2017). “Impression Management and Interview and Job Performance Ratings: A Meta-Analysis of Research Design with Tactics in Mind”. *Frontiers in Psychology*, 8.
- Pierro, J. & Kleiman, R. (2020). “The Benefits of Advanced Imaging Management Systems”. *Applied Clinical Trials*, 29(1-2), 14-16.
- Russell, D. W. (1996). “UCLA Loneliness Scale (version 3): Reliability. Validity, and Factor Structure”. *J. Pers. Assess*, 66(1), 20-40.
- Schulenkorf, N. & Siefken, K. (2019). “Managing Sport for Development and Healthy Lifestyles: The Sport for Health Model”. *Sport Management Review*, 22(1), 96-107.
- Stamm, L. (1999). “Strategic Thinking on Strategic Planning”. *Long Range Planning*, 31(3), 481-487.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

مصلحی فرد، بهناز؛ برقی مقدم، جعفر؛ نجف‌زاده، محمدرحیم؛ جنانی، حمید. (۱۴۰۱). «مدل توسعه ورزش مبتنی بر تفکر استراتژیک و مدیریت تصویرپردازی مدیران». *پژوهش‌های معاصر در مدیریت ورزشی*، ۱۲ (۲۴)، ۱۰۱-۱۱۹.