



## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری

### اجتماعی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره)

مهرداد فتحی‌ستوده<sup>۱</sup>

اسحق رسولی<sup>۲</sup>

فرزاد ستاری اردبیلی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۰۷ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۴/۳۰

#### چکیده

این مطالعه به تعیین رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) می‌پردازد. در این پژوهش، روش تحقیق مورد استفاده از نوع توصیفی (همبستگی) می‌باشد جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل؛ تمامی کارکنان ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) که در سال ۱۴۰۲ در سطح کشور مشغول به کار بودند که به روش نمونه‌گیری در دسترس ۲۰۰ نفر از آن‌ها انتخاب و مورد پژوهش قرار گرفتند. در این مطالعه به منظور گردآوری داده‌ها از ۳ پرسشنامه استفاده کرده‌ایم که شامل؛ پرسشنامه‌ی مدیریت جهادی داوری و رضازاده، مقیاس اثربخشی سازمانی پارسونز (AGIL) و پرسشنامه‌ی نوآوری اجتماعی بالوت و همکاران می‌باشد که روایی و پایایی آن‌ها توسط اساتید و کارشناسان حوزه‌ی مدیریت مورد تأیید قرار گرفت. به‌واسطه‌ی کاربرد نرم‌افزارهای SPSS و لیزل برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از روش‌های آمار استنباطی نظیر روش همبستگی و روش تحلیل رگرسیون استفاده شد. بر اساس نتایج تحلیل‌های آماری مشخص شد که رابطه‌ی مدیریت جهادی با اثربخشی سازمانی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی در جامعه‌ی آماری مورد مطالعه مثبت و معنی‌دار است؛ بنابراین مدیریت جهادی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی، قابلیت پیش‌بینی اثربخشی سازمانی را در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) دارد که با عنایت به این نتیجه، پیشنهاد می‌شود که در زمینه‌ی ایجاد نوآوری در سازمانی برای اثربخشی بیشتر مواردی مثل شبکه‌سازی ارتباطی و نیز مدنظر قراردادن مسائل اخلاقی و رعایت حقوق انسانی رعایت شده و در تمامی ابعاد سازمانی مدنظر قرار گیرد.

#### کلمات کلیدی

اثربخشی سازمانی، مدیریت جهادی، نوآوری اجتماعی، کارکنان ستاد اجرایی

۱- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. Mehرداد.fathi.sotoudeh@gmail.com

۲- استادیار، گروه مدیریت، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول) e.rasouli@iauardabil.ac.ir

۳- استادیار، گروه مدیریت، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران. farzadsattary@yahoo.com

## مقدمه و بیان مساله

### مقدمه موضوع

وجود مدیریت از قدیم‌الایام توسط رهبران و بزرگان جوامع یک ضرورت شناخته‌شده و نهضت‌های متعددی در این حوزه ظهور کردند که از آن جمله می‌توان به رویکرد مدیریت علمی، نظریه‌ی روابط انسانی، نظریه‌ی سیستم‌ها و نظریه‌ی ترکیبی مدیریت اشاره نمود. مقام معظم رهبری با توجه به شرایط کنونی کشور یک رویکرد جدیدی را با تکیه بر اصول مدیریت در ادیان الهی بنیان نهاده و آن را مدیریت جهادی نامیدند که به‌مثابه یک نقشه‌ی راهی برای مدیران جوامع و ملل اسلامی تلقی گردید (پورصادق و ذاکری قزآنی، ۱۳۹۴). با توجه به فضای اقتصادی حاکم در کشور که مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است، این رویکرد مدیریتی می‌تواند این قابلیت را برای نیروی انسانی شاغل در سازمان‌ها فراهم کند که از حداکثر استعدادهای خود در جهت اثربخشی، افزایش بهره‌وری و ارتقاء کارایی سازمانی استفاده کرده و سودآوری را نصیب جامعه‌ی اسلامی کند (آقایی و آقایی، ۱۳۹۶). در این رویکرد مدیریتی بایستی کارکنان سازمانی با توجه به پیشرفت فناوری و تکنولوژی مشغول به یادگیری مهارت‌هایی باشند که با فناوری و دانش روز هماهنگ باشد (ملایی پلی، ۱۳۹۷). در واقع حل مشکلات میسر نخواهد بود مگر با شبکه‌سازی ارتباطی داخل سازمان و به‌تبع آن؛ استفاده از دانش جمعی، تولید افکار نو و بروز خلاقیت در ذهن کارکنان سازمانی به‌واسطه‌ی کسب مهارت‌های مبتنی بر دانش و تکنولوژی (منصوری و مرزنگ، ۱۳۹۵).

### ضرورت موضوع

ملاک اصلی در اکثر رویکردهای سازمانی، اثربخشی سازمانی می‌باشد که در ارزیابی عملکرد سازمانی بکار می‌رود. مفهوم اثربخشی به این اشاره دارد که بایستی هدف غایی هر مدیری افزایش موفقیت‌ها در نتیجه‌ی کار در سازمان باشد. در واقع اثربخشی به‌مثابه بازده کاری می‌تواند در نتیجه‌ی عملکرد صحیح مدیریتی حاصل شود (زارعی، ۲۰۰۵). اثربخشی می‌تواند در ابعاد مختلف سازمانی تأثیر بگذارد که از آن جمله می‌توان به دستیابی به اهداف، حفظ و تداوم سیستم، انسجام و وحدت اجزا، قابلیت انطباق و ایجاد تغییرات اشاره کرد که این ایجاد تغییرات با یک یا دو عامل نمی‌توان سنجد (اخبارفر، ۲۰۰۰). سازمان‌ها برای اینکه بتوانند به اهداف خود در نتیجه‌ی کار در سازمان دست یابند، بایستی بتوانند فرهنگ خلاقیت و رفتار نوآورانه را در سازمان پایه‌گذاری و توسعه دهند. نوآوری را می‌توان یک پدیده اجتماعی دانست. از طریق نوآوری اجتماعی افراد و جامعه، خلاقیت خود را بروز و نیازها و خواسته‌های خود را بیان می‌دارند. نوآوری در هدف، اثر و یا روش خود به‌صورت تنگاتنگی با

## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فتحی‌ستوده، رسولی و ستاری

شرایط اجتماعی که در آن تولیدشده ارتباط دارد. هدف نوآوری اجتماعی مرتبط با بهبود کیفیت با کمیت زندگی افراد و جامعه است. تحقق رضایتمندی از طریق پاسخ بهتر، کارآمدتر، مؤثرتر، منصفانه‌تر و ماندگارتر به نیازهای موجود، جدید و به‌ویژه نیازهای برآورده نشده توسط سایر بخش‌ها، هدفی است که نوآوری اجتماعی به دنبال آن است. برخی دیگر از بحث‌ها نشان داد نوآوری اجتماعی، توسعه مفهوم‌های جدید شامل محصول‌ها، خدمات، ساختارها و رویکردها است که با نیازهای اجتماعی در ارتباط است و باعث خلق تعاملات اجتماعی جدید می‌شود. از این منظر، نوآوری اجتماعی هم در هدف و هم در ابزار، ماهیت اجتماعی دارد. این نوع از نوآوری، نه تنها در خدمت اجتماع است که ظرفیت رفتاری جامعه را ارتقاء می‌دهد. علاوه بر این از طریق ایجاد انواع جدید محصول‌ها و خدمات، منجر به افزایش ارزش‌افزوده اقتصادی می‌شود. نوآوری اجتماعی، روش مناسب برای مشارکت بازیگران و ذی‌نفعان، علاقه‌مند به حل مشکلات اجتماعی و تقویت گروه‌های ذی‌نفعان می‌باشد. نوآوری اجتماعی یافتن بهترین راه‌ها برای تقویت شهروندی به‌ویژه گروه‌های محروم و گمشده از طریق درگیری فعال آن‌ها در فرایندهای نوآورانه است. این مهم دلالت بر توانمندسازی و ظرفیت‌سازی نوآوری اجتماعی دارد (دهکردی و کشتکار، ۱۳۸۶). تعاریف مختلفی از نوآوری اجتماعی ارائه شده است که هرکدام از آن‌ها برداشت پژوهشگر را از این متغیر نشان می‌دهد. برای مثال؛ نوآوری اجتماعی، نوآوری‌هایی هستند که هم در وسیله و هم در اهداف خود اجتماعی هستند (دی اس جی، ۲۰۱۲). نوآوری اجتماعی مدلی از فرایند نوآوری با هدف توسعه مهارت‌های مدیریت پویا، استفاده از فرم‌های انعطاف‌پذیر سازمان‌دهی و تحقق انواع با کیفیت بال اشتغال به‌منظور افزایش بهره‌وری نیروی کار و کیفیت کار در سازمان است (گویره و وینتر، ۱۹۶۸).

### **اهمیت موضوع**

در محیط پویا و ایده محور امروز جوامع، سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که مدیران و کارکنان بر اساس استراتژی سازمان‌همواره در همکاری با یکدیگر به دنبال نوآوری و خلاقیت باشند و این امر در سایه مدیریت جهادی محقق می‌گردد. انقلاب اسلامی ایران تحولات زیادی را در عرصه‌های مختلف به وجود آورد که یکی از آن‌ها مدیریت بود و در نهادهای انقلاب اسلامی ظهور پیدا کرد. در این نهادها سبک جدیدی از مدیریت شکل گرفت که با رویکردهای رایج مدیریت تفاوت‌های اساسی داشت. این سبک مدیریت در چند دهه‌ی اخیر، به سبک مدیریت جهادی معروف شد ولی متأسفانه پژوهش‌های چندانی برای الگوسازی آن صورت نگرفته است. ولی در ۱۰ سال اخیر با عنایت به وضعیت کشور و با تأکیدات مقام معظم رهبری دوباره توجه به مدیریت جهادی آغاز شده است (زین‌الدینی و

## فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، دوره ۴، شماره ۱۴، تابستان ۱۴۰۳

محمدی سیاهبومی، ۱۳۹۷). مدیریت جهادی یعنی کار، تلاش، با خدا حساب کردن، به علم تکیه کردن، به درایت و تدبیر تکیه کردن. اگر این‌ها محقق شود کارها پیش خواهد رفت. ما معتقدیم کشور را می‌توان با کار جهادی اداره کرد؛ نه فقط برای ما که در برهه‌ای از زمان قرار گرفتیم که فشارها و تهدیدها و تعصب‌های خباثت‌آلود قدرت‌های غرب و طاغوت بر ما زیاد است؛ در همه شرایط همین‌طور است (پورصادق و ذاکری قزآنی، ۱۳۹۴) اساس مدیریت در نظام جهادی بر پایه رهبری و هدایت انسان‌ها به سوی وظایف خودشان و به سوی سازندگی پایه‌گذاری شده است. مدیران در جهاد وظیفه هدایت، رهبری و نقش سوق دادن انگیزه‌ها را برای کار و تلاش دارند. مدیران جهادی در همه عرصه‌ها و زمینه‌ها، تلاش خود را بر این معطوف داشته‌اند که با امر رهبری و اطاعت از مدیران ارشد در تمام صحنه‌های حساس انقلاب حضور داشته و بازوی انقلاب باشند (کیانی زاده و گلشنی، ۱۳۹۶).

### **مساله اصلی**

پژوهش‌های مختلفی در مورد اثربخشی سازمانی و شناسایی مجموعه عوامل مؤثر بر آن انجام شده است که هرکدام از آن‌ها حاکی از لزوم ارتقاء این متغیر در هر سازمان یا شرکتی را دارد. برای مثال؛ عینی‌پور و آقائی (۱۳۹۶) در پژوهشی که با موضوع پیش‌بینی رفتار نوآورانه و خلاقیت سازمانی بر اساس مدیریت جهادی مبتنی بر سرمایه روان‌شناختی انجام دادند، به این یافته دست یافتند که تحول‌گرایی مدیریت جهادی به واسطه‌ی اثرگذاری سرمایه‌ی روان‌شناختی می‌تواند منجر به خلاقیت سازمانی شده و رفتارهای نوآورانه را در سازمان باعث شود. در پژوهش تولایی و شکوهیار (۱۳۹۳) که با موضوع ارزیابی مؤلفه‌های مدیریت جهادی بر عملکرد سازمانی با رویکرد کارت امتیازی متوازن انجام گرفت، نیز مشخص شد که مؤلفه‌های مدیریت جهادی بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. محمدی فاتح و محمدی (۱۳۹۹) و اجاقوند و جعفری (۱۳۹۷) در تحقیقات جداگانه‌ای که با محوریت اثربخشی سازمانی و مدیریت جهادی انجام دادند، به این یافته دست یافتند که هر چه میزان مؤلفه‌های مدیریت جهادی مثل؛ رفتار، انعطاف‌پذیری در ساختار، سخت‌کوشی و نهادینه کردن اخلاق و ارزش‌های دینی در محیط کار افزایش یابد، اثربخشی در نمونه‌های آماری مورد مطالعه مطلوب‌تر خواهد شد. با توجه به آنچه گفته شد و با عنایت به پژوهش‌های مشابهی که ذکر شد، هدف این پژوهش تعیین رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) می‌باشد.

### **نحوه سازمان‌دهی مقاله**

سازمان‌دهی مقاله بدین صورت خواهد بود که در بخش دوم مبانی نظری و پیشینه تحقیقات قبلی

## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فتحی‌ستوده، رسولی و ستاری

بررسی خواهد گردید، بخش سوم به بررسی روش تحقیق اختصاص خواهد یافت و در بخش چهارم یافته‌های پژوهش مورد بررسی قرار خواهد گرفت و نهایتاً در بخش پنجم نتیجه‌گیری نموده و پیشنهادهایی را از منظر سیاستی ارائه خواهیم نمود.

### ادبیات موضوع و پیشینه

#### ادبیات نظری (چارچوب نظری، مبانی نظری، نظریه‌ها و ...) (حداکثر سه صفحه و نیم)

پژوهش‌ها در کشور ما در زمینه الگوهای نوآوری بیشتر به ترجمه اندیشه‌ها و بر الگوهای خارجی و وارداتی مبتنی است و کمتر به شناخت و بررسی تجربه آزموده شده در سازمان‌های اصیل بومی پرداخته است، روندها و تجربه‌هایی که نشان می‌دهد الگوهای نسبتاً متمایزی در کشور ما در عمل شکل گرفته که بارها توانسته است کارآمدی و اثربخشی خود را به اثبات برساند؛ از جمله اولین گام‌ها در این زمینه، شناخت و نظریه پردازی در باب تجربه موفق و محقق شده این الگوها در کشور با هدف استخراج الگوی نوآوری بومی است، در ارتباط با موضوع الگوی نوآوری در سازمان‌های نوظهور انقلاب اسلامی تا به حال مطالعه مدون و علمی به‌طور اختصاصی و به شکل منسجم صورت نگرفته است؛ اما تحقیقاتی چند در زمینه بحث عام نوآوری، نهادینه کردن نوآوری و هم‌چنین سنجش نوآوری در سطوح سازمان‌های ایرانی صورت گرفته است از سوی دیگر آمارهای جهانی برآورد نوآوری و رشد نوآوری، وجود خلأ جدی در میان سازمان‌های ایرانی برای توسعه امکان نوآوری را یادآور می‌شود و تأکید بر عدم وجود سازوکار جدی در میان سازمان‌های ایرانی برای نوآوری به‌عنوان توانی پویا و مستمر آشکار است (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶). از طرفی پس از انقلاب شکوهمند اسلامی و به‌منظور سرعت در تحقق آرمان‌های انقلاب و در رویارویی با سازمان‌ها با ساختارهای نهادینه شده قدرتمند و رفتارهای بوروکراتیک سنتی و کم‌بازده، نهادهای نوظهوری در عرصه سازندگی و پیشرفت شکل گرفت تا اهداف انقلاب را به‌ویژه در عرصه خودکفایی، استقلال صنعتی و اقتصادی محقق سازد که این مهم در نهاد جهاد سازندگی نمایان تر و گسترده‌تر مطرح شد (ایروانی، ۱۳۷۸: ۱). پرداختن به ابعاد این نهاد چنان قابل توجه است که حتی از دید دشمنان انقلاب اسلامی نیز مورد توجه قرار گرفته است؛ به‌عنوان نمونه می‌توان به رساله دکتری اریک ساندرلاب از دانشگاه پرینستون امریکا با عنوان "تاریخچه سازمان جهاد سازندگی ایران، از تأسیس تا

## فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، دوره ۴، شماره ۱۴، تابستان ۱۴۰۳

نهادی‌سازی" اشاره کرد که به‌عنوان پایان‌نامه برتر دانشگاه معرفی شد (لاب، ۲۰۱۳: ۹). مروری بر تجربه نزدیک به دو دهه فعالیت جهاد سازندگی و دستاوردهای ارزشمند آن در دفاع مقدس، محرومیت‌زدایی و توسعه روستایی در قالب ساختاری داوطلبانه، نشان‌دهنده اهمیت بسیار کشف و تبیین الگوی مدیریت مردمی این نهاد انقلابی در جهت توسعه و پیشرفت کشور است به شکلی که امکان بازسازی در دیگر نهادها را داشته باشد. از طرفی محققان حوزه نوآوری در سال‌های اخیر به این نتیجه رسیده‌اند که نوآوری دیگر تنها ساختار اقتصادی یا فرایند فنی نیست و آن را می‌توان در قواره پدیده‌ای اجتماعی دانست و نوآوری در هدف، اثر و یا روش خود به‌صورت تنگاتنگی با اوضاع اجتماعی ارتباط دارد که در آن تولیدشده است (ماری" و همکاران، ۲۰۱۰). ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) نهادی است که توانست در روندی رو به رشد به توسعه خدمات اجتماعی بپردازد و بخشی از نیازهای روز جامعه را در دوره حیات خود به گونه‌های نوآورانه نسبت به سازوکارهای موجود برآورده سازد. هم‌چنین یکی از مهم‌ترین مزیت‌های ویژه آن نیز این بود که هم بخش اعظمی از خدمات آن برای مردم بود و هم رفع نیازها به‌وسیله مردم و سازمان‌دهی مردمی انجام می‌شد، لذا از این دید می‌توان جهاد سازندگی را به‌مثابه یک نهاد نوآور اجتماعی مورد مطالعه قرارداد.

محققان، نوآوری را به مفهوم استفاده از اندیشه‌های نو در ایجاد ارزش‌های جدید مطرح می‌کنند (ایونس و همکاران، ۲۰۰۴: ۴۲ - ۴۷)؛ لذا نوآوری به مفهوم خلق، اقتباس، جذب و بهره‌برداری از ابتکارات ارزش‌افزوده در حوزه‌های اقتصادی و اجتماعی است و هم‌چنین شامل احیا، گسترش تولیدات، خدمات، بازارها، توسعه شیوه‌های جدید تولید و استقرار نظام‌های مدیریتی جدید است (گروسان' و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۱۵۵). واقعیت این است که پارادایم نوآوری در حال تحول است و می‌توان تغییر در ماهیت و طبیعت نوآوری را مشاهده کرد (یانگ فون‌دیشن، ۲۰۱۲). از دیدگاه صاحب‌نظران، یکی از راهکارهای برآورده کردن نیازها، نوآوری پویا در همه عرصه‌ها با نام نوآوری اجتماعی است، سازمان‌های بین‌المللی و بنیادها در زمینه توسعه نوآوری اجتماعی درگیر شده و طرح‌های متعددی را در کشورهای گوناگون انجام داده‌اند، این موضوع بیانگر این است که جامعه علمی، سیاستمداران و مدیران اجرایی، نوآوری اجتماعی را پارادایمی جدید در عصر حاضر برای پاسخ به نیازهای اجتماعی پذیرفته‌اند؛ باین حال،

## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فجری ستوده، رسولی و ستاری

مطالعه ادبیات موضوع نشان می‌دهد طیف وسیع و گسترده‌ای از تفاسیر و تعاریف در زمینه نوآوری اجتماعی ارائه شده است، از نگاه مؤسسات پیشرو مانند بنیاد یانگ (۲۰۱۲) و صاحب‌نظرانی چون هان و اندو (۲۰۱۳) تاکنون درباره «نوآوری اجتماعی» هیچ توافق قطعی و مشترک در مورد اصطلاح نوآوری اجتماعی وجود ندارد و طیف وسیعی از تعاریفها و تفسیرها در این زمینه وجود دارد (مبینی دهکردی و کشتکار، ۱۳۹۳: ۶۳). بررسی منابع حاکی است که برخی از مباحث بر فرایندی بودن نوآوری اجتماعی ماری و همکاران (۲۰۱۰) و برخی دیگر بر هدف و خروجی بودن نوآوری اجتماعی، دیگلیمر و همکاران (۲۰۰۸) و برخی دیگر بر این باورند که نوآوری اجتماعی چارچوب ترکیبی از پیشران‌ها، فرایندها، نتایج و دستاوردها است.

