

میزان تاثیر ابداع و خلاقیت در کارآمدی مدیران آموزشی دانشگاه

شهرزاد کاوسی

کرج، موسسه آموزش عالی فارابی
shahroozkavosi@yahoo.com

چکیده

از میان عوامل تولید، بی‌تردید نیروی انسانی به‌عنوان اساسی‌ترین عامل، نقش کلیدی در تولید کالا و خدمات دارد. نیروی انسانی کارآمد و خلاق را می‌توان مهم‌ترین سرمایه یک سازمان دانست. از این‌رو هر فرایندی که موجب ارتقای نیروی انسانی متناسب با نوع کار و فعالیت گردد فرایندی سرمایه‌افزا می‌باشد که نتیجه آن به‌طور مستقیم در کیفیت و کمیت کارایی در سازمان ظاهر می‌شود. خلاقیت و نوآوری به‌عنوان سبب و نماد تلاش و موفقیت در امور سازمان‌ها بوده و توانایی سازمان را در بهره‌گیری از فرصت‌ها، یاری می‌رساند. کشف راه‌هایی برای آموزش و یادگیری نوین در جهت بدست آوردن حداکثر بهره‌وری با توسعه مهارت‌های مدیران و خلاقیت آن‌ها امکان‌پذیر است. در این پژوهش باهدف میزان تأثیر ابداع و خلاقیت در کارآمدی مدیران آموزشی دانشگاه، پیشینه تحقیق در این حوزه بررسی شد و همچنین شاخص‌هایی که خلاقیت می‌تواند بر کارایی و عملکرد تأثیرگذار باشد به‌طور جامع مورد بررسی قرار گرفته و درنهایت به نتیجه‌گیری مؤثر بودن شاخص‌ها پرداخته شد.

کلمات کلیدی: خلاقیت، نوآوری، ابداع، کار آیی، عملکرد

مقدمه

تحولات و دگرگونی نظام‌های اجتماعی - اقتصادی عصر حاضر، ریشه در پیشرفت و تغییرات موجود در علم و فناوری داشته و سازمان‌ها را با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی روبرو کرده است. از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای سازمان‌ها به راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات نیازمند است. نوآوری و خلق محصولات، خدمات، فرآیندها و روش‌های جدید عاملی مؤثر در این زمینه است. امروزه بسیاری از سازمان‌ها به لزوم خلاقیت در سازمان پی برده‌اند (میرسپاسی، ۱۳۸۶). در واقع عدم توجه به تغییر و نوآوری در سازمان‌های آموزشی تبعاتی را به دنبال دارد از جمله ایجاد حس بی‌اعتمادی نسبت به شیوه‌های مدیریت سنتی، خروج بهترین نیروهای کاری از سازمان و کاهش عملکرد و کارایی افراد در سازمان. این مهم در سازمان‌هایی که رویکرد آموزشی دارند بیشتر قابل توجه و تأمل است. چراکه یک سازمان آموزشی منبع و منشأ آموزش نوآوری است؛ بنابراین اگر یک منبع آموزش خود دچار رکود و رفتار سنتی باشد، انتظاری جز جریان این رکود به بقیه بخش‌ها ایجاد نخواهد شد (بهمن آبادی، ۱۳۸۲).

به همین جهت هدف محقق آن است که با بررسی مروری بر تأثیر ابداع و خلاقیت در ابعاد کارآمدی و عملکرد مدیران آموزشی این مبحث را بیش از پیش مورد توجه قرار داده تا با برنامه‌ریزی‌ها بهتر و عمیق‌تر شاهد توسعه بخش آموزشی کشور باشیم.

پیشینه تحقیق

امروزه با شکل‌گیری محیط‌های پیچیده رقابتی، تنها سازمان‌هایی می‌توانند به فعالیت خود ادامه دهند که عملکردشان را در قالب قابلیت‌های مهم سازمانی همچون نوآوری تقویت نمایند. در محیط متغیر امروز، به خصوص برای سازمان‌های دانش‌محور، نوآوری به‌عنوان چالشی اساسی برای دستیابی به عملکرد برتر و حفظ مزیت رقابتی از اهمیت بسزایی برخوردار است. نوآوری فعالیت پیچیده‌ایست که دانش جدید را برای اهداف تجاری به کار می‌گیرد. بخشی از این دانش از منابع خارجی به دست می‌آید از این رو توانایی برای بهره‌برداری از دانش خارجی یک عامل حیاتی برای قابلیت‌های نوآورانه می‌باشد. مهم‌ترین محرک نوآوری در سازمان، یادگیری است که دانش جدید را به‌منظور خلق ایده و اندیشه‌های بدیع فراهم می‌کند. این کارکنان سازمان هستند که فرایند انتقال دانش و یادگیری در سازمان را بر عهده‌دارند. کارکنان نه تنها از موفقیت‌ها بلکه از خطاها و شکست‌های خود نیز یاد می‌گیرند. این یادگیری مستمر، ضمن فراهم کردن منبع دانش پایدار، با نهادینه کردن فرهنگ یادگیری در سازمان، آن را به سازمان یادگیرنده که همواره به یادگیری پایدار و مستمر توجه دارد، تبدیل می‌کند. توانایی سازمان برای یادگیری و بهره‌گیری از دانش خارجی به‌عنوان ظرفیت جذب دانش سازمانی مطرح شده است. ظرفیت جذب دانش، یا همان ظرفیت یادگیری سازمانی، به کارکنان توانمند و دارای انگیزه در سازمان وابسته می‌باشد که انتقال دانش در آن را تسهیل کرده و فرایندهای یادگیری در سازمان را ارتقا بخشند (صفر دوست، ۱۳۹۱).

