



بررسی تاثیر نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها بر رشد نوآوری و

خلاقیت در سازمان

صادق خزائی اصل¹، علی کریمیان²

¹ کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، پژوهشگر جهاد دانشگاهی واحد سیستان و بلوچستان
Khazaeisadegh@mihanmail.ir

² پژوهشگر جهاد دانشگاهی واحد سیستان و بلوچستان
Karimian@acecr.ac.ir

چکیده

در این مقاله تاثیر نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها¹ به عنوان یکی از ابزارهای مدیریت مشارکتی² بر رشد نوآوری³ و خلاقیت⁴ در سازمان مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است. در دنیای امروز خلاقیت و نوآوری در سازمانها به ضرورتی اجتناب ناپذیر مبدل گردیده، زیرا فضای رقابتی ایجاد شده بین سازمانها ایجاب می کند تا فرآیندهای خلاقیت و نوآوری تقویت یابد. افزایش خلاقیت در سازمانها میتواند به ارتقای کمیت و کیفیت خدمات، کاهش هزینه ها، جلوگیری از اتلاف منابع و بالتبع افزایش کارایی و بهره وری منجر گردد. نظام مدیریت مشارکتی با تکیه بر خود کنترلی کارکنان، مشورت، تشویق به ابتکار و احترام به افراد، نقش مهمی در پرورش خلاقیت کارکنان ایفا می کند. مدیریت مشارکتی کمک می کند تا کارکنان سازمان به فهم مشترکی از تفکر راهبردی دست یابند و در تجربه و دانش یکدیگر سهیم شوند. همچنین کارکنان سازمان را برمی انگیزاند که برای بینش و عمل یکپارچه و منطقی گرد هم آیند و با همفکری و هم اندیشی، زیرساخت های لازم را برای نوآوری و تغییر در سازمان فراهم کنند.

کلمات کلیدی

مدیریت مشارکتی، نظام پیشنهادها، خلاقیت، نوآوری، مدیریت و اجرای نوآوری

1- مقدمه

موفقیت سازمان های امروزی به نسبت زیاد متکی بر خلاقیت، نوآوری، کشف و اختراع است. با توجه به نیازهای موجود، سازمان ها برای ادامه حیات، به تغییر در رفتار افراد و همچنین تغییرات کارآمد در سازمان تشویق می شوند که به نظر می رسد انجام این تغییرات به شکل پیدایش افکار نو و مفید به سرعت در حال افزایش است [26]. در میان نیروهای قدرتمند حاکم بر سازمان و موسسات، مشارکت یکی از عوامل حیات بخش پویایی، طراوت و بهره وری در سازمان ها است که با ایجاد ارتباطات شبکه ای سازمانی و با استفاده از فکر و عمل جمعی سبب می شود تا سازمان حرکت مطلوبی را از وضع موجود به وضع مطلوب طی نماید. در واقع مشارکت فرآیندی است که طی آن کارکنان یک سازمان به طور داوطلبانه در امور و فعالیتهای مربوط به خود دخالت کنند بشرطی که توان و انگیزه مناسب برای دخالت مؤثر را داشته باشند. کارکنان با انگیزه، توانایی های بیشتری داشته و می توانند در سازمان خلاقیت و نوآوری را افزایش دهند.

مسیر رشد و تعالی، شکوفایی و نوآوری در سازمان ها از طریق مشارکت نظام مند کارکنان و احساس تعلق قوی سازمانی مقدور می گردد. سازمان های متعالی، سازمان هایی هستند که با ایجاد محیط خلاق، ترس و دلهره کارکنان را نسبت به ارائه ایده های تحول آفرین از بین می برند و ایشان را در این راه ترغیب می نمایند. یکی از عوامل مهم در رشد و توسعه، سازمان ها، اهمیت دادن به فکر و اندیشه نیروی انسانی و استفاده صحیح از آن است و یکی از بهترین راه های استفاده از سرمایه های فکری کارکنان سازمان نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها است [5]. در واقع نظام پیشنهادها یکی از راههای کلیدی برای به وجود آوردن مشارکت کارکنان در فعالیتهای بهبود بهره وری و رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان بوده و تکنیکی است که از طریق آن می توان به یافته های ذهنی و اندیشه سرمایه های انسانی در حل مسائل و ایجاد سوالات جدید و راه حل های بهینه در راستای فرهنگ تغییر و بهسازی مستمر دست یافت.

2- ادبیات نظری

2-1- مدیریت مشارکتی

تحقیقات پیرامون مدیریت سازمان ها نشان می دهد سازمان هایی که به سوی ارتقای نیروی انسانی خود پیش می روند و مشارکت و همفکری نیروی انسانی خود را در امور سازمانی می طلبند، به مراتب از هم افزایی بیشتری نسبت به سازمان های ایستا و سنتی برخوردارند [18]. سازمان های برتر دنیا با بهره گیری از نظام های نوین مدیریتی و بهره وری که بر مشارکت کارکنان و بهره گیری نظامند از توانایی ها استوارند، پیشتازان صحنه های رقابت جهانی به شمار می روند [15].