واقعیت این است که پارادایم جامع نوآوری در حال تحول است به گونه‌ای که اهداف از تأکید بر اقتصادی صرف در تعاریف اولیه نوآوری و مشخصاً شومپیتر به اجتماعی تغییر کرده است بر اساس تعریف سازمان‌همکاری و توسعه اقتصادی در بیانیه اسلو، نوآوری‌ها، ترجیحاً و ابتدا بر اهداف اقتصادی شامل محصولات، فرایندها، شاخص‌های سازمانی و بازاریابی متمرکز بود درحالی‌که بر اساس تعاریف جدید، نوآوری دیگر صرفاً بر واژگان اقتصادی محدود نیست (سازمان‌همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۰) و واژگانی چون ارزش، هنجار، نقش و موارد مشابه نشان می‌دهد که در پارادایم جدید، نوآوری‌ها به اهداف اجتماعی معطوف است (هاچ‌گرنر، ۲۰۰۹) ماهیت جامعه و نقش آن در نوآوری اجتماعی به گونه‌ای است که با به‌کارگیری سه دسته از نوآوری شامل مدیریتی، هنجاری و فرهنگ، نوآوری اجتماعی شکل می‌گیرد بنابراین نوآوری اجتماعی تغییرات در ساختارهای فرهنگی، هنجارها و یا مقررات جامعه است که به اعتلای منابع قدرت جمعی و بهبود عملکرد اقتصادی و اجتماعی آن منجر می‌شود (هیس کالا و هامالین، ۲۰۰۷). رضوی، نوآوری سازمانی را توانمندی‌های درگیر در عملیات طراحی، اطلاعات و فرایند همکاری می‌داند از این رو از دید او نوآوری سازمانی در کنار دیگر زمینه‌های نوآوری همانند

تولید، فرایند، ساختاری و بازار، بخشی از نوآوری اجتماعی است. مرکز نوآوری اجتماعی هلند، نوآوری اجتماعی را مکمل نوآوری فناورانه می‌داند (هامرلینک، ۲۰۱۰: ۷) درحالی‌که نوآوری فناورانه در یک سمت طیف نوآوری شامل محصولات، خدمات و یا

## فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، دوره ۴، شماره ۱۴، تابستان ۱۴۰۳

تولید فناوری است. نوآوری اجتماعی در مقابل به ساختار و یا به فرایندهای سازمان مرتبط است که می‌تواند به توسعه مهارت‌های مختلف مدیریت، گونه‌های جدید سازمان‌دهی و اصلاح راهکارها به منظور ارتقای بهره‌وری و در درازمدت ارتقای توان نوآوری سازمان‌ها منتهی شود (برگمن و همکاران، ۲۰۱۰: ۳). اندیشه و تفکر جهادی از دل اسلام بیرون آمده و این رهبران دینی انقلاب بودند که موجبات شناخت این اندیشه را برای مردم فراهم کردند تا قبل از این دوره مجتهدان عموماً اسلام را، دینی فردی و محدود به عالم آخرت می‌دانستند. در صورتی که مجتهدان این دوره با تفاسیر درست خود از اسلام، آن را دینی حکومتی و اجتماعی نشان دادند. تفاسیر جدید از اسلام توسط رهبران جریان اسلامی و به صورت ویژه حضرت امام خمینی (ره) و شاگردانش از جمله شهید بهشتی و شهید مطهری و مرحوم شریعتی چنان میل و رغبتی از اسلام در افراد به ویژه در جوانان ایجاد کرده بود که در کنه وجود آنان تربیت و فرهنگ اسلامی مشتعل شد. تأثیرات تربیتی و تفکری امام خمینی (ره)، جوانان را به میدان کشیده بود تا با احساس، عمل و تدبیر، تشکل و سازمان‌دهی متفاوتی را اجرا کنند. «حتی قبل از شکل‌گیری رسمی جهاد و ابلاغ اساسنامه اولیه آن در تمام استان‌ها و شهرستان‌های کشور، افراد خودجوش و بدون هماهنگی قبلی، تحت تأثیر تربیت دینی خود به سمت شکل‌دهی جهاد سازندگی رفتند. فرهنگ اسلامی ما در تمام رفتار ما و شکل‌گیری نهاد جهاد ریشه داشت؛ مثلاً آرم جهاد که آیه قل انما اعظکم بواحدہ ان تقوموا لله مثنی و فرادی است برگرفته از همین فرهنگ اسلامی و مبنای تفکر جهادی است که کار باید برای خدا باشد (م، ۲۶)». آنچه توسط جهادگران اتفاق می‌افتد، چیزی بیشتر از یک رفتار بوده و در واقع می‌توان از آن به عنوان کنش نام برد و تمایز رفتار از کنش، قصد و نیت است و این نیت‌مندی مهم‌ترین عامل شکل‌گیری کنش‌های جهادی بود، در کنش جهادی غایت جهادگری زمانی اتفاق می‌افتد که اراده‌های قوی در راه هدف بسیج شود و اگر این اراده‌مندی نبود، جهادگران تمامی وسع خود را به میدان نمی‌آوردند و این اراده‌مندی به انگیزه‌های قوی نیاز دارد که آن‌هم کار برای خدا و از سر اخلاص است. «موضوع دیگری که در مدیریت‌های جهادی مطرح است، جهاد برای خدا است بالاخره اخلاص باید باشد و نیت آن، این تأکید کالبد و روح بود، کالبد یعنی آن ظاهری که مجموعه دارد، مقررات ظاهری و معمولی آن و روح نیروی



## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فتحی ستوده، رسولی و ستاری

جهادی همان نیت آن است. طرف نیت جهاد داشته باشد. اگر آن نباشد، مدیریت جهادی شکل نمی‌گیرد؛ تحقق پیدا نمی‌کند، (م، ۱۶)». هم‌چنین برخی از مفروضات بنیانی اندیشه جهادگران را که زمینه شکل‌گیری برنامه‌های اجتماعی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) را فراهم نمود، می‌توان به این صورت تبیین کرد: خدمت به مردم یکی از بهترین راه‌های کسب رضایت خداوند یکتاست. شیوع فقر مهم‌ترین عامل ذلت و انحطاط بسیاری از جوامع است شعار دادن برای امحای فقر کافی نیست، برای امحای فقر باید اقدام کرد (پورعزت و قلی‌پور، ۱۳۸۸). جهاد را به معنای بذل طاقت و سعی بلیغ تا رسیدن به نهایت ممکن و غایت وسیع معنا کرده‌اند (بابایی، ۱۳۹۷: ۳۸) و از طرفی همان‌گونه که بیان شد، آنچه توسط جهادگران اتفاق می‌افتاد چیزی بیشتر از رفتار (به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگ) بود و درواقع کنش هدفمند و با نیت الهی است که می‌توان از آن به‌عنوان کنش جهادی نام برد. کنش‌های جهادی یکی از منشأهای حرکت‌های نوآورانه جهاد بود، این کنش‌های جهادی بیش از اینکه حاصل سلسله فنون یا روش باشد از منشأ فرهنگ است. باید فرهنگ جهادی ایجاد شود تا در بستر آن احساسات افراد بالغ و عالی‌گردد و در بستر آن فعالیت‌های نوآورانه‌ای در راستای رفع نیازهایی مشخص شکل گیرد. فرهنگ یکی از مهم‌ترین عوامل متمایزکننده سازمان‌هاست و فرهنگ جهادی در جهاد سازندگی، آن را از دیگر نهادهای اجتماعی متمایز ساخت و جهاد را در سیر تعالی و توسعه قرارداد. مؤلفه‌های این کنش جهادی شامل فرهنگ کار متعالی، میدان دادن به نیروی انسانی (به‌ویژه جوان) و جلب اعتماد و تعامل سازنده با محیط است که به‌صورت مختصر به تشریح آن پرداخته می‌شود.