فتحی، ۱۳۹۲، بررسی تأثیر خلاقیت مدیران بر عملکرد آنان را مورد بررسی قرار داده و پژوهشی به‌منظور بررسی تأثیر خلاقیت مدیران بر عملکرد آن‌ها در مدارس شهر رودهن سال تحصیلی ۹۲-۹۱ انجام گرفته و فرض اصلی این پژوهش آن است که بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. روش تحقیق توصیفی از نوع پس رویدادی می‌باشد. جامعه

آماری تحقیق شامل کلیه مدیران و معلمان شهر رودهن است. برای جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز از دو پرسشنامه بسته پاسخ (سنجش خلاقیت تورنس) که توسط مدیران مدارس و پرسشنامه عملکرد (محقق ساخته) که توسط معلمان مدارس پاسخ داده شد، استفاده گردیده است. نتایج زیر در سطح حداقل ۹۵٪ اطمینان به دست آمد: از دیدگاه معلمان ۱- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آنان رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۲- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در برنامه‌ریزی رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۳- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در سازمان‌دهی رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۴- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در رهبری و هدایت رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۵- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در نظارت و کنترل رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۶- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در تصمیم‌گیری رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۷- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در ایجاد انگیزش رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۸- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در تغییر و نوآوری رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد. ۹- بین خلاقیت مدیران و عملکرد آن‌ها در ارزشیابی رابطه معنی‌دار مثبتی وجود دارد (فتحی، ۱۳۹۲).

دستیابی به عملکرد برتر و بهینه در محیط رقابتی امروز از مهم‌ترین عوامل حفظ و بقای سازمان‌ها می‌باشد. یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سنجش موفقیت هر سازمانی، در سنجش عملکرد آن نهفته است. نوآوری به‌عنوان چالشی اساسی به‌منظور دستیابی به عملکرد برتر و حفظ مزیت رقابتی، در محیط متغیر امروزه به‌خصوص برای سازمان‌های دانش‌محور، از موضوعیت خاصی برخوردار است. نوآوری فعالیت پیچیده‌ای است که دانش جدید را در جهت تحقق اهداف تجاری به کار می‌گیرد. مهم‌ترین محرک نوآوری در سازمان، یادگیری می‌باشد که این دانش جدید را به‌منظور خلق ایده و اندیشه‌های بدیع فراهم می‌کند. از رویکردهای مهم در فرایند یادگیری سازمانی توجه به آن در قالب ظرفیت جذب سازمان است که موجب می‌شود دانش اکتسابی سازمان به‌طور پیوسته تکمیل و موردبازنگری قرار گیرد و دانش پایداری برای سازمان خلق شود. خطا و شکست‌های سازمانی نزدیک به دو دهه است که به‌عنوان منبعی مؤثر در ارتقا یادگیری سازمانی موردتوجه واقع شده است. توانایی یادگیری از خطا و شکست‌های سازمانی به‌عنوان منبعی مهم در یادگیری سازمانی جزء ضروری برای نوآوری سازمانی و انطباق و موفقیت در محیط‌های متلاطم و پیچیده معرفی شده‌اند بدین منظور، نیازمند استقرار فرهنگی در سازمان هستیم که نه‌تنها خطا و شکست‌های سازمانی را نادیده نمی‌گیرد بلکه به نتایج مثبت آن‌ها چون یادگیری و نوآوری که موجب بهبود بلندمدت عملکرد سازمانی می‌شود، توجه می‌کند. چنین فرهنگی با عنوان فرهنگ مدیریت خطا در سازمان معرفی شده است. این تحقیق در پی بررسی رابطه‌ی فرهنگ مدیریت خطا با یادگیری، نوآوری و عملکرد سازمانی است تحقیق انجام‌شده، درنهایت به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که یادگیری و نوآوری سازمانی در رابطه‌ی بین فرهنگ مدیریت خطا و عملکرد سازمانی چه نقشی دارد (عبداللهیان، ۱۳۹۱). برنولاک^۱، ۱۹۹۷، رابطه مثبت بین نوآوری و عملکرد سازمانی را تأیید کرد. هانوایش^۲، ۲۰۰۶، نشان داد که پرهیز از نوآوری در سازمان اثر منفی بر کارایی افراد دارد. کانگ و همکاران^۳، ۲۰۰۷، آموزش، خلاقیت و بهبود عملکرد افراد در سازمان را سه رکن اصلی توسعه سازمان معرفی نموده است.