مدیریت مشارکتی عمده ترین تحولی بود که در آخرین ربع قرن بیستم در عرصه مدیریتی پدیدار گشت [35]. نظام مدیریت مشارکتی یکی از نظام های مدیریتی پویاست که نقش مهمی در توسعه منابع انسانی و در نتیجه در فرآیند توسعه ملی دارد. این نظام مدیریتی به عنوان یک نظام مطلوب و کارآمد هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ عملی آزمون های موفق خود را گذرانده است و هم اکنون در کشورهای پیشرفته و نیز در کشورهای در حال توسعه کاملاً مورد استفاده بوده و از جایگاه مناسبی برخوردار است [15].

مدیریت مشارکتی عبارت است از دخالت دادن کارکنان رده های مختلف سازمان در فرآیند تبیین مشکل و تجزیه و تحلیل موقعیت و دستیابی به راه حل ها به طوری که کارکنان در دستیابی به راه حل ها قدرت تصمیم گیری داشته و با سرپرستان و روسای خود همفکری کنند [30]. در عمل حداقل باید در چهار زمینه اصلی مشارکت وجود داشته باشد تا به آن مدیریت مشارکتی اطلاق گردد:

اول، کارکنان بتوانند در تعیین هدف مشارکت داشته باشند.

دوم، آنها بتوانند در تصمیم سازی مشارکت کنند، یعنی از میان گزینه های مختلف یکی را انتخاب کنند.

سوم، کارکنان در حل مشکلات مشارکت کنند، فرآیندی که شامل تعریف مشکل یا مساله و ارائه راه حل های عملیاتی و انتخاب از میان آنان است. چهارم، مشارکت می تواند در امر ایجاد تغییر در سازمان باشد (یعنی فعالیت های توسعه سازمان) [25]. البته مشارکت در این چهار زمینه نه کاملاً به تنهایی انجام می گیرد و نه اینکه مانع الجمع می باشد. بنابراین کارکنان می توانند در یک و یا تمامی زمینه های فوق مشارکت نمایند. مشارکت در زمینه های یاد شده می تواند در سه سطح عمده صورت گیرد:

اول، کارکنان می توانند در تصمیم گیری مربوط به خودشان شرکت کنند و مثلاً اهداف کاری خود را تعیین کنند.

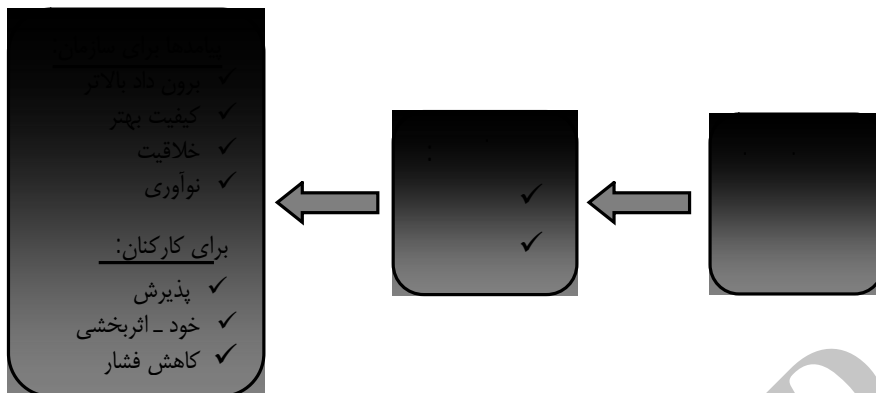
دوم، می توانند به عنوان بخشی از گروه کارکنان - مدیریت مشارکت داشته باشند.

سوم، کارکنان می توانند به عنوان اعضاء گروه، با مدیر یاهمکاران دیگر خود مشارکت داشته باشند.

مزایای مدیریت مشارکتی چند جانبه است و همه ارکان سازمان را تقویت می نماید. بهره مندی نیروی انسانی از مزیت های مادی و معنوی

آن موجب استمرار و پویایی این شیوه مدیریت و توسعه کمی و کیفی سازمان ها می شود. مشارکت به شکوفایی قوه خلاقیت و نوآوری کارکنان

کمک می نماید و به تدریج جستجوی روش های نو و ابتکاری بین افراد تعمیم می یابد. شکل شماره 1 فراگرد مشارکت را به تصویر کشیده شده است.



شکل شماره 1. فرآیند مشارکت [20].