### پیشینه پژوهش

#### جدول ۱: پیشینه مطالعات قبلی انجام‌شده

نویسندگان (سال پژوهش)- روش استفاده‌شده	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
رهبری تحولی فرهنگ سازمانی را به وجود می‌آورد و فرهنگ سازمانی، شرایط و کیفیت زندگی کاری را متحول می‌سازد و این تحول اثربخش سازمانی را در سازمان‌های غیردولتی افزایش می‌دهد.	رهبری تحولی، فرهنگ سازمانی، اثربخشی سازمانی و نتایج برنامه	شیوا و دامودار ۲۰۱۲- کیفیت
سبک زندگی کاری به‌عنوان یک عامل روان‌شناختی در محیط کاری می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری و اثربخشی کارکنان گردد	سبک زندگی و تأثیر آن در اثربخشی سازمانی	رهام ۲۰۰۹- کمی

**فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، دوره ۴، شماره ۱۴، تابستان ۱۴۰۳**

صفری و همکاران ۱۳۹۶- آمیخته	بررسی ارتباط بین مدیریت جهادی و اثربخشی سازمانی در شرکت آبفای تهران	ارتباط معناداری بین مدیریت جهادی و اثربخشی سازمانی وجود داشته که باعث می‌شود برنامه‌های سازمان با رویکرد جهادی قوت بیشتری بگیرد
محمدی فاتح و همکاران ۱۳۹۹- کیفی	شناسایی عناصر سازمان جهادی و بررسی آن‌ها در اثربخشی سازمانی نازجا	شناسایی عناصر جهادی سازمان در جهت تحقق اهداف سازمان با اثربخشی سازمانی ارتباط مستقیم دارد
سید نقوی ۱۳۸۹- کمی	فرهنگ رفتار بهره‌ورانه و تأثیر آن بر اثربخشی سازمان	مدیریت دانش کاملاً در رابطه بین فرهنگ رفتار بهره‌ورانه و اثربخشی سازمانی در رابطه بین راهبرد و اثربخشی سازمانی نقش میانجی را بازی می‌کند
سنجقی و همکاران ۱۳۹۱- کمی	بررسی تأثیر دو سبک رهبری تحول‌آفرین و مراوده‌ای با رویکرد اثربخشی سازمانی	گرایش کارآفرینانه با نگرش جهادی می‌تواند حوزه اثرگذاری سبک رهبری تحول‌آفرین را از اثر مستقیم به اثر کلی ارتقا دهد
موحد ۱۳۸۶- کیفی	نقش انگیزه در تجهیز و هدایت انسان‌ها با رویکرد مدیریت جهادی	مدیریت جهادی عبارت است از هدایت رهبری و سوق دادن انگیزه‌ها برای کار و تلاش مثبتی بر سازندگی که در اثربخشی اهداف سازمان نقش مثبتی دارد

**فرضیه‌های تحقیق**

در بسیاری از پژوهش‌هایی که در مورد رابطه‌ی (تأثیر) مدیریت جهادی با اثربخشی و نیز عملکرد سازمانی مرور کردیم، فرضیه‌ی تحقیق مورد تأیید قرار گرفته است. به‌واسطه‌ی بررسی و تبعیت از پیشینه‌ی تحقیق می‌توان گفت تأثیرگذاری مدیریت جهادی بر اثربخشی سازمانی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی تأیید می‌شود. از آنجایی که تاکنون هیچ تحقیقی چگونگی و میزان تأثیرگذاری این ۳ متغیر (و با این جامعه‌ی آماری) بر یکدیگر را کندوکاو و مطالعه نکرده است، ما در این پژوهش به بررسی رابطه‌ی بین این ۳ متغیر با یکدیگر را بررسی خواهیم کرد. بر این اساس فرضیات تحقیق به شرح زیر خواهد بود:

**فرضیه‌ی اصلی**

(۱) رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی در کارکنان ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) مستقیم است.

**فرضیه‌های فرعی**

(۲) رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) مستقیم است.

## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فتحی ستوده، رسولی و ستاری

۳) رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با نوآوری اجتماعی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) مستقیم است.

۴) رابطه‌ی نوآوری اجتماعی با مدیریت جهادی در ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) مستقیم است.

### روش‌شناسی

#### نوع تحقیق

در این پژوهش، روش تحقیق مورد استفاده بر اساس هدف تحقیق از نوع کاربردی می‌باشد.

#### استراتژی کلی تحقیق

بر اساس شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق حاضر از نوع توصیفی (همبستگی) می‌باشد.

#### روش گردآوری داده‌ها

در این مطالعه به منظور گردآوری داده‌ها از ۳ پرسشنامه استفاده کرده‌ایم که شامل؛ پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ی مدیریت جهادی، مقیاس اثربخشی سازمانی پارسونز (AGIL) و پرسشنامه‌ی نوآوری اجتماعی بالوت و همکاران (۲۰۱۳) می‌باشد. پرسشنامه‌ی مدیریت جهادی دارای ۷۸ آیت‌م است و توسط داوری و رضازاده (۱۳۹۲) ساخته و اعتبار یابی شدند. شیوه‌ی نمره‌گذاری این پرسشنامه بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت تنظیم شده است. این مقیاس دارای ۴ بعد عملکرد مالی، بعد رهبر، بعد پیرو و بعد زمینه است که گویه‌های آن شامل؛ سوالات ۱ تا ۴۹ مربوط به سازه‌ی مدیریت جهادی، سوالات ۵۰ تا ۶۴ مربوط به بعد رهبر، سوالات ۶۵ تا ۷۸ مربوط به بعد زمینه است. برای سنجش روایی از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که نتایج آن نشان داد که تمامی روابط معنی‌دار هستند، زیرا مقدار قدر مطلق آماره آزمون معنی‌داری آن‌ها از ۱،۹۶ بزرگ‌تر است. همچنین از آنجاکه تمامی بارهای عاملی در جدول ۴-۷ بیشتر از ۰/۴ هستند، این مطلب نشان‌دهنده آن است که گویه‌ها، سازه را به خوبی تبیین می‌کنند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲) و سازه مدیریت جهادی از روایی عاملی خوبی برخوردار است.

#### جامعه و نمونه

جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل؛ تمامی کارکنان ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) در سطح کشور بودند که با توجه به نداشتن فهرستی از کارکنان این ارگان با روش نمونه‌گیری در دسترس ۲۰۰ نفر از آن‌ها از طریق پخش پرسشنامه‌ی آنلاین در گروه‌ها و کانال‌های مربوط به این نهاد حاکمیتی که در شبکه‌های مجازی موجود بودند، انتخاب و مورد پژوهش قرار گرفتند.