¹ Bernolak

² Hanvaisch

³ Kang

مرور ادبیات

نوآوری و خلاقیت

افراد ممکن است با نوآوری برخورد متفاوت داشته باشند. انواع این برخوردها را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:
اول نوآوران، که اغلب برخوردی افراطی با نوآوری دارند. دوم پذیرندگان پیشرو (زودهنگام) که اغلب افرادی نوگرا و ایده پردازند. سوم اکثریت پیشرو (زودهنگام) که با تعمق بیشتر به مسئله نگاه می‌کنند و تصمیم‌گیری‌شان برای به‌کارگیری نوآوری نیازمند زمان بیشتری است. چهارم اکثریت پسرو (دیرهنگام) این گروه، رویکردشان به نوآوری با احتیاط فراوان همراه است و اغلب در فشارهای اقتصادی یا اجتماعی، نوآوری را می‌پذیرند. پنجم عقب‌مانده‌ها هستند که این گروه‌ها، اغلب به خاطر انزوا و دیدگاه‌های محافظه‌کارانه خود نگاهی بسیار بدبینانه نسبت به نوآوری دارند. اگرچه واژه خلاقیت با نوآوری به‌طور مترادف استفاده می‌شود اما غالب محققان معتقدند که دو اصطلاح نوآوری و خلاقیت باید به‌طور جدا مد نظر قرار گیرند، چراکه دارای معانی و تعاریف جداگانه‌ای هستند. خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود دارد، درحالی‌که نوآوری دلالت بر آوردن چیزی جدید به مرحله استفاده دارد.

حل خلاقانه مسئله (TRIZ)

زمانی که آلتشولر تحقیقاتش را در زمینه اختراع در دنیا کامل نمود چهار روش کلیدی اختراع را مشخص نمود که عبارت‌اند از:

- پنج سطح اختراع وجود دارد.
- هدف مخترع (معمای مخترع) حداقل شامل یک تناقض (خلاف‌گویی) است؛ مانند تنبلی همراه با تلاش
- الگوهای استاندارد تکامل تدریجی وجود دارد.
- اصول مشابهی در طراحی مخترعان زیادی وجود دارد که می‌توان از آنها استفاده نمود (نصراللهی و همکاران، ۱۳۸۸).

نوآوری انواع گوناگون دارد. نوآوری می‌تواند یک فرایند، محصول، خدمات، یا هر چیزی دیگری باشد و شرکت‌ها را به انجام کار بهتر کمک می‌کند. نوآوری نیاز به یک طرز فکر جدید دارد تا به ایده‌های جدید منجر به ثمر رسد. نوآوری به‌تنهایی خلاقیت نیست. نوآوری بیشتر از خلاقیت است که آن با یک ایده آغاز می‌شود و برای تولید مقدار جدید پیاده‌سازی می‌شود. نوآوری از بهبود بالاتر است. بهبود، پالایش روش‌های موجود است از همان ورودی با خروجی بیشتر، درحالی‌که نوآوری، دادن خروجی‌های جدید از ورودی‌های کمتر و یا متفاوت است. نوآوری به مقادیر کوانتومی می‌پردازد. تأثیر نتایج نوآوری در کوانتوم جهش، در خلق ارزش است که شامل نتایج موثر می‌باشد. سازمان همچنین می‌تواند منابع و ضرایبی از نوآوری‌ها باشد. در یک مفهوم بزرگ، نوآوری پذیرای معرفی چیزهای شناخته‌شده به بازارهای جدید و یا صنایع مختلف است. حمایت و افزایش رقابت هر دو مالکیت فکری و سیاست‌های رقابتی برای حفظ رقابت در جامعه بازار محور نقش حیاتی دارند چراکه هر یک به روش خود باعث تشویق نوآوری و افزایش رفاه مصرف‌کننده در حمایت از حقوق مخترعان و نوآوران و سازندگان به دستیابی سود حاصل از ایده‌ها و اختراعاتشان اجازه می‌دهد (Torun-Cumhur Çiçekçi, 2007).

نوآوری سازمانی

سازمان‌هایی که دائماً نوآور هستند و فرایندها یا محصولات جدید را حمایت می‌کنند در واقع مزیت رقابتی خود را افزایش می‌دهند. نوآوری یکی از موضوعات گسترده منابع انسانی است که محققان بر روی جنبه انسانی آن تأکید بیشتری دارند به این دلیل یکی از دارایی‌های اصلی سازمان‌های نوآور است و افراد را به‌عنوان یک عامل از سیستم تولید و با این دیدگاه افراد، منابع سازمانی هستند که غیرقابل تقلید، باارزش، کمیاب و غیرقابل تعویض هستند که توانایی تقلید رقبا را برای ایجاد فناوری، مشکل می‌سازد و باعث افزایش مزیت رقابتی سازمان می‌شوند در نتیجه مدیریت منابع انسانی باید به‌عنوان یک مرکز و بخش استراتژیک در مدیریت و تعیین نوآوری عمل کند (Zschockelt, 2009). سازمان‌های موفق، سازمان‌هایی هستند که خلاقیت و نوآوری، نوک پیکان حرکت آنان را تشکیل می‌دهد. سازمان‌های امروزی برای ادامه حیات، بایستی پویا بوده و مدیران و کارکنان آن‌ها، افرادی خلاق و نوآور باشند تا بتوانند سازمان را با این تحولات منطبق ساخته و جوابگوی نیازهای جامعه باشند. سازمانی که نوآوری نداشته باشد، نمی‌تواند بقا یابد و در طول زمان از صحنه محو می‌شود. از این رو سازمان‌ها پیوسته در جستجوی راه‌هایی هستند تا خلاقیت و نوآوری را (هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی) تقویت نموده و موانع آن را در سازمان برطرف نمایند (الوانی، ۱۳۸۸).