2-2- نظام پیشنهادات

مکانیزم های متفاوتی برای عملی کردن مدیریت مشارکتی وجود دارد که عمده ترین تکنیک برای مشارکت کارکنان استقرار نظام پیشنهادات در یک سازمان است [28]. گفته می شود که به کارگیری نظام پیشنهادات به اواخر قرن نوزدهم و سال 1880 برمی گردد و یکی از اولین سیستم های پیشنهاد در آمریکا در 1906 در کارخانه جنرال الکتریک شروع به کار کرد که شامل نصب صندوق پیشنهاد در هر اداره و یک دسته کاغذ بود که کارکنان پیشنهادهای عملی خود را برای بهبود تولید و عملیات روی آن می نوشتند. بر اساس گزارش عملکرد جنرال موتو که در سال 1968 منتشر شد، برای مجموع 247.109 پیشنهاد، حدود 14.295.358 دلار جایزه به کارکنان پرداخت شده است. در ژاپن شرکت ماتسوشیتا در سال 1985 با دریافت بیش از 6.000.000 پیشنهاد، مقام اول را در بین تمام شرکت ها به دست آورد. در ایران از شرکت تراکتورسازی به عنوان یکی از اولین شرکت هایی یاد می شده که از سال 1368 این نظام را پیاده نموده و تا سال 1377 تعداد 14.940 پیشنهاد در آن ارائه و از آن ها 1.196 عدد اجرا شده است. از سال 1377 به بعد، شورای عالی اداری کشور در هشتادمین جلسه مورخ 1379/12/10، با توجه به بند 4 مصوبه شماره 1/12/8784 مورخ 1377/6/7 شورا و در نظر گرفتن نتایج حاصل از اجرای آزمایشی "نظام پذیرش و بررسی پیشنهادات"، استقرار نظام پذیرش و بررسی پیشنهادات را به عنوان اولین مرحله در استقرار مدیریت مشارکتی تلقی و از کلیه دستگاه های اجرایی که شرایط لازم برای استقرار نظام های مشارکتی را داشته باشند؛ خواست با توجه به اهمیت و ضرورت مشارکت کارکنان در بالا بردن کارایی و اثربخشی دستگاه های اجرایی و افزایش رضایت و توان آنان، نسبت به استقرار روش ها و ساز و کارهای مربوطه اقدام نمایند [7].

نظام پیشنهادات مرکب از دو مفهوم «نظام» و «پیشنهاد» است. نظام عبارت است از مجموعه ای از اجزاء به هم پیوسته که دارای تاثیر و تاثر متقابل می باشند و برای نیل به هدف مشترک تلاش می نمایند و «پیشنهاد» ایده ای است که ممکن است پذیرفته یا رد گردد [17]. نظام پیشنهادات بعنوان یکی از رایج ترین ابزارهای مدیریت مشارکتی، شیوه ای است که از طریق آن می توان به یافته های ذهنی و اندیشه سرمایه های انسانی در حل مسایل و ایجاد سئوالات جدید و راه حل های بهینه، در راستای فرهنگ تغییر و بهسازی مستمر سازمان دست یافت [18]. در مجموع نظام پیشنهادات یک نظام مدون برای فعال کردن ذهن افراد و بکارگیری ایده ها و نظرات آنها برای بهبود فعالیتهای سازمان می باشد [6]. بطور خلاصه نظام پیشنهادات شامل سه مرحله مهم و اساسی می شود که عبارتند از:

- 1) مطالعه وضع موجود و شرایط حاکم بر هر سازمان جهت تدوین نظامنامه متناسب با شرایط و وضعیت سازمان، به منظور دریافت و بررسی و ارزیابی پیشنهادات و مشخص نمودن پاداش های مادی و معنوی متناسب با هر پیشنهاد.
- 2) ایجاد فرهنگ مشارکت در سازمان از طریق انجام تبلیغات و برگزاری برنامه های آموزشی برای مدیران و کارکنان به منظور ایجاد انگیزه در اعضای سازمان برای ارائه ایده های نو و افکار تازه.
- 3) دریافت پیشنهادات اعضای سازمان از کانالهای پیش بینی شده در نظامنامه این سیستم و ارزیابی پیشنهادات واصله در کمیته های تخصصی و تعیین میزان و نوع پاداش متعلق به هر پیشنهاد و اعطای آن [16].

3-2-3- خلاقیت و نوآوری

همه ی سازمان ها برای بقا نیازمند اندیشه های نو و نظرات بدیع و تازه اند. افکار و نظرات جدید همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می شوند و آن را از نیستی و فنا نجات می دهند. در عصر ما برای بقاء و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشیم تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود. برای اینکه بتوانیم در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه دهیم باید به نوآوری و خلاقیت روی آوریم و ضمن شناختن تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی با آن ها پاسخ های بدیع و تازه تدارک ببینیم [1].

خلاقیت با تعابیر متعدد و متنوعی تعریف می شود. اریک فرم چنین بیان می دارد: خلاقیت، توانایی دیدن (آگاه بودن) و پاسخ دادن است [4]. خلاقیت را می توان به عنوان ترکیبی از تخیل و تفکر واقع بینانه به منظور حل مساله بدون پاسخ از پیش تعیین شده، از طریق بیان عقاید خود به صورت صریح و واضح در مورد ویژگی های غالب مساله موردنظر، درک کرد [32]. بعضی از تعاریف خلاقیت بر حسب محصول خلاق یا بازده خلاقیت شکل گرفته اند، بخشی دیگر بر اساس فرآیند خلاقیت استوارند، و تعدادی نیز بر پایه ویژگی های شخصیتی افراد خلاق تبیین شده اند؛ اما وجه اشتراک تعاریف ارائه شده را می توان در عوامل تازگی، ارزشمندی و تناسب جمع کرد [10].

از نوآوری نیز تعاریف متعددی ارائه شده، فرهنگ وبستر نوآوری را توانایی انجام امری ابتکاری تعریف کرده است که به خلق محصول یا خدمتی جدید منجر شود به گونه ای که این توانایی ممکن است از هوش و استعداد افراد سرچشمه گرفته یا به وسیله آموزش ایجاد شود. نوآوری فرآیند توسعه همه ی چیزهایی است که در حال حاضر مورد پذیرش جامعه بوده و دارای ارزش تجاری می باشند. نوآوری عبارت است از ارائه محصول یا فرآیند جدید، راه اندازی سازمانی جدید، فناوری جدید، کشف اطلاعات جدید و یا ورود به بازارهای جدید [34]. از یک نقطه نظر محدود، مفهوم نوآوری به توسعه و تحقق یک محصول یا روش فنی جدید اشاره دارد. از یک نقطه نظر وسیع تر، مفهوم نوآوری نشان دهنده تازگی، و یا چیزی است که به تازگی در یک شرکت ارائه شده است، این نوآوری معرف محصولات جدید، فرآیندها، روشهای تکنولوژیک، و حتی ساختارها و نوآوری مربوط به روش های توزیع جدید می باشد [22].

خلاقیت و نوآوری آن چنان به هم عجین شده اند که شاید ارائه تعریفی مستقل از هر کدام دشوار باشد، اما برای روشن شدن ذهن می توانیم آنها را به گونه ای مجزا از هم تعریف کنیم. خلاقیت، پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نوست، در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است [1]. به عبارت دیگر نوآوری اندیشه خلاق تحقق یافته است که به بهبود فرآیندها و فرآورده ها منجر می شود [14]. بنابراین می توان گفت که خلاقیت بستر رشد و پیدایی نوآوری هاست.

3-2-1- ضرورت و اهمیت خلاقیت و نوآوری در سازمان

موضوع خلاقیت و نوآوری لازمه حیات سازمانی و استمرار بقاء و ماندگاری آنها در دنیای رقابتی و بازارهای پیچیده داخلی و بین المللی می باشد. در این شرایط اگر سازمانی در جهت نوآوری و خلاقیت اقدام جدی انجام ندهد قطعاً با شکست روبرو خواهد گردید؛ ضرورت و اهمیت یافتن راهکارهایی جهت ایجاد خلاقیت و نوآوری در این است که امروزه سازمان ها در برهه ای از زمان قرار گرفته اند که تحت عناوین مختلف از جمله عصر دانش، عصر فراصنعتی، عصر جامعه اطلاعاتی، عصر سرعت و بالاخره عصر خلاقیت و نوآوری مطرح شده است؛ و خود را در جهت مدیریت تغییرات شتابان و دگرگونی های ژرف جهانی آماده می سازند؛ به گونه ای که خلاقیت و نوآوری به عنوان اصلی اساسی از عوامل مهم بقای سازمان ها پذیرفته شده است [12]. در خصوص ضرورت و اهمیت خلاقیت و نوآوری در سازمان، دلایل متعددی ارائه گردیده است بدین معنی که خلاقیت و نوآوری موجب خواهد شد تا موارد ذیل تحقق یابد: رشد و شکوفایی استعدادها و سوق یافتن آنها به سوی خودشکوفایی؛ پیدایش تحرک در سازمان؛ افزایش در کمیت، کیفیت و تنوع تولیدات و خدمات؛ افزایش انگیزش کاری کارکنان سازمان؛ ارتقای بهره وری سازمان؛ موفقیت مجموعه مدیریت و کارکنان سازمان؛ رشد و بالندگی سازمان؛ تحریک و تشویق حس رقابت [13].