## روایی و پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات

پرسشنامه‌ی اثربخشی سازمانی بر اساس مدل کارکردهای چهارگانه ضروری نظام اجتماعی پارسونز و دارای ۲۸ سؤال در ۴ مؤلفه است. مؤلفه‌های پرسشنامه شامل؛ نوآوری و انطباق (گویه‌های ۶، ۱۱، ۱۳، ۱۵، ۱۶، ۱۸ و ۲۱)، تعهد سازمانی و کسب هدف (گویه‌های ۱-۲-۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶-۱۷)، رضایت شغلی و یگانگی (گویه‌های ۳-۴-۵-۶-۷-۸-۹-۱۰-۱۱-۱۲-۱۳-۱۴-۱۵-۱۶-۱۷-۱۸-۱۹-۲۰-۲۱-۲۲-۲۳-۲۴-۲۵-۲۶-۲۷-۲۸) می‌باشد. شیوه‌ی نمره‌گذاری آن بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت (خیلی کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴ و خیلی زیاد ۵) انجام می‌شود. بختیاری و سلیمی (۱۳۹۰) در تحقیقی روایی و پایایی این پرسشنامه را مورد تأیید قرارداد. پرسشنامه‌ی نوآوری اجتماعی توسط بالوت و همکاران در سال ۲۰۱۳ ساخته و اعتبار یابی شد. در فارسی نیز داوری و همکاران (۱۳۹۹) از این پرسشنامه استفاده کرده‌اند. این پرسشنامه تک‌بعدی است. بالوت و همکاران برای سنجش روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده کردند. پرسشنامه اولیه دارای ۱۴ گویه بود که دو گویه آن به علت بار عاملی پایین حذف شدند. برای سنجش پایایی نیز آلفای کرونباخ محاسبه شد. آلفای کرونباخ کلی پرسشنامه ۰/۸۵۸ محاسبه شد و برای تک‌تک ابعاد نیز بالای ۰/۷ گزارش شده است. همچنین داوری و همکاران (۱۳۹۹) نیز آلفای کرونباخ پرسشنامه را ۰/۹ گزارش کرده‌اند؛ بنابراین پرسشنامه از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است. امتیاز نهایی هر سازه بر اساس میانگین نمرات گویه‌های تشکیل‌دهنده آن قابل محاسبه است. اگر میانگین بالای سه (حد متوسط طیف لیکرت) محاسبه شود در این صورت وضعیت سازه مورد بررسی مطلوب است. همچنین می‌توان از آزمون تی-تک نمونه برای بررسی معناداری نتایج استفاده کرد. همچنین نمره نهایی نوآوری اجتماعی بین ۹ تا ۴۵ خواهد بود. اگر جمع نمرات از ۳۵ بیشتر باشد میزان نوآوری اجتماعی بالا، بین ۲۷ تا ۳۵ متوسط و کمتر از ۲۷ پایین قلمداد می‌شود. ضریب آلفای کرونباخ که برای تعیین پایایی پرسشنامه‌ها مورد محاسبه واقع شد، برای هر سه پرسشنامه بالاتر از ۰/۸ به دست آمد که این نشان از وجود پایایی قابل قبول برای ابزار مورد استفاده در این پژوهش است. به طوری که ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه‌های مدیریت جهادی، پرسشنامه اثربخشی سازمانی و پرسشنامه نوآوری اجتماعی به ترتیب ۰/۸۱۰، ۰/۸۳۲ و ۰/۹۷۶ حاصل شد که همگی نزدیک به عدد ۱ می‌باشد.

## روش‌های تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف استاندارد و از روش‌های آمار استنباطی نظیر روش همبستگی پیرسون و روش تحلیل رگرسیون

## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فتوحی ستوده، رسولی و ستاری

استفاده شد. تمامی این داده‌ها به وسیله نرم افزار تحلیل آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

### یافته‌های تحقیق

#### جدول (۱) - بررسی شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص‌ها	نوآوری اجتماعی	مدیریت جهادی	اثربخشی سازمانی
میانگین	۱۱۰/۴۱	۱۷۷/۴۹	۲۰۱/۱۷
انحراف معیار	۱۳/۸۷	۲۵/۶۵	۳۶/۹۸

طبق نتایج جدول (۱) و تحلیل‌های مربوط به شاخص‌های توصیفی، میانگین (و انحراف معیار) متغیرهای نوآوری اجتماعی، مدیریت جهادی و اثربخشی سازمانی به ترتیب برابر است با؛ ۱۱۰/۴۱، (۱۲/۸۷)، ۱۷۷/۴۹، (۲۵/۶۵) و ۲۰۱/۱۷، (۳۶/۹۸).

#### جدول ۲ - بررسی همبستگی پیرسون بین متغیرهای مورد مطالعه در پژوهش

متغیرها	مدیریت جهادی	اثربخشی سازمانی	نوآوری اجتماعی
مدیریت جهادی	۱		
اثربخشی سازمانی	۰/۴۰۲	۱	
نوآوری اجتماعی	۰/۰۱۷	۰/۲۵۱	۱

\*\*  $p < 0.01$

نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی مثبت و معنی‌دار است. همچنین مشخص شد که رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با نوآوری اجتماعی نیز مثبت و معنی‌دار شد.

#### جدول ۳ - تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و کل جهت پیش‌بینی اثربخشی سازمانی

متغیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل	مقدار p
مدیریت جهادی بر اثربخشی سازمانی	۰/۱۳۷	۰/۰۴۳	۰/۰۹۴	< ۰/۰۰۱
نوآوری اجتماعی بر اثربخشی سازمانی	۰/۱۰۲	—	۰/۱۰۲	< ۰/۰۰۱
مدیریت جهادی بر نوآوری اجتماعی	۰/۱۸۹	—	۰/۱۸۹	< ۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول (۳) و با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون در همه‌ی فرضیه‌ها کم‌تر از ۰/۰۰۱ است، پس می‌توان گفت که نقش میانجیگر نوآوری اجتماعی در رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی کارکنان ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) مثبت و معنی‌دار است. همچنین با توجه به شکل (۱) ضرایب گرد شده‌ای که قابل رویت است، مربوط به ضرایب همبستگی جدول (۴) می‌باشد به طوری که مدیریت جهادی توانسته است ۱۰٪ متغیر اثربخشی سازمانی را تبیین کند، تأثیری که نوآوری اجتماعی بر اثربخشی سازمانی گذاشته است، حدود ۱۴٪ می‌باشد. مدیریت

## فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، دوره ۴، شماره ۱۴، تابستان ۱۴۰۳

جهادی نیز توانسته است بالاترین میزان تأثیر را به میزان ۴۵٪ بر نوآوری اجتماعی بگذارد. در نتیجه؛ با عنایت به نقش میاتجی‌گرایانه‌ی نوآوری اجتماعی می‌توان گفت که مدیریت جهادی توانسته‌اند مدل مناسبی در رابطه با اثربخشی سازمانی ارائه دهند. در واقع با اثرگذاری مدیریت جهادی بر نوآوری اجتماعی و اثربخشی سازمانی و تأثیر نوآوری اجتماعی بر اثربخشی سازمانی است که می‌توان اثربخشی سازمانی را به نحو مطلوبی پیش‌بینی کرد.

### **بحث و نتیجه‌گیری**

#### **بحث**

مطالعه‌ی حاضر با هدف تعیین رابطه‌ی مدیریت جهادی با اثربخشی سازمانی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی در کارکنان ستاد اجرایی فرمان حضرت امام خمینی (ره) در سال ۱۴۰۲ انجام شد که بر اساس نتایج تحلیل‌های آماری مشخص شد که رابطه‌ی مدیریت جهادی با اثربخشی سازمانی با توجه به نقش میانجی‌گر نوآوری اجتماعی در جامعه‌ی آماری مورد مطالعه مثبت و معنی‌دار است. این یافته از پژوهش با یافته‌های پژوهش عینی‌پور و آقائی (۱۳۹۶) و تولایی و شکوهیار (۱۳۹۳) همسویی دارد. به طوری که عینی‌پور و آقائی (۱۳۹۶) در پژوهشی که با موضوع پیش‌بینی رفتار نوآورانه و خلاقیت سازمانی بر اساس مدیریت جهادی مبتنی بر سرمایه روان‌شناختی انجام دادند، به این یافته دست یافتند که تحول‌گرایی مدیریت جهادی به واسطه‌ی اثرگذاری سرمایه‌ی روان‌شناختی می‌تواند منجر به خلاقیت سازمانی شده و رفتارهای نوآورانه را در سازمان باعث شود. در پژوهش تولایی و شکوهیار (۱۳۹۳) که با موضوع ارزیابی مؤلفه‌های مدیریت جهادی بر عملکرد سازمانی با رویکرد کارت امتیازی متوازن انجام گرفت، نیز مشخص شد که مؤلفه‌های مدیریت جهادی بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد. طبق نتایج تحلیل‌های آماری، فرضیه‌ی دوم تحقیق مبنی بر " وجود رابطه‌ی مستقیم بین اثربخشی سازمانی و مدیریت جهادی" تأیید شد که مشابه این یافته از تحقیق را می‌توان در نتایج پژوهش محمدی فاتح و محمدی (۱۳۹۹) و اجاقوند و جعفری (۱۳۹۷) مشاهده کرد. به طوری که آن‌ها در تحقیقات جداگانه‌ای که با محوریت اثربخشی سازمانی و مدیریت جهادی انجام دادند، به این یافته دست یافتند که هر چه میزان مؤلفه‌های مدیریت جهادی مثل؛ رفتار، انعطاف‌پذیری در ساختار، سخت‌کوشی و نهادینه کردن اخلاق و ارزش‌های دینی در محیط کار افزایش یابد، اثربخشی در نمونه‌های آماری مورد مطالعه مطلوب‌تر خواهد شد.

## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فתיحي ستوده، رسولي و ستاري

### نتیجه‌گیری

نتایج تحلیل‌های آماری نشان داد که رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری بین اثربخشی سازمانی و نوآوری اجتماعی در نمونه‌های آماری مورد مطالعه وجود دارد. این یافته از تحقیق با نتایج پژوهش یو و همکاران (۲۰۰۹)، کاسا (۲۰۰۸) حیدری و همکاران (۱۳۹۷) پور عمران و همکاران (۱۳۹۶) همسویی دارد. در واقع به‌واسطه‌ی تکیه بر یافته‌های این تحقیقات و تحقیق حاضر می‌توان گفت که نوآوری از طریق شبکه‌سازی ارتباطی در بین کارکنان سازمانی میزان اثربخشی و خلاقیت در سازمان را ارتقاء دهد. بر اساس نتایج تحلیل‌های آماری فرضیه‌ی سوم پژوهش که اشاره به وجود رابطه‌ی مستقیم بین نوآوری اجتماعی و مدیریت جهادی دارد مورد تأیید قرار گرفت که مشابه این یافته از پژوهش حاضر را می‌توان در نتایج پژوهش‌های جداگانه‌ای که توسط لی و همکاران (۲۰۱۹)، سرفرازی و هاشمی (۱۴۰۰) و کاشفی و همکاران (۱۳۹۸) انجام شده است، مشاهده کرد. نتایج این پژوهش‌ها حاکی از آن است که مدیریت جهادی به‌واسطه‌ی مؤلفه‌هایی همچون؛ انگیزه، رهبری فراگیر و هوش معنوی می‌تواند نوآوری را به‌مثابه یک سرمایه‌ی اجتماعی در سازمان نهادینه کرده و آن را ارتقاء دهد.

### پیشنهادها

با عنایت به نتایج پژوهش حاضر و نیز یافته‌های پژوهش‌های مشابهی که بررسی شدند، پیشنهاد می‌شود در زمینه‌ی تعیین اهداف و چگونگی تحقق آن‌ها، مسائل اخلاقی و رعایت حقوق انسانی رعایت شده و در تمامی ابعاد سازمانی مدنظر قرار گیرد. همچنین پیشنهاد می‌شود که در زمینه‌ی ایجاد نوآوری در سازمانی برای اثربخشی بیشتر مواردی مثل شبکه‌سازی ارتباطی و نیز مدنظر قراردادن اصل توانایی و تخصص در امر استخدام و گزینش کارکنان سازمانی رعایت شود. هر تحقیقی باتوجه به شرایطی که تحت آن انجام می‌شود سختی‌ها، کمبودها، موانع و محدودیت‌هایی برای خود دارد که در ابتدای امر باعث کاهش سرعت روند کار و در درجه دوم نقص نتایج و یا اطلاعات به‌دست‌آمده می‌شود تحقیق حاضر باتوجه به شرایط زمانی و مکانی و همچنین منابع و اطلاعات موجود، از این امر مستثنی نیست که از آن جمله می‌توان به عدم ارتباط مستقیم و مؤثر محقق با آزمودنی‌ها اشاره کرد که منجر به کاهش پایایی و اعتماد محقق به داده‌های خام پژوهش شد. همچنین رویکرد جهادی در مدیریت و تفهیم آن به نمونه‌های آماری یکی از چالش‌های محققان این پژوهش بود به‌طوری‌که برخی از کارکنان نسبت به برخی از سؤالات پرسشنامه احساس و واکنش منفی نشان داده و از پاسخ به سؤالات خودداری می‌کردند.

## منابع

- ۱) اجاقوند، مسعود و جعفری، محمد، (۱۳۹۷)، رابطه مدیریت جهادی با میزان اثربخشی سازمانی (مورد مطالعه: پلیس آگاهی استان همدان)، <https://civilica.com/doc/1192312>
- ۲) آقای، م، آقای، ا؛ (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر احساس امنیت شغلی کارکنان، فصلنامه‌ی نظارت و بازرسی، شماره ۴۱، صص ۱۱۲ - ۱۰۱.
- ۳) پورصادق، ن؛ ذاکری قرآنی، ز؛ (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مدیریت جهادی بر اثربخشی سازمان در سه بعد رهبر، پیرو و مینه، پژوهشنامه مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال ۷، شماره ۴، صص ۱۱۶ - ۹۵.
- ۴) تولایی، روح‌الله؛ شکوهیار، سجاد؛ (۱۳۹۳). ارزیابی مؤلفه‌های مدیریت جهادی بر عملکرد سازمانی با رویکرد کارت امتیازی متوازن. چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره‌ی ۱۹، صص ۳۷ - ۱۵.
- ۵) حیدری، مرتضی، شعبانی بهار، غلامرضا، عرفانی، نصراله و سلیمانی، مجید. (۱۳۹۷). تدوین مدل ساختاری نوآوری سازمانی بر اساس سرمایه اجتماعی در بین کارکنان وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۵ (پیاپی ۲۰)، ۶۴-۵۳. SID. <https://sid.ir/paper/378323/fa>
- ۶) زین‌الدینی، م، محمدی سیاهبومی، ح. (۱۳۹۷). ارائه الگوی مطلوب مدیریت جهادی در انقلاب اسلامی (موردکاوی رهنمودهای رهبر انقلاب اسلامی)، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال ۸، شماره ۲۸، صص ۴۹ - ۲۳
- ۷) سرفرازی، مهرزاد؛ هاشمی، سید محمود؛ (۱۴۰۰). سنجش اثرگذاری مدیریت جهادی بر رفتار نوآورانه و خلاقیت سازمانی در مناطق یازده‌گانه شهرداری‌های شهرستان شیراز. رهیافت‌های نوین در مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، ۱ (۴)، ۶۴-۳۵.
- ۸) سلیمان پورعمران، محبوبه و جوادی بورا، محمدعلی و دیودار، مهدیه و شهابی، اشرف، (۱۳۹۶)، تأثیر نوآوری سازمانی در اثربخشی و کیفیت عملکرد کارکنان، اولین کنفرانس ملی نقش حسابداری، اقتصاد و مدیریت، تبریز،
- ۹) عینی‌پور، جواد؛ آقائی، اصغر؛ (۱۳۹۶). پیش‌بینی رفتار نوآورانه و خلاقیت سازمانی بر اساس مدیریت جهادی مبتنی بر سرمایه روان‌شناختی. فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت منابع در نیروی انتظامی، سال ششم، شماره ۱، صص ۱۵۹ - ۱۳۹



## رابطه‌ی اثربخشی سازمانی با مدیریت جهادی با توجه به.../فتمی ستوده، رسولی و ستاری

- ۱۰) کیانی زاده، م، گلشنی، ع. (۱۳۹۶). شناسایی ویژگی‌های شخصیتی سیاست‌گذاران عمومی مبتنی بر مدیریت جهادی، مطالعات راهبردی بسیج، سال ۱۹، شماره ۷۲، صص ۷۸-۵۷.
- ۱۱) مبینی دهکردی، علی، کشتکار هراتکی، مهران، (۱۳۸۶). تودری اجتماعی اکنکاشی بر مفهوم‌سازی مبتنی بر تحلیل محتوای تعاریف، نشریه علمی مطالعات نوین
- ۱۲) محمدی فاتح، اصغر و محمدی، داریوش. (۱۳۹۹). شناسایی عناصر سازمان جهادی و بررسی تأثیر آن‌ها بر اثربخشی سازمانی (مورد مطالعه: نزا). مدیریت نظامی، ۲۰(۷۷)، ۱-۵۰. SID. <https://sid.ir/paper/399708/fa>
- ۱۳) ملایی پلی، ا؛ (۱۳۹۷). بررسی اثربخشی آموزش دلگرم‌سازی بر موفقیت تحصیلی در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه بندرپل، چهارمین همایش علمی پژوهشی استانی از نگاه معلم، میناب، آموزش و پرورش شهرستان میناب.
- ۱۴) منصوری، ا؛ مرزنگ، ش؛ (۱۳۹۵). بررسی نقش مدیریت خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری، پنجمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- ۱۵) مهدی داوری، باقر مرسل، علی فهیمی، مصطفی طیبی. (۱۳۹۹). تأثیر نوآوری اجتماعی بر عملکرد نوآوری سازمان. فصلنامه مدیریت کسب‌وکار، ۹ (۲)، ۸۷-۹۶.
- 16) Akhbarfar AR. (2000) Relationship between high school administrator's positions of control and organizational effectiveness in four areas of Shiraz, Master's thesis for the degree, Shiraz University. (Persian)
- 17) Bulut, C., Eren, H., & Halac, D. S. (2013). Social innovation and psychometric analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82, 122-130.
- 18) D. S. J. S. I. O. A. d. o. t. p. T. t. (2012). "Innovation, empirical and E. C. t. F. P. policy foundations for building social innovation in Europe".
- 19) Kaasa, A. (2008). Effects of different dimensions of social capital on innovative activity: Evidence from europe at the regional level, Ph.D, dissertation, university of Tartu, 2008; ISSN 1406-5967 SBN 978-9949-11-560-0.
- 20) Lei, Qi, Bing, Liu, Xin, Wei, Yanghong, Hu(2019), Impact of inclusive leadership on employee innovative behavior: Perceived organizational support as a mediator,. *PLoS ONE*, Vol 14, No 2, pp 1-14
- 21) W. McGuire and G. Winter, (1968). "Steel structures,".
- 22) Wu, C.M, C.R. Ay. & B.Y.H. Lien. (2009). The role of social capital and organizational learning in promoting innovation performance, *Int,J, Information Systems and Change Management*, 2009; 4(2):171-186.
- 23) Zarei Kh (2005). Educational effectiveness. *Scientific journal in the field of management*, No166, <http://www.sciencecenter.ir/index.php?newsid=2174>.

The relationship between organizational effectiveness and jihadi management, considering the role of social innovation mediator in the executive headquarters of Imam Khomeini's decree

Mehrdad Fathi Sotoudeh<sup>1</sup>

Receipt: 27/06/2024

Acceptance: 20/07/2024

Eshagh Rasouli<sup>2</sup>

Farzad Sattary Ardebili<sup>3</sup>

Abstract

This study deals with determining the relationship between organizational effectiveness and jihadi management, considering the role of social innovation mediator in the executive headquarters of Imam Khomeini's decree. In this research, the research method used is descriptive (correlation). The statistical population of this research includes; All the employees of the executive headquarters of the decree of Imam Khomeini (RA) who were working in the country in 1402, 200 of them were selected and studied by sampling method. In this study, in order to collect data, we have used 3 questionnaires, which include; Davari and Rezazadeh Jihadi Management Questionnaire, Parsons Organizational Effectiveness Scale (AGIL) and Balut et al.'s Social Innovation Questionnaire, whose validity and reliability were confirmed by professors and experts in the field of management. By using SPSS and Liesel software, inferential statistics methods such as correlation method and regression analysis method were used to analyze data and test hypotheses. Based on the results of statistical analysis, it was found that the relationship between jihadi management and organizational effectiveness is positive and significant, considering the mediating role of social innovation in the studied statistical community. Therefore, jihadi management, considering the role of mediator of social innovation, has the ability to predict organizational effectiveness in the executive headquarters of Imam Khomeini's (RA) decree, and considering this result, it is suggested that in the context of creating innovation in an organization for greater effectiveness, things such as communication networking And also considering ethical issues and respect for human rights and should be considered in all organizational dimensions.

Keywords

organizational effectiveness, jihadi management, social innovation, executive staff

1-PhD Student, Department of Management, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran. Mehrdad.fathi.sotoudeh@gmail.com

2-Assistant Professor, Department of Management, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran. (Corresponding Author) e.rasouli@iauardabil.ac.ir

3-Assistant Professor, Department of Management, Ardabil Branch, Islamic Azad University, Ardabil, Iran. farzadsattary@yahoo.com