تعریف نوآوری سازمانی

نوآوری سازمان عبارت است از پذیرفتن یک عقیده یا رفتاری که برای صنعت، بازار یا محیط عمومی سازمان تازگی دارد. نوآوری یک ماجرای چندوجهی است. پژوهشگران دریافتند که اکثر تحقیقات در زمینه نوآوری، بر نوآوری محصول در شرکت‌های تولیدی تأکید دارند. از دیدگاه سازمانی، موفقیت واقعی نوآوری در بازار اتفاق می‌افتد. ایجاد معیارهای بازاریابی نوآورانه برای کمک به شرکت‌ها در انتقال عقاید و محصولات خوب به سمت فروش و درآمد و عایدی مناسب، لازم و ضروری است. تغییر قوانین و مقررات مربوط به نوآوری استراتژیک، عامل کلیدی موفقیت بسیاری از مدیران بازار بوده است. به علاوه، شرکت‌ها باید تلاش کنند تا فرهنگ مناسب، ساختار، محرک‌ها، سیستم‌ها و فرایندهای مناسبی را که منجر به تسهیل نوآوری می‌شوند پدیدآورند (مختاری و همکاران، ۱۳۹۱). برای ارتقاء از طریق خلاقیت بر عملکرد و بهبود رفتارهای کارکنان، به نحوی که به موفقیت سازمان منجر شود باید عوامل خلاقیت مؤثر بر عملکرد و رفتار را بشناسیم و آن‌ها را مدیریت کنیم. در این گفتار از مهم‌ترین عوامل خلاقیت اثرگذار بر عملکرد کارکنان سازمان‌ها به‌اجمال معرفی می‌شوند:

وضوح (درک یا تصور نقش)

مغز به حفاظت از انرژی تمایل دارد به طوری که می‌تواند در زمانی که تهدید یا پاداش‌های آینده مورد نیاز پاسخ دهد. این جایی است که اطمینان حاصل می‌شود در زمانی خاص، مغز می‌تواند الگوها را حس و مراحل بعدی را بر اساس آن الگوها پیش‌بینی کند یک طیف برای اطمینان و عدم اطمینان وجود دارد و مغز بر این اساس واکنش نشان می‌دهند. زمانی که عدم اطمینان بالا است با این حال مغز می‌تواند هر الگویی را در مورد چگونگی حل عدم قطعیت تشخیص دهد و ممکن است افراد نگران شده و در محل کار، این می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های ضعیف منجر شود. (Batista, 2010).

استعداد

استعداد یک آمادگی زمینه‌ای در افراد برای موفقیت در بعضی نقش‌ها و شغل‌هاست، استعداد را در سنین بزرگ‌سالی فقط می‌توان کشف کرد، پرورش داد، به فعالیت درآورد و در مسیر مناسب بکار انداخت. یکی از نشانه‌های استعداد، موفقیت است. افرادی که در یک زمینه مشخص هنری، فنی، ورزشی یا مدیریتی موفقیت کسب می‌کنند، به‌ویژه وقتی این موفقیت تداوم داشته باشد و تکرار شود به احتمال زیاد در آن زمینه مستعد هستند. یکی از وظایف حساس و تعیین‌کننده مدیران در مسیر ارتقاء عملکرد کارکنان این است که استعدادهای آنان را در جستجو و کشف کنند و وظایف و نقش‌ها و شغل‌ها را به نحوی به کارکنان تخصیص دهند حداکثر تناسب ممکن بین آن‌ها تأمین شود. استعداد را به کوه یخ تشبیه می‌کنند که فقط یک پنجم آن روی سطح آب است و در نگاه اول دیده می‌شود و برای دیدن (کشف) بقیه آن باید جستجوی اکتشافی بیشتری داشت. مشکل وقتی تشدید می‌شود که برخی از کارکنان ما، حتی خودشان هم از استعدادهایشان آگاه نیستند (شریف‌زاده، ۱۳۸۸).

دانش و مهارت

آموزش و توسعه دانش و مهارت‌های کارکنان از مهم‌ترین توانا سازهای سازمان‌هاست. در همه مدل‌های جامع تعالی سازمانی، سهم زیادی برای آموزش کارکنان به‌عنوان یک توانا ساز مهم که بر عملکرد کارکنان و از طریق آن‌ها بر عملکرد و تعالی سازمان‌ها مؤثر است در نظر گرفته شده است. سازمان‌ها نمی‌توانند همه دانش و مهارت موردنیاز خود را در زمان استخدام از بازار کار تأمین نمایند، همچنین شرایط محیطی، تحولات فناورانه و توقعات روزافزون مشتریان فشار برای آموزش کارکنان را تشدید می‌کند. به همین دلیل است که سازمان‌های موفق جهان سالیانه میلیاردها دلار برای توسعه دانش و مهارت کارکنان خود سرمایه‌گذاری می‌کنند. ارتباط بین آموزش و عملکرد کارکنان یک ارتباط دوسویه است از یک‌سو به کارکنان آموزش می‌دهیم تا عملکردهای موفق‌تری داشته باشند و از سوی دیگر عملکرد آن‌ها را ارزیابی می‌کنیم تا نیازهای آموزشی آن‌ها را شناسایی کنیم (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۱). لارنس و نوریا هشدار می‌دهند که در یک محیط سازمانی، این می‌تواند تنها در یک فضای همکاری رخ می‌دهد که در آن کنجکاو برای یادگیری و پاداش و تقویت وجود دارد و با این شرط که دانش باید آزادانه به اشتراک گذاشته شود (Maber, 2014).

فرصت

همه ما برای نمایش دادن استعدادها و توانایی‌هایمان و برای استفاده مؤثر از دانش و مهارت نیاز به فرصت و مجال داریم. این فرصت هم‌جنس زمان است، به این معنی که کارکنان نیاز به وقت کافی دارند تا عملکردهای موردنظر را بروز دهند و هم از جنس اختیار است به این معنی که باید به کارکنان اعتماد کرد و به آن‌ها اختیارات لازم متناسب با مسئولیت‌ها و صلاحیت‌هایشان تفویض کرد (Bernardin, 2003). استعداد و دانش و مهارت کارکنان فقط ظرفیت‌های آن‌ها را برای دستیابی به سطوح بالاتری از عملکرد افزایش می‌دهد، اما استفاده عملی و مؤثر از این ظرفیت نیاز به عوامل دیگری دارد که اختیار و فرصت از مهم‌ترین آن‌هاست دادن فرصت و اختیار موجب می‌شود تا کارکنان فضای وسیع‌تری برای تلاش، خلاقیت و ابتکار داشته باشند، در قبال وظایف خود احساس مسئولیت بیشتری کنند و باانگیزه و انرژی بیشتری تلاش کنند (Byars and Rue, 2008).

انگیزه

انگیزش افراد در مورد تکمیل تکالیفی بیشتر است که دارای پاداش‌های درونی یا بیرونی هستند. در صورتی که زیردست دارای اشکال مختلف انگیزش باشد، اولین قدم بررسی استفاده از پاداش و تنبیه است. استخدام کارکنان برای انهایی که آموزش دیده‌اند بهتر و مناسب‌تر است کسانی که آموزش بهتری دیده انداز انجام کار لذت می‌برند زیردستان نیز به خوبی، زمانی که مسئولیت برخی از اختیارات به آن‌ها اعطا می‌شود، انگیزه دارند و تمامی امکانات برای شکوفایی استعداد آن‌ها فراهم می‌شود. تفاوت آشکار میان انگیزه کارکنان و کسانی که انگیزه ندارند وجود دارد. این به این معنی است که کارکنانی که با انگیزه هستند یک حس تعلق به سازمان دارند و باعث به رسمیت شناختن و موفقیت سازمان می‌شوند. از آنجاکه کارکنان انگیزه بالایی دارند، آن‌ها کار خود را با تمام احساس و مسئولیت، فروتنی و بهره‌وری انجام می‌دهند. کارکنان باید به سمینارها و کارگاه‌های آموزشی در معرض آن‌ها به عنوان نقش مهمی در بررسی بازی‌های گذشته با انتقادات و ارائه راه‌حل در حل مشکلات فعلی و مسائلی در جهت منافع کارکنان، خود و سازمان بپردازند (Osabiya, 2015). علوم اعصاب بینش جدید در چگونه انگیزه در مغز پردازش کرده است. لارنس و نوریا از مدل رفتار انسان و راک مدل روسری ترکیب تئوری انگیزه و علوم اعصاب، نقشه راه برای منابع انسانی و مدیریت استعداد حرفه‌ای پیشنهاد داده‌اند که می‌تواند به شکل فرهنگ و محیط سازمانی برای ایجاد انگیزه کارکنان کمک کند. کارکنان با انگیزه می‌توانند یک کسب‌وکار را متحول کنند (Schaufenbuel, 2015).

اعتماد و قابلیت اعتماد

اگرچه امروزه دانشمندان اتفاق نظر کاملی در مورد مفهوم اعتماد ندارند، عمده تعاریفی که از اعتماد وجود دارد را می‌توان این‌گونه بیان نمود: طبق تعریف واژه‌نامه انگلیسی آکسفورد (۱۹۷۱) اعتماد یعنی اطمینان یا اتکا به برخی مشخصه‌ها یا صفات یک شخص یا یک چیز، یا درستی یک بیانیه. اعتماد یکی از روش‌های کاهش پیچیدگی اجتماعی بوده و جایگزین قوانین و مقررات است (Carell Micheal and et al, 1992). از سویی دیگر اعتماد یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه است. یکی از اصول اولیه زندگی اجتماعی، داشتن اعتماد به یکدیگر است و اگر افراد در جامعه، نسبت به یکدیگر اعتماد و اطمینان نداشته باشند، تداوم زندگی در چنین جامعه‌ای دشوار خواهد بود. چرخ‌های زندگی بر محور اعتماد به یکدیگر در حال حرکت است و اهمیت اعتماد در روابط و پیوندهای اجتماعی به گونه‌ای است که می‌تواند اعتماد را عنصر اساسی زندگی اجتماعی تلقی نمود که زمینه همکاری و تعامل را در ابعاد مختلف جامعه گسترش می‌دهد. در این صورت افراد بدون نیاز به کنترل رسمی و بر پایه اعتماد متقابل به یکدیگر، بر روابط خود نظارت می‌کنند و امور خود را اداره می‌نمایند و تنها در چنین صورتی افراد احساس امنیت در جامعه کرده و نظم و ثبات در جامعه حاکم می‌گردد.

نگرش

نگرش عبارت است از یک حالت عاطفی مثبت یا منفی نسبت به یک موضوع. نگرش یک بعد روان‌شناختی در حوزه مدیریت است. نگرش در روانشناسی اجتماعی، حالتی از آمادگی روانی است که بر اساس تجربه تأثیر مستقیم در رفتار خود در برابر یک شیء یا در یک موقعیت معینی می‌گذارد به این تعریف، توضیحات دیگری نیز باید اضافه کرد. ۱ - نگرش می‌تواند خصوصی یا عمومی باشد ۲ - می‌تواند فردی یا اجتماعی باشد ۳ - نگرش سرشار از عواطف است. ۴ - چارچوبی مرجعی، برای

ادراک است ۵ - بنابراین نگرش تأثیری مستقیم در رفتار دارد ۶ - نگرش یک‌چیز ذاتی نیست ۷ - نگرش به تدریج شکل می‌گیرد و نسبتاً پایدار است. با وجود اهمیت سازه نگرش، روانشناسی اجتماعی، مباحثه‌های مکرر را در رابطه با تعریف مناسب آن تجربه کرده است. اگرچه این مباحثه‌ها در دهه‌های پایانی قرن بیستم رو به کاهش نهاده است (Eagly and Chaiken, 2007). از جمله تعاریف که شاید جامع‌تر از بقیه باشد، تعریف کمبرت و همکاران، ۱۹۶۴ به نقل از آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۵، است: نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها و موضوع‌های اجتماعی یا قدری وسیع‌تر، هرگونه حادثه‌ای در محیط فرد. طبق نظر فریدمن و همکارانش، ۱۹۷۰، نگرش نظامی بادوام است که شامل یک عنصر شناختی، یک عنصر احساسی و یک تمایل به عمل است. مؤلفه عاطفی شامل هیجانات و عاطفه فرد نسبت به موضوع، خصوصاً ارزیابی‌های مثبت و منفی است. مؤلفه رفتاری چگونگی تمایل به عمل فرد در راستای موضوع را شامل می‌گردد. مؤلفه شناختی شامل افکاری است که فرد در مورد آن موضوع نگرش خاص دارد شامل: حقایق، دانش و عقاید. دیگر از دلایل اهمیت نگرش این است که بر افکار اجتماعی مؤثر است، نحوه تفکر و پردازش اطلاعات را تحت تأثیر قرار می‌دهد، به‌عنوان طرح ذهنی عمل می‌کند و به‌عبارت‌دیگر چارچوب‌های شناختی اطلاعات را در مورد مفاهیم، موقعیت‌ها و حوادث، سازمان‌دهی و نگهداری می‌کند و سرانجام، بر فرایند رفتار اثر می‌گذارد (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۵).

کیفیت کار

کیفیت عبارت است از هرگونه صنعت یا صنایع خاص یا عمل خاص یک فرآورده یا خدمت که بتوان با ارزیابی آن معلوم کرد که آیا آن فرآورده یا آن خدمت با شرایط مشخص منطبق است یا نه (ترکان و کجیاف، ۱۳۸۷). در دنیای کنونی موضوع کیفیت کار، مدیریت سازمان‌ها را با چالش‌هایی مواجه ساخته و پذیرش آن در بخش خدمات به‌طور فزاینده‌ای افزایش یافته است. کیفیت کار و خدمات عامل مهمی برای رشد، موفقیت و ماندگاری سازمان است و به‌عنوان موضوعی راهبردی، مؤثر و فراگیر در دستور کار مدیریت قرار گرفته است. همچنین، رقابت شدید موجب شده است تا کیفیت خدمات عامل کلیدی برای موفقیت و بقای سازمان باشد.

ابتکار عمل

امروزه با پیچیدگی رقابت، نوآوری و ابتکار عمل به‌عنوان یکی از مزیت‌های اصلی برای حیات شرکت‌ها محسوب می‌شود. همه سازمان‌ها برای بقا نیازمند ایده‌های نو و بدیع هستند. ایده‌های نو و بدیع در محیط کار همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شود. خلاقیت و ابتکار عمل به معنای توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصربه‌فرد با ایجاد پیوستگی بین ایده‌هاست. ابتکار عمل بر خلق چیز نو دلالت دارد. خلاقیت یک فرآیند انسانی است که به نتیجه نو و مفید می‌انجامد. ابتکار عمل به‌کارگیری ایده‌های نوین ناشی از خلاقیت است که می‌تواند یک محصول جدید، خدمت جدید یا راه‌حل جدید انجام کارها باشد. ابتکار عمل فرآیند ادراک یا ایجاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات بهبود یافته و یا جدید، برای افرادی است که خواهان آن هستند (سلطانی تیرانی، ۱۳۸۰). هر سازمان با آنچه باید انجام شود برای رسیدن به سطح بالایی از عملکرد پایدار از طریق نیروی کار خود نگران است. این به این معنی است که چگونه افراد می‌توانند بهترین انگیزه از طریق ابزارهایی مانند مشوق‌ها، پاداش، رهبری و غیره در سازمان در انجام کار داشته باشند (Armstrong, 2006). به‌طور کلی می‌توان از آن به‌عنوان مسیر و تداوم عمل نام برد این‌گونه چرا افراد در عمل در یک دوره خاص دیگران را انتخاب می‌کنند

در ارتباط است و به همین دلیل آن‌ها با عمل انتخاب می‌شوند، اغلب این بیش از یک دوره طولانی و در برابر سختی‌ها و مشکلات ادامه می‌یابد (Mullins, 2005).

یادگیری

ازنقطه‌نظر فردی، یادگیری، دسترسی به اطلاعات، درک آن و کسب مهارت‌هاست. ازنقطه‌نظر سازمانی، یادگیری، بر به دست آوردن سنت‌ها، دیدگاه‌ها، استراتژی‌ها و انتقال دادن دانش متمرکز است که البته در هر دو دیدگاه، یادگیری با ابداع، تشخیص، خلاقیت، کشف و تولید دانش جدید همراه است. یادگیری سازمانی تعاریف گوناگونی دارد. فایول و لایلز از یادگیری سازمانی به‌عنوان «کشف و اصلاح خطا» یاد می‌کنند. یادگیری سازمانی، فعالیت بلندمدتی است که شرایط را به شرایط سودمند رقابتی تبدیل می‌سازد (Eagly and Chaiken, 2007). ارائه روش و ترویج یادگیری مادام‌العمر و آموزش مناسب و توسعه آموزش از عوامل مهم برای توانایی کار هستند. به‌منزله تغییرات مداوم و تبدیل به یک مشخصه اصلی زندگی کاری، ارتباط در حال افزایش است. در این ارتباط، یادگیری مادام‌العمر نقش حیاتی دارد (Dehmel, 2005). یادگیری مادام‌العمر برای افراد در تمام گروه‌های سنی حیاتی است، اما مشارکت افراد مسن به‌ویژه در آموزش مادام‌العمر باید افزایش یابد مشارکت پایین‌تر قابل توجهی از نسل جوان به این موضوع پرداخته‌اند. آموزش مستمر حرف‌ها و یادگیری در محل کار مهم است بخشی از یادگیری مادام‌العمر را باید تشویق کرد (Cedefop, 2011). آموزش نزدیک به نیازها و ترجیحات فردی افراد مسن در این زمینه بسیار مهم است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سبک‌های یادگیری و تنظیمات بین نسل متفاوت و انواع خاصی از یادگیری تمایل به بیشتر برای افراد مسن است. روش متناسب می‌تواند انگیزه افراد را افزایش می‌دهد و نتایج فعالیت‌های یادگیری و در نتیجه تحریک بیشتر مشارکت در یادگیری است (Sonntag and Dessinger and Moseley, 2007). به‌عنوان مثال، این به‌ویژه برای افراد مسن قدرتمند، به‌عنوان عملکرد حرفه‌ای مرتبط و تجربه و یادگیری در نظر گرفته می‌شود (Bohlinger and van Loo, 2010).

نتیجه‌گیری

با شتاب روزافزون تحولات و دگرگونی‌ها در دنیای کنونی، فرآیند تغییر و تحول مستمر از عمده‌ترین جریان‌های حاکم بر حیات بشری است. از این‌رو شرکت‌ها و سازمان‌هایی که خواهان ایجاد و یا حفظ مزیت رقابتی هستند، مجبور به خلاقیت و نوآوری می‌باشند. در چنین دوره‌ای، نوآوری تکیه‌گاه اصلی سازمان‌ها شده است. با پیچیدگی رقابت، نوآوری به‌عنوان یکی از مزیت‌های اصلی برای حیات سازمان‌ها محسوب می‌شود. همه سازمان‌ها برای بقا نیازمند ایده‌های نو و بدیع هستند. ایده‌های نو همچون روحی در کالبد سازمان دمیده می‌شود و آن را از نیستی و فنا نجات می‌دهد معمولاً پایین بودن عملکرد کارکنان یکی از مشکلات سازمان‌ها بوده و شواهد تجربی نشان می‌دهد عملکرد کارکنان در بیشتر سازمان‌های ما به نحو مطلوب نیست؛ بنابراین یکی از مشکلات گریبان‌گیر مدیران همین ضعف عملکرد کارکنان است از سوی دیگر راهکارهایی برای برطرف نمودن عملکرد ضعیف در سازمان بدیهی به نظر می‌آید که از جمله آن‌ها می‌توان به نوآوری اشاره نمود. نوآوری و خلاقیت فرایندی است که به‌وسیله شرکت‌های دارای دانش و بینش جدید در نتیجه تجربیات مشترک افراد در سازمان و به‌صورت بالقوه برای تأثیر گذاشتن بر رفتار و بهبود قابلیت‌های شرکت توسعه داده شده است. در حوزه آموزش شاخص‌های

عملکردی موجود متفاوت با سایر سازمان‌های تولیدی و یا صنعتی است. در این پژوهش به اهم آن‌ها اشاره شد و دلیل هریک از آن‌ها ذکر گردید.