3-2-2- چگونه می توانیم خلاقیت و نوآوری را در سازمان تسهیل کنیم؟

یکی از عوامل توسعه و تقویت قدرت خلاقیت و نوآوری در سازمان حمایت، پشتیبانی و تشویق کسانی است که از خود نظر و ایده های خلاق بروز می دهند. استراتژی های حمایتی از افکار نو در سازمان موجب می شود تا سازمان از تحول کافی برخوردار شود و بتواند خود را با محیط متغیر خارجی هماهنگ سازد. تعیین اهداف روشن و صریح در مورد فعالیت های خلاق و ایجاد سیستم پاداش دهی و تشویق افراد نوآور در این زمینه، کارساز و موثر است. البته یک نکته را نباید فراموش کرد و آن وجود فرهنگ خلاقیت و نوآوری در مدیریت سازمان است. هرگاه مدیران سطوح عالی و سیاستگذاران سازمان، خود به خلاقیت و نوآوری به عنوان فعالیت های ضروری باور و اعتقاد نداشته باشند، هیچ فعالیتی در این زمینه دوام و بقاء نخواهد یافت [1].

یکی از اندیشمندان مدیریت در زمینه عوامل موثر بر خلاقیت و نوآوری به چهار دسته از عوامل اشاره دارد. این عوامل عبارتند از:

الف) به کارگیری و جذب نیروهای خلاق و نوآور به سازمان

ب) امکانات مناسب تحقیقاتی و مالی برای کوشش های نوآورانه

ج) آزادی عمل کافی در انجام فعالیت ها و تلاش های خلاق

د) به کارگیری نتایج حاصل از فعالیت های خلاق و دادن پاداش مناسب به افراد خلاق.

هرگاه سیستم سازمانی با اتکا به این عوامل طراحی شود، خلاقیت و نوآوری در سازمان توسعه و گسترش می یابد و تقویت می شود [33]. نوآوری به عنوان بهره برداری و اجرای موفق ایده های جدید تعریف شده است [29]. ایده پردازی مقدمه فرآیند نوآوری بوده و تولید ایده های جدید یک منبع مهم نوآوری در داخل سازمان است [30]. دیجیتال معتقد است که ایده توانایی هدایت برای شکوفایی نوآوری را دارد و به سازمان در رقابت جهانی شتاب می بخشد [23]. توانایی تولید نوآوری با خلاقیت به دست می آید که به طور معمول از ترکیب ایده های موجود به خلق ایده های نو و مفید منجر می شود [21]. از طرفی خلاقیت در درون سازمان ها تابعی از خلاقیت افراد درون آن سازمان است [8]. بنابراین شکوفایی در یک مجموعه، حرکت به سمت دانایی محوری و استفاده همه جانبه از تفکر، خلاقیت ها و نوآوری های عناصر سازمان می باشد. البته باید توجه داشت که اغلب ایده های نوآورانه به محصولات یا خدمات جدید و موفق تبدیل نمی شوند. مطالعه ها نشان می دهد که حدود 3000 ایده خام لازم است تا یک محصول کاملاً جدید و از نظر تجاری موفق به وجود آید. بنابراین فرآیند نوآوری را اغلب به صورت یک قیف ترسیم می کنند [8]. کارکرد نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها در گردآوری حجم وسیعی از ایده ها مشابه این قیف عمل می کند. از آن جا که نوآوری با تولید ایده های جدید شروع می شود، تولید ایده برای نوسازی و موفقیت شرکت ها بسیار مهم است [24]. بنابراین بررسی انبوهی از ایده ها و ارزیابی آن ها برای تصمیم گیری توسعه ی محصول جدید ضروری است [27].



شکل شماره 2. قیف نوآوری [8].

3-3-2- مدیریت و اجرای نوآوری

نوآوری، بندرت به صورت خود به خودی در سازمان ها اتفاق می افتد. در اکثر موارد برای راه اندازی نوآوری در سازمان چندین عامل توانمند کننده وجود دارند که عبارتند از: فرآیندها، سیستم ها و ساختارها، فرهنگ، شایستگی ها و شبکه ها. تحقیقات مختلف نشان داده اند که سازمان ها یک رویکرد ساختاریافته را جهت اجرای بهتر نوآوری در سازمان پذیرفته اند. البته یک رویکرد رسمی برای اجرای نوآوری، بتنهایی موفقیت آن را تضمین نمی کند. در شکل شماره 3 یک مدل پنج مرحله ای برای مدیریت نوآوری نشان داده شده است.

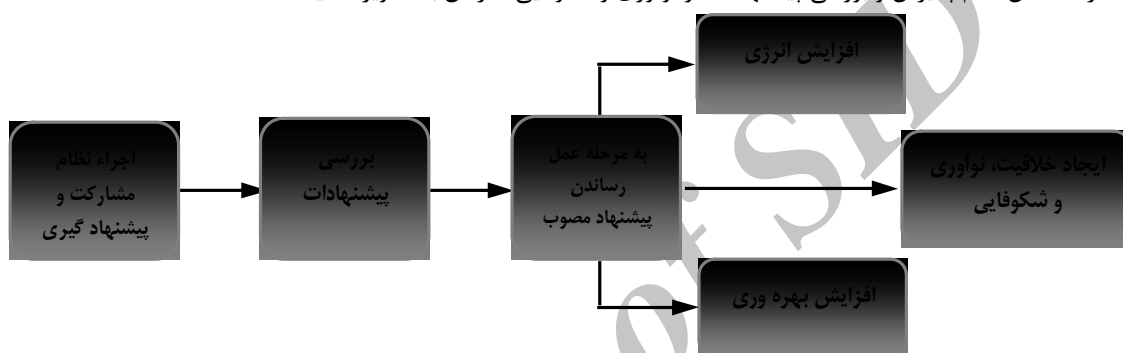


شکل شماره 3. مدل مدیریت نوآوری [9].

در تشریح مدل، باید گفت که خود فرآیند نوآوری از سه عنصر ایده و خلاقیت، پورتفولیو و انتخاب و به کارگیری و اجرا تشکیل شده که در محیطی شامل استراتژی نوآوری و افراد و سازمان ها عمل می کند؛ یعنی در مدیریت نوآوری باید با توجه به استراتژی نوآوری سازمان، ایده ها را از افراد دریافت کرده و آن ها را به نحوی مدیریت کنیم که افراد تمایل بیش تری به خلق ایده داشته باشند. در مرحله بعد، باید فرآیند انتخاب ایده را با توجه به منابع و استراتژی های شرکت مدیریت نموده و بهترین ایده ها را جهت معرفی و به کارگیری انتخاب کنیم. با اجرا و به کارگیری ایده ها ممکن است نوآوری در یکی از سطوح بازار، محصول، خدمت و فرآیند حاصل شود [9]. بسیاری از طرح های نوآوری در مرحله اول، به صورت نصیب دیوارها و یا جاگرفتن در گوشه کتابخانه متوقف می شوند، چرا که مشارکت کنندگان (ایده پردازان) قدرت کافی جهت پیگیری و اجرای آن چه پیشنهاد کرده اند را ندارند. وجود نظامی اثربخش که ایده ها را اخذ و تعدیل کرده و افراد را درگیر فرایندهای اجرایی ساخته و ارزیابی نماید، یک جزء اساسی و حیاتی در فرآیند نوآوری است، به همان گونه که وجود نظام اطلاعات حسابداری برای سلامت مالی یک کسب و کار حیاتی است.

2-3-4 جایگاه و نقش نظام پیشنهادها در نوآوری و شکوفایی سازمان

امروزه سازمان ها با یک محیط پویا و متغیر مواجهند و بدین جهت به نوآوری و انطباق مداوم نیازمندند. بنابراین به دست آوردن دانش مربوط به عوامل تسهیل در تغییر و نوآوری سازمانی بسیار مهم است. کارمندان می توانند با ارایه پیشنهاد، سازمان خود را جهت بهبود فرآیندها و خدمات و در نتیجه انطباق با تغییر یاری رسانند [15]. سام استرون در پژوهشی درباره شیوه های کاری افراد و خلاقیت مبتنی بر همکاری، به موضوع مشارکت به عنوان علت نوآوری می پردازد. پژوهش او به شیوه استفاده از منابع انسانی در مورد خلاقیت مبتنی بر همکاری در ژاپن تاکید می کند و نتیجه می گیرد که نوآوری از طریق استفاده از اندیشه های سرمایه های انسانی سازمان و تبادل آزاد اطلاعات بین آنها تجلی می یابد [20]. همانگونه که پیش از این مطرح گردید، تاکید اصلی مدیریت مشارکتی بر همکاری و مشارکت داوطلبانه کارکنان و مشتریان و پیمانکاران است و می خواهد از ایده ها، پیشنهادها، ابتکارات، خلاقیت ها و توان فنی و تخصصی آنها در حل مسایل و مشکلات سازمان، در جهت بهبود مستمر فعالیت های سازمانی استفاده کند [2]. نظام پیشنهادها یکی از راههای کلیدی برای به وجود آوردن مشارکت کارکنان در فعالیتهای بهبود بهره وری و رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان بوده و تکنیکی است که از طریق آن می توان به یافته های ذهنی و اندیشه سرمایه های انسانی در حل مسائل و ایجاد سوالات جدید و راه حل های بهینه در راستای فرهنگ تغییر و بهسازی مستمر دست یافت. لذا استقرار نظام پیشنهادها بستری مناسب در جهت تحقق این مهم می باشد و سازمانی که خواهان نوآوری و خلاقیت استبایستی دارای نظام بررسی و پذیرش پیشنهاد های فعال و پویا باشد. در شکل شماره 4 نقش نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها در نوآوری و شکوفایی سازمان به تصویر کشیده شده است.



شکل شماره 4. نقش نظام پیشنهادها در نوآوری و شکوفایی سازمان [3].

3- نتیجه گیری

همانگونه که قبلا اشاره شد هدف اصلی این مقاله بررسی تاثیر بکارگیری نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها بر رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان می باشد. طبق بررسی های بعمل آمده به این نتیجه رسیدیم که مشارکت دادن کارکنان در امور سازمان می تواند نتایج و پیامدهای همه جانبه ای را برای سازمان و کارکنان آن فراهم آورد. مشارکت به شکوفایی قوه خلاقیت و نوآوری کارکنان کمک می نماید و به تدریج جستجوی روش های نو و ابتکاری بین افراد تعمیم می یابد. به عبارت دیگر مسیر رشد و تعالی، شکوفایی و نوآوری در سازمان ها از طریق مشارکت نظام مند کارکنان و احساس تعلق قوی سازمانی مقدور می گردد.

یکی از عوامل مهم در رشد و توسعه، سازمان ها، اهمیت دادن به فکر و اندیشه نیروی انسانی و استفاده صحیح از آن است و یکی از بهترین راه های استفاده از سرمایه های فکری کارکنان سازمان، بکارگیری نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها است. لذا استقرار نظام پذیرش و بررسی پیشنهادها به عنوان نظامی اثربخش که ایدهها را اخذ و تعدیل کرده و افراد را درگیر فرایندهای اجرایی ساخته و ارزیابی نماید، یک جزء اساسی و حیاتی در فرایند نوآوری می باشد..

مراجع

- [è] الوانی، سید مهدی، "مدیریت عمومی". نشر نی، ویراست سوم، 1390.
- [é] امام قلی زاده، سعید، برقی، سیدرضا و حسن زارعی متین، "بررسی رابطه بین میزان مشارکت کارکنان در تصمیم های سازمانی و توانمندسازی آنان در شرکت مخابرات استان مازندران"، فرهنگ مدیریت، سال هفتم، شماره نوزدهم، بهار و تابستان 1388.
- [ê] جعفری، شهرام، "ضرورت مهندسی مجدد نظام پیشنهادها در سازمان های ایرانی"، پنجمین کنفرانس ملی نظام پیشنهادها، شهریور 1385.
- [ë] رضائیان، علی، "اصول مدیریت". تهران، انتشارات سمت، چاپ هفدهم، 1385.
- [i] رفیعی، عباس، شهبازی، صادق، "نظام پیشنهادها و نقش آن در رشد خلاقیت و نوآوری در سازمان ها"، اولین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، TRIZ و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران، 1387.
- [î] رمضانی، جلال، "مدیریت مشارکتی با تاکید بر نظام پیشنهادها"، تهران، انتشارات پیام مولف، 1384.
- [ï] سهرابی، ابوالفضل، "بررسی و شناخت چالش های استقرار و اجرای نظام پیشنهادها در سازمان های دولتی ایران(1)". فرهنگ مدیریت، سال چهاردهم، شماره سیزدهم، 1385.
- [í] شلینگ، م، "مدیریت استراتژیک نوآوری تکنولوژیک". ترجمه سید محمد اعرابی و محمد تقی زاده مطلق، دفتر پژوهش های فرهنگی، 1387.
- [ï] طالبی، کامبیز، "نوآوری تدریجی در مقابل نوآوری رادیکال"، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره سزدهم، تابستان 1385.
- [ëç] طبرسا، غلامرضا، سیامک، محبوب، اسمعیلی گیوی، محمدرضا و اسمعیلی گیوی، حمیدرضا، "بررسی تاثیر فرهنگ کارآفرینانه سازمانی بر خلاقیت و نوآوری در نهاد کتابخانه های عمومی کشور". تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه های عمومی (پیام کتابخانه). 16(1) (پیاپی 60). بهار 1389.
- [èè] طوسی، محمد علی، "مشارکت و مدیریت مشارکت جو". سازمان مدیریت دولتی. تهران. 1379.
- [èé] علیرضایی، ابوتراب، تولایی، روح الله، "راهکارهای تقویت نوآوری و شکوفایی در سازمان"، فصلنامه مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت، شماره 3، تابستان 1387.
- [èë] فتحی زاده، علیرضا، پاک نیت، اقبال و شهبها، محمدجواد، "بررسی میزان خلاقیت و نوآوری در سه اداره دولتی آموزش و پرورش، جهاد کشاورزی و بهداشت و درمان شهرستان سیرجان و ارائه یک مدل پیشنهادی جهت افزایش خلاقیت و نوآوری در سازمان ها". (پژوهشگر) فصلنامه مدیریت، سال هشتم، ویژه نامه، بهار 1390.
- [èè] کیانی بختیاری، ابوالفضل، موسوی موحدی، علی اکبر، "نوآوری چیست؟ مرور ادبیات، مصادیق و ارائه تعریف جامع"، رهیافت، شماره 42، بهار و تابستان 1387.
- [èì] مجیدی، موسی، اکبریگی، مریم، "بررسی امکان استقرار نظام پیشنهادها در کتابخانه های دانشگاه آزاد اسلامی منطقه 8". دانش شناسی (علوم کتابداری و اطلاع رسانی و فناوری اطلاعات). 4(15). 1390.
- [èí] محبی اسفلی، سراج الدین، "ارتباط بین مدیریت مشارکتی و ساختار سازمانی در شرکت سهامی لاستیک دنا"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، تهران، 180 صفحه، 1380.
- [èï] مقیمی، سید محمد، "نظام پیشنهادها در سازمان های دولتی از تئوری تا عمل"، تهران، انتشارات انجمن خدمات فرهنگی ایرانیان خارج از کشور، 1385.
- [èï] مقیمی، مریم، مهرام، بهروز، سعیدی رضوانی، محمود، آقا محمدیان شهرباف، حمیدرضا، "بررسی تاثیر ویژگی های شخصیتی و خصیصه ای کارکنان سازمان آموزش و پرورش خراسان رضوی بر میزان مشارکت آنها در نظام پیشنهادها". مطالعات تربیتی و روانشناسی. 9(1). 1387.
- [èï] نعیمی، رضا، "بررسی میزان به کارگیری و اجرای سبک مدیریت مشارکتی در بیمارستان های دولتی گنبد کاووس از دیدگاه مدیران و کارکنان"، تهران: مرکز مدیریت دولتی. 1382.
- [èç] وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، "مدیریت مشارکتی در تعاونی ها، تهران: انتشارات پایگان، 1384.

- [éç] Butnaru, Gina Lonela ., Balcan, Cristina. *Characteristics of Strategic Management in Innovation in the Field of Hotel Services in Romania*, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 2, No. 10. 2012.
- [éê] Deichmann, D. Ende, J. V. D. *Boomerang Effect Of Network Idea* ,Paper to be presented at the summer Conference 2009 on CBS - Copenhagen Business School SolbjergPlads 3 DK2000 FrederiksbergDENMARK, June 2009.
- [éè] Hannu, K. *Cross-Border Innovation Support Platform for SMEs: caseof south-east Finland and north-West Russia*, Lappeenranta University ofTechnology, Northern dimension research centre publication 46, 2007.
- [éì] Lowin, Aaron. *Participative Decision Making*, Organizational Behavior & Human Performance, February. 1988.
- [éí] Martins E.C. & Blanch F. *Building organizational culture that stimulates creativity and innovation*. Uropean Journal of innovation management. Vol. 6, No. 1.2003.
- [éí] Mikkonen, E. *How to Enhance Innovation Democracy by Means of Idea Management in an Expert Organization*, VTT, Business Solutions, 2007
- [éí] Nouri. Masoud ., Ahanchi. Mohammad. *Identifying the management barriers for establishing suggestions system: A case study of educational system*. Management Science Letters. Contents lists available at GrowingScience.2012. www.GrowingScience.com/msl.
- [éï] Porter, M.E. and Ketels, C.H.M. *UK Competitiveness: Moving to the next stage*, DTI Economics paper No.3, London, DTI.2003.
- [éç] Robbins, S.P. *Organization Behavior*, USA, Prentic-Hall, International Inc.1995.
- [éè] Sandstorm, C. Bjork, J. *Idea Management System for a ChangingInnovation Landscape*, Center for business Innovation working paperseries.no.9. Se-41296. Goteborg, Sweden.www.cbi.chalmers.se, 2008.
- [éè] SumitaRoa. K. *Relationship Between Socio-cultural Environment And Creativity Of Secondary School Pupils OfBangarpetTaluk*. Indian Streams Research Journal. Volume 2, Issue. 9. 2012.
- [éè] Toyohira. Kono. *Factors Affectivity of Organization*, in k. Urabe & Other, Innovation & Management, Berlin, alter de Gruyter. 1988.
- [éè] Wu, Su Ching. Po, Chan Yu. *An analysis on the creative management in innovative schools of Taiwan* .International Journal of Research Studies in Education. Volume 2 Number 1. 2012.
- [éì] Wynn, Richard &Gudits, Charles W. *Team Management: Leadership by Consensus*. Hio: Carles E. Merrill Company.1984.

Archive of SID

زیر نویس ها

è Suggestion System
Participative Management^é
è Innovation
ècreativity