



جایگاه خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها

رحمت محمدپناه
کارشناس آموزش

خلاقیت و نوآوری لازمه و پیش‌درآمد توسعه، پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه و آگاهی از فنون و تکنیک‌های آن ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. امروزه ثبات در محیط کار، جای خود را به بی‌ثباتی و بی‌اطمینانی داده است و صنایع سنتی و قدیمی که جای خود را به انواع جدید و توسعه‌یافته آن داده‌اند، فرصتی برای استفاده از مهارت‌های قدیمی نمی‌گذارند و در حقیقت آینده را با تهدیدها و فرصت‌ها مواجه ساخته‌اند؛ زیرا هر اختراع و نوآوری، تغییری را پدید می‌آورد که می‌تواند به نوبه خود فرصتی را برای کسانی به وجود آورد که بتوانند از این فرصت استفاده بهینه کنند. مؤسسات و سازمان‌های تولیدی و خدماتی باید این امر مهم را تشخیص داده و به‌طور مداوم، کالاها و خدمات جدید را ارائه دهند، یا در جهت بهبود آن بکوشند. خلاقیت و نوآوری با توجه به ماهیتش بر ناشناخته‌ها دلالت دارد و با خود ریسک را به همراه می‌آورد. تحقیق در مورد خلاقیت و عناصر تشکیل‌دهنده آن، بیش از یک قرن پیش توسط دانشمندان علوم اجتماعی شروع شد، ولی انگیزه اساسی برای پژوهش بیشتر در سال ۱۹۵۰ میلادی توسط گیلفورد ایجاد گردید. گیلفورد خلاقیت را با تفکر واگرا (دست‌یافتن به رهیافت‌های جدید برای حل مسائل) در مقابل تفکر همگرا (دست‌یافتن به پاسخ صحیح) مترادف می‌دانست.

شروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

لوتانز (۱۹۹۲) استاد رفتار سازمانی، خلاقیت را به وجود آوردن تلفیقی از اندیشه‌ها و رهیافت‌های افراد و یا گروه‌ها در یک روش جدید تعریف کرده است. بارزمن خلاقیت را فرایند شناختی از به وجود آمدن یک ایده، مفهوم، کالا یا کشفی بدیع می‌داند.

نوآوری مهارتی است که با بسیاری همکاری‌های دیگر همراه است. نوآوری به دگرگونی‌های عمده در زمینه پیشرفت‌های فناورانه یا ارائه تازه‌ترین مفاهیم مدیریت یا شیوه‌های تولید اطلاق می‌شود.

هالت (۱۹۹۸) اصطلاح «نوآوری» را در یک مفهوم وسیع به عنوان فرایندی برای استفاده از دانش یا اطلاعات مربوط به منظور ایجاد یا معرفی چیزهای تازه و مفید به کار برد. وارکینگ نیز توضیح می‌دهد که نوآوری خلق چیز جدیدی است که یک هدف معین را دنبال کرده و به اجرا گذارد. بنابراین در یک تعریف کلی می‌توان نوآوری را به عنوان هر ایده‌ای جدید نسبت به یک سازمان یا یک صنعت، یا یک ملت و یا در جهان تعریف کرد.

تفاوت خلاقیت و نوآوری

اگرچه واژه «خلاقیت» با «نوآوری» به‌طور مترادف استفاده می‌شود، اما غالب محققان معتقدند که دو اصطلاح فوق دارای معانی و تعاریف جداگانه‌ای هستند. خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود دارد در حالی که نوآوری دلالت بر آوردن چیزی جدید به مرحله استفاده دارد.

در مورد نوآوری و تغییر نیز تفاوت‌هایی وجود دارد. کنن (۱۹۶۷) بیان کرد که تغییر، ایجاد هر چیزی است که با گذشته تفاوت داشته باشد، اما نوآوری ایجاد ایده‌هایی است که برای سازمان جدید است. از این رو تمام نوآوری‌ها می‌توانند منعکس کننده یک تغییر باشند، در حالی که تمام تغییرها نوآوری نیستند. تغییر نتیجه‌ای از فرایند خلاقیت و نوآوری است.

از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است. گاهی ایده و اندیشه‌ای نو از ذهن فرد می‌تراود و در سال‌های بعد آن اندیشه نو به وسیله فرد دیگری به صورت نوآوری در محصول یا خدمت متجلی می‌گردد.

نوآوری عبارت است از عملی و کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو ناشی از خلاقیت. به عبارت دیگر در خلاقیت اطلاعات به دست می‌آید و در نوآوری آن اطلاعات به صورت‌های گوناگون عرضه می‌شود.

اولین سازمانی که ایده را معرفی می‌کند به‌عنوان نوآور در نظر گرفته می‌شود و سازمانی که کپی می‌کند یک تغییر را اتخاذ کرده است. بر اساس این تعاریف، خلاقیت لازمه نوآوری است. تحقق نوجویی وابسته به خلاقیت است. اگرچه در عمل نمی‌توان این دو را از هم متمایز ساخت، ولی می‌توان تصور کرد که خلاقیت بستر رشد و پیدایی نوآوری‌هاست. خلاقیت پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است، در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است. گاهی ایده و اندیشه‌ای نو از ذهن فرد می‌تراود و در سال‌های بعد آن اندیشه نو به وسیله فرد دیگری به صورت نوآوری در محصول یا خدمت متجلی می‌گردد. به طور خلاصه می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که خلاقیت اشاره به آوردن چیزی جدید به مرحله وجود داشته و یا به عبارتی به معنای دلالت بر «پیدا کردن» چیزهای جدید است، هر چند که ممکن است به مرحله استفاده در نیاید. نوآوری به‌عنوان هر ایده جدیدی

است که دربرگیرنده توسعه یک محصول، خدمات یا فرایند می‌گردد که ممکن است نسبت به یک سازمان، یک صنعت، یک ملت و یا جهان جدید باشد.

فرایند خلاقیت و نوآوری

اتریک (۱۹۷۴) فرایند خلاقیت را از اندیشه تا عمل به سه مرحله تقسیم کرده است: به‌وجود آمدن اندیشه، پرورش اندیشه و به‌کارگیری اندیشه. آلبرشت (۱۹۸۷) مراحل خلاقیت عملی و قابل‌اجراتری را که از پنج مرحله تشکیل شده است پیشنهاد می‌کند: جذب اطلاعات، الهام، آزمون، پالایش و عرضه. وی معتقد است که شخص خلاق، اطلاعات پیرامون خود را جذب می‌کند و برای بررسی مسائل، رهیافت‌های مختلفی را مورد بررسی قرار می‌دهد.

زمانی که ذهن فرد خلاق از اطلاعات خام انباشته شد، به‌طور غیرمحسوس شروع به کار می‌کند و پس از تجزیه و تحلیل و ترکیب اطلاعات، رهیافتی برای مسئله ارائه می‌کند.

تکنیک‌های خلاقیت و نوآوری

۱. بارش فکری یا توفان مغزی (Brain-Storming): این تکنیک را نخستین بار دکتر الکس اس اسبورن مطرح کرد و چنان مورد استفاده و استقبال مردم و سازمان‌ها در غرب قرار گرفته که جزئی از زندگی آنها شده است. بارش فکری چنین تعریف شده است: اجرای یک تکنیک گردهمایی که از طریق آن گروهی می‌کوشند راه‌حلی برای یک مسئله به‌خصوص با انباشتن تمام ایده‌هایی بیابند که درجا به وسیله اعضا ارائه می‌گردد. یعنی هیچ انتقادی از هیچ ایده‌ای جایز نیست. به هر ایده‌ای هر چند نامربوط خوش‌آمد گفته می‌شود. هر چند تعداد ایده‌ها بیشتر باشد، بهتر است. کیفیت ایده‌ها بعداً مورد توجه قرار می‌گیرد. افراد به ترکیب کردن ایده‌ها تشویق می‌شوند و از آنها خواسته می‌شود که نسبت به ایده‌های دیگران اشراف پیدا

کنند.

۲. الگوبرداری از طبیعت (Bionics): یکی از تکنیک‌های خلاقیت و نوآوری که در ابداعات فنی کاربرد گسترده و موفق داشته، تکنیک تقلید و الگوبرداری از طبیعت است. ابداعاتی که در زمینه علم ارتباطات و کنترل در دهه‌های اخیر شکل گرفته‌اند، برنامه‌ریزی‌های رایانه و موضوع هوش مصنوعی همه با الگوبرداری و تقلید از فعالیت‌های مغز انسان انجام شده‌اند.

۳. تکنیک گروه اسمی (Nominal Grouping): گروه اسمی نام تکنیکی است که تا حدودی در صنعت رواج یافته است. اعضای گروه دور یک میز جمع می‌شوند و موضوع تصمیم‌گیری به صورت کتبی به هر یک از اعضا داده می‌شود و آنها چگونگی حل مسئله را می‌نویسند. هر یک از اعضا به نوبه خود یک عقیده را به گروه ارائه می‌دهد. عقاید ثبت‌شده در گروه به بحث گذارده می‌شوند تا مفاهیم برای ارزیابی روشن‌تر و کامل‌تر شوند. هر یک از اعضا به‌طور مستقل و مخفیانه عقاید را در جه‌بندی می‌کنند. تصمیم گروه آن تصمیمی خواهد بود که در مجموع بیشترین امتیاز را به دست آورده باشد.

شرایط ایجاد خلاقیت و نوآوری

۱. فضای خلاق: یکی از راه‌های مهم ظهور نوآوری، به‌وجودآوردن فضای محرک خلاقیت است؛ بدین معنی که مدیریت باید همیشه آماده شنیدن ایده‌های جدید از هر کس در سازمان باشد. در واقع سازمان باید در جست‌وجوی اینگونه فکرها باشد و تنها منتظر ارائه اندیشه جدید نماند. به‌کارگیری سیستم مدیریت استعداد ابزاری مؤثر در سازمان به‌شمار می‌رود.

۲. دادن وقت برای خلاقیت

۳. برقراری سیستم پیشنهادها

۴. ایجاد واحد مخصوص خلاقیت

ویژگی‌های افراد خلاق و نوآور

افراد از نظر خلاقیت متفاوتند. کسی که زندگی خلاق دارد احساس توانمندی را در خود پرورش می‌دهد، با مهر و محبت ناکامی‌ها را می‌پذیرد و نیروهایش را در راه تحقق اهدافی که دارد، بسیج می‌کند.

او ایام گرانبه‌های عمر را به بطالت تباه نمی‌کند. انسان خلاق از سرگرمی‌های انفعالی فاصله می‌گیرد، علاقه‌مند و با نشاط در جهت هدف‌هایش گام برمی‌دارد، مشتاق و هدف‌گراست و احساس جوانی دائم دارد؛ احساسی که همه به آن نیاز دارند و متأسفانه اغلب از آن محروم هستند.

ویژگی‌های سازمان‌های خلاق و نوآور

در عصر دانش، عصر فراصنعتی، عصر جامعه اطلاعاتی و عصر سرعت، خلاقیت و نوآوری به‌عنوان اصلی اساسی از عوامل مهم بقای سازمان‌ها و شرکت‌های جوان پذیرفته شده است. سازمان‌های خلاق خصوصیات ویژه‌ای را دارا هستند. مهم‌ترین ویژگی این سازمان‌ها انعطاف‌پذیری آنها در رویارویی با بحران‌هایی است که غالباً ناشی از رقابت‌های اقتصادی است. سازمان‌های انعطاف‌پذیر با مسائل و تنگناها برخورد منطقی داشته، در صورت نیاز به تغییر و تحول، پس از بررسی دقیق و عالمانه، آن را اعمال می‌کنند.

نگرش جدید دیگری تحت عنوان «نگرش مدیریت بر مبنای انتظارات» مطرح شده که سعی در توسعه انتظارات والای انسانی دارد. این نگرش برتر و والاتر از سایر نگرش‌هاست؛ زیرا به جای تأکید بر عناصر عقلایی و عینی مدیریت، بر

ایده‌های جدید با اندیشیدن به

دست می‌آیند که در آن ذهن

به‌طور عمیق با یک مسئله

درگیر می‌شود و به تجسم

آن می‌پردازد و با حذف و یا

ترکیب واقعیت‌های موجود،

به روشن‌شدن فکر جدید کمک

می‌کند.

عنصر انسانی تکیه می‌کند، چون با این نگرش مدیر تشویق می‌شود تا امر هدایت و رهبری را بر اساس انتظارات انجام دهد. کلیه طرح‌های سازنده، اقدامات و عملیات از انتظارات سرچشمه می‌گیرند.

نتیجه‌گیری

ایده‌های جدید با اندیشیدن به دست می‌آیند که در آن ذهن به‌طور عمیق با یک مسئله درگیر می‌شود و به تجسم آن می‌پردازد و با حذف و یا ترکیب واقعیت‌های موجود، به روشن‌شدن فکر جدید کمک می‌کند. بینشی که بدین ترتیب حاصل می‌شود، قوه تصور را در یافتن فکرهای جدید تغذیه می‌کند. منشأ فکر جدید، قوه تصور و تخیل است نه قدرت منطقی بشر. سرخ‌های مختلفی که به دست می‌آید مورد ارزیابی قرار گرفته و به هم ربط داده می‌شود تا بهترین فکر به دست آید.

افکار بشری با یکدیگر ارتباط دارند و بافت به‌هم‌پیوسته‌ای را تشکیل می‌دهند. به همین دلیل قدرت تداعی در ایجاد و ظهور یک فکر جدید بسیار کارساز و مؤثر است. به‌طور کلی وجود محیط خلاق از مهم‌ترین عوامل رشد خلاقیت است. در محیط نامطلوب برای پرورش خلاقیت از اندیشه‌های جدید و نو بیشتر انتقاد می‌شود و تمایلات دگرگونی و تغییر با مقاومت و ممانعت تقابل می‌کنند. یکی از روش‌های مهم متبلور کردن خلاقیت به‌وجودآوردن فضای محرک، مستعد و به‌طور کلی خلاق است.

برگرفته از: ماهنامه علمی مهارت، شماره ۳۷.

منابع و مآخذ

فرنودیان، فرج‌الله، مقاله «محتوای درسی و پژوهش خلاقیت دانش‌آموزان»، مجله رشد تکنولوژی آموزشی.
طالب بیدختی، عباس؛ انوری، علیرضا، مقاله «خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها».
رضائیان، علی، اصول مدیریت.
رابینز، استیفن، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه دکتر قاسم کبیری.