



خلاقیت و نوآوری و نقش آنها در موفقیت سازمان

پوهنوال خلیل الرحمن سروری

دیپارتمنت اداره عامه، پوهنځی اداره و پالیسی عامه، پوهنتون کابل، کابل، افغانستان

Email: Kha_786@yahoo.com

چکیده

خلاقیت و نوآوری دو عامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها به‌شمار می‌روند. خلاقیت به توانایی تولید ایده‌های جدید و منحصر به فرد اشاره دارد، در حالی که نوآوری فرآیند تبدیل این ایده‌ها به محصولات، خدمات یا فرآیندهای جدید است. هدف این تحقیق، بررسی و مطالعه این است که خلاقیت و نوآوری چیست و تأثیر آنها در موفقیت سازمان از چه قرار است. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی-بنیادی و از نظر روش گردآوری معلومات مروری است که اطلاعات با استفاده از کتب، مقالات و تحقیقات جمع‌آوری و مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهند که خلاقیت و نوآوری نه تنها به‌عنوان نیاز اساسی برای بقاء سازمان‌ها در دنیای امروز مهم است؛ بلکه به‌عنوان یک استراتژی کلیدی برای دستیابی به موفقیت‌های پایدار ضروری است. سازمان‌هایی که با تکیه بر این دو مفهوم، خود را با تغییرات محیطی سازگار می‌کنند، شانس بیشتری برای بقاء و توسعه خواهند داشت. لذا، ضرور است که مدیران سازمان‌ها به‌منظور تحقق اهداف خود، بر خلاقیت و نوآوری تمرکز کرده و آن را در فرآیندهای کاری خود نهادینه سازند.

واژگان کلیدی: خلاقیت؛ نوآوری؛ سازمان؛ اثربخشی؛ توسعه

Creativity and Innovation: Their Role in Organizational Success

Khalilurrahman Sarwary

Department of Public Administration, Faculty of Public Policy and Administration,
Kabul University, Kabul, Afghanistan

Email: Kha_786@yahoo.com

Abstract

Creativity and innovation are considered two key factors in the success of organizations. Creativity refers to the ability to generate new and unique ideas, while innovation is the process of turning these ideas into new products, services, or processes. The aim of this research is to examine and study what creativity and innovation are and how they impact organizational success. This study is both applied and fundamental in terms of its purpose, and it uses a review-based method for data collection, gathering information from books, articles, and research for analysis. The findings of this study indicate that creativity and innovation are not only crucial for the survival of organizations in today's world but also serve as a key strategy for achieving sustainable success. Organizations that rely on these two concepts to adapt to environmental changes have a higher chance of survival and growth. Therefore, it is essential for organizational managers to focus on creativity and innovation in order to achieve their goals and embed these practices into their work processes.

Keywords: Creativity; Innovation; Organization; Effectiveness; Development

مقدمه

امروزه خلاقیت به عنوان رمز بقا و کلید موفقیت افراد و سازمان‌ها جایگاه ویژه‌ای یافته است. تحولات سریع و گسترده در عرصه‌های علم، تکنولوژی، صنