

## نگاهی به اهمیت جایگاه نوآوری در سازمانهای مدرن (۱)

امیر عطار دیان، پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

### ایلنا

خلاقیت هر نظام اجتماعی، پدیده ای مبتنی بر نظم منطقی و تابعی از خلاقیت افرادی است که نظام از آنها تشکیل شده است. برای شکوفایی خلاقیت فضای مناسب باید وجود داشته باشد تا ذهن و حافظه افراد برای پرداختن به ایده های نو و ایجاد فرصت های تازه آزاد شود. نوآوری با خلق ارزش همراه است. خلاقیت، موتور نوآوری است. اساس و عصاره خلاقیت، ترکیب و تلفیق دو یا چند فکر و ایده است برای رسیدن به ایده ای کاملاً جدید. لازم است اشاره شود که خلاقیت نتیجه ذهن آماده است و اغلب نتیجه نارضایتی فرد از وضعیت موجود است.<sup>۱</sup> دانشمندان، خلاقیت و نوآوری را به صورتهای متعدد و متنوعی تعریف کرده اند که هر یک به نوعی، روشنگر بعدی از فرآیند خلاقیت و نوآوری است. خلاقیت، عبارت است از به کارگیری توانایی های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید<sup>۲</sup>. و یا تعریف دیگر می گوید که خلاقیت فرآیند تکامل بخشیدن به دیدگاه های بدیع و تخیلی درباره موقعیت های مختلف میباشد.<sup>۳</sup> از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است و تا اندیشه ای نو به صورت محصول یا خدمتی جدید در آید زمانی طولانی می گذرد و تلاشها و کوششهای بسیار به عمل می آید.<sup>۴</sup> زمانی که موضوع خلاقیت از زاویه تغییر تکنولوژیک بررسی می شود، از دو واژه نزدیک به هم مرتب استفاده می شود: اختراع و نوآوری. اختراع عبارت است از خلق یک فناوری نوین. این فناوری نوین می تواند یک محصول، یک فرآیند یا یک سیستم پیشتر شناخته شده باشد. نوآوری، شامل خلق کالا، خدمت یا فرایندی است که برای یک سازمان جدید است. یک نوآوری می تواند تغییری باشد در روش صنعتی که موجب ارتقای بهره وری می شود. شومپیتر، نوآوری موفق را کار برجسته ای که نه محصول عقل و هوش، بلکه حاصل اراده است می داند.<sup>۵</sup> خلاقیت با ساختن و یافتن فکرهای جدید و نوآوری در کاربرد فکرها سر و کار دارد. از نظر مدیریتی،

۱- خلیل، طارق، (۱۳۸۱)، مدیریت تکنولوژی، ترجمه: سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.

۲- kaiser (1968) " You and creativity " Aluminum News ، Vol . 25 ، no . 3.

۳ مورهد و گریفین، (۱۳۷۴)، رفتار سازمانی، ترجمه: سیدمهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، انتشارات مروارید.

۴ الوانی، سیدمهدی، (۱۳۷۸)، مدیریت عمومی، نشرنی.

۵ خلیل، طارق، (۱۳۸۱)، مدیریت تکنولوژی، ترجمه: سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی.

خلاقیت صرف کافی نیست. بلکه فکر نیز باید به عمل درآید و لازمه این امر به کارگیری فکرهای جدید در برنامه های مدیریتی است. هر برنامه ریزی موفق، نیاز به صدها فکر و ایده کاربردی دارد. موفقیت نهایی و در بعضی از موارد ماندگاری و پایداری سازمان، به توانایی متخصصان برنامه ریزی در سازمان در ایجاد و به کارگیری فکرهای جدید بستگی دارد. اگر شخص نداند که می خواهد به کجا برود، هر مسیری را با هر کیفیت و روش که انتخاب کند به مقصد خواهد رسید. از آنجا که موجودیت سازمانها برای تامین هدفهاست، پس باید این هدف ها را تعیین کرد و راهها یا وسایل تامین آنها را مشخص ساخت. مدیر شخصی است که چنین نقشی را ایفا می کند. وظیفه برنامه ریزی شامل ارائه تعریفی از هدف های سازمان، تعیین یک راهبرد کلی برای رسیدن به این هدفها و ارائه سلسله مراتبی جامع از برنامه ها برای یکپارچه کردن و هماهنگ ساختن فعالیت ها می شود.<sup>۶</sup> امروزه سازمانها که ماهیت فعالیتشان از شیوه سنتی به شیوه مدرن و حتی پست مدرن تغییر شکل یافته ایجاب می کند که مدیران و کارکنان آنها از خلاقیت و نوآوری آگاهی کامل داشته باشند تا بتوانند با زمینه ای از آگاهی های مورد نیاز و نو وارد عرصه کار و فعالیت شوند و در آنجا با آفرینندگی، نقش مؤثری در تحقق اهداف و پیشرفت سازمان های خود داشته باشند. خلاقیت و نوآوری برای ماندگاری هر سازمانی لازم است و در طی زمان سازمانهای غیر خلاق از صحنه رقابت محو می شوند و اگر چه چنین سازمانی ممکن است در عملیاتی که در یک مقطع از عمر خود درگیر آن است موفق باشد ولی سرانجام مجبور به تعطیل یا تغییر سیستم خواهد شد. بنابراین برای ماندگاری سازمانها و اینکه بتوانند در عصر تغییرات به رقابت پردازند یکی از عوامل مهم، برنامه ریزی دقیق و صحیح در سازمانهای مدرن است.

اما با توجه به عدم کارایی نسبی اغلب سازمانهای دولتی و خصوصی در فضای کسب و کار کشورمان، برای تقویت فرهنگ نوآوری در سازمانهای ایرانی جهت افزایش هم افزایی آنها در سال تولید ملی مواردی پیشنهاد میگردد: ۱- آشنا ساختن هر چه بیشتر سازمانهای ایرانی با مفاهیم خلاقیت و نوآوری و آشنا ساختن روزافزون مدیران سازمانها با حوزهها و راهکارهای نوآوری مخصوصا در زمینه نوآوری در حوزه مدیریت. ۲- تقویت فرهنگ نوآوری در سازمانها. ۳- زدودن ترس از رقابت

---

۶ رابینز، استیفن (۱۳۷۸)، رفتار سازمانی، ترجمه علی یارسابیان و سیدمحمد اعرابی، جلد اول، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی.

زیر دستان و از دست دادن موقعیت سازمانی. ۴- ایجاد محیط‌های خلاقانه و حمایت همه جانبه از این نوع محیط در سازمانها. ۵- ارزیابی عملکرد در سازمان به منظور تشویق فرهنگ خلاقیت و نوآوری و ۶- افزایش توان بخشی در سازماندهی جزئیات نوآوری در سازمانها.

(ادامه دارد)