منابع

- آذربایجانی، م. سالاری فر، م. ربیعی، ا. کامیابی، م. موسوی اصل، س. م. (۱۳۸۵). روانشناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، تهران: انتشارات سمت.
- آرمسترانگ، م. (۱۳۸۶). مدیریت عملکرد؛ راهبردهای اساسی و رهنمودهای عملی ترجمه ناصر میرسپاسی و اسماعیل کاووسی، تهران: انتشارات ترمه.
- بهمن آبادی، م. (۱۳۸۲). مدیریت عملکرد با نگرش فرایندی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی شریف، دانشکده اقتصاد و مدیریت، تهران.
- ترکان، ه. کجیاب، و. (۱۳۸۷). نگرش چیست؟ فصلنامه توسعه علوم و فن آوری، سال اول، (۱).
- سلطانی تیرانی، ف. (۱۳۸۰). تبیین الگوی مناسب نهادی کردن بهبود و نوآوری در سازمان و مدیریت رویکرد پژوهشی، چاپ دوم، انتشارات ترمه.
- شریف‌زاده، ف. محمدی مقدم، ی. (۱۳۸۸). عوامل سازمانی مؤثر بر عملکرد کارکنان مبارزه با قاچاق کالای فرماندهی انتظامی استان هرمزگان، فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی، سال چهارم، (۱)، ۵۲-۷۲.
- صفردوست، ع. (۱۳۹۱). بررسی نقش ظرفیت جذب در رابطه بین یادگیری سازمانی، نوآوری و عملکرد سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان.
- عبداللهیان، ف. (۱۳۹۱). بررسی نقش یادگیری سازمانی و نوآوری در فرهنگ مدیریت خطا و ارتباط آن با عملکرد سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان.
- عزیزی، س. جمالی، ش. صناعی، ا. (۱۳۹۱). ارائه مدل عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان در مورد برند در صنعت بانکداری (مطالعه موردی: بانک کشاورزی)، مجله مدیریت بازرگانی، دوره ۴_۱۱، ۱۰۴ - ۸۹.
- فتحی، م. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر خلاقیت مدیران بر عملکرد آنان از دیدگاه معلمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- مختاری، م. صنوبری، آ. بیگلریان، م. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه فکری و کسب مزیت رقابتی شرکت‌های تابعه سایپا در استان مازندران، اولین همایش منطقه‌ای پژوهش‌ها و راه‌کارهای نوین در حسابداری و مدیریت.
- نصرالهی، ز. طاهری دمنه، م. دامکی، ع. (۱۳۸۸). نقش خلاقیت و نوآوری در رشد اقتصادی. دومین کنفرانس ملی خلاقیت شناسی، TRIZ و مهندسی و مدیریت نوآوری ایران. تهران.
- الوانی، م. (۱۳۸۸). مدیریت عمومی، تهران: انتشارات نشر نی.

Armstrong, M. (2006). Human Resource Management Practice, Kogan Page, Pp. 251-269.

Batista, E. (25 March 2010). David Rock on neuroscience, leadership and the SCARF model. Ed Batista. Retrieved from <http://www.edbatista.com/2010/03/scarf.html>.

- Bernardin, H.J. (2003). Human Resource Management: an experiential approach. 3 th Edition. New York: Mc GrawHill
- Bernolak, I. (1997), Effective Measurement and successful Elements of company productivity: the basis of competitiveness and world prosperity International Journal of Production Economics, Vol.52
- Bohlinger, S. van Loo, J. (2010). Lifelong learning for ageing workers to sustain employability and develop personality. In: Cedefop (ed.). Working and ageing: emerging theories and empirical perspectives. Luxembourg: Publications Office. pp. 28-57. <http://www.cedefop.europa.eu/EN/publications/16435.aspx> [accessed 16.10.2012].
- Byars, L.I & Rue, L.W. (2008). Human Resource Management: 9 th Edition. New York: Mc GrawHill
- Carell Micheal R and et al. (1992). Personnel/ Human Resource Management. Mac Millan. Publishing.
- Cedefop,(2011). Lifelong guidance across Europe: reviewing policy progress and future prospects. Luxembourg: Publications Office. Working paper; No 11. http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/6111_en.pdf [accessed 16.10.2012].
- Dehmel, A. (2005). The role of vocational education and training in promoting lifelong learning in Germany and England. Oxford: Symposium books. Monographs in international education.<http://www.symposium-books.co.uk/books/bookdetails.asp?bid=19> [accessed 16.10.2012].
- Dessinger, J.C. Moseley, J.L. (2007). Training older workers and learners: maximising the workplace performance of an ageing workforce. San Francisco: Pfeiffer.
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (2007). The advantages of an inclusive definition of attitude. Social Cognition, 25(5), 582-602.
- Zschockelt, F. (2009) " The Importance Of developing Intellectual Capital for innovation Organizations: Contributions from a HRM – Perspective". Master Thesis Business Administration- HRM. School of Management and Governance OOH, Institution: University Of Twente.
- Hanvaisch, S. Sivakumar, K. Tomas, G.(2006), "The relation of learning and memory with organizational performance" Journal of the Academy of marketing science,vol, 34 No. 4.
- Kang, S. C, Morris, S. S, and Snell, S. A. (2007), "Relational archetypes, organisational learning and value creation "Academy of management review,vol.32 N2.
- Maber, T. (26 February 2014). Leadership, motivation and the brain. HRVoice.org. Retrieved from <http://www.hrvoice.org/leadership-motivation-and-the-brain/>.
- Mullins LJ.(2005). Management and Organisational Behaviour. Prentice hall. UK 7th Ed. 88(431):1052-1058.
- Osabiya, B. (May, 2015). The effect of employees' motivation on organizational performance. 7(4), 63-74.
- Schaufenbuel, K. (2015). Motivation on the Brain – Applying the Neuroscience of Motivation in the Workplace. UNC Executive Development, 12.



Sonntag, K.H. Stegmaier, R. (2007). Personale Förderung älterer Arbeitnehmer [Personal development for older workers]. In: Schuler, H. Sonntag, K. (eds). Handbuch der Arbeits- und Organisationspsychologie. Göttingen: Hogrefe, pp. 662-668. <http://www.gbv.de/dms/ilmenau/toc/519346343.PDF> [accessed 16.10.2012].

Torun-Cumhur Çiçekçi, H. (2007, Apr). Innovation: Is the engine for the economic growth? p813

Archive of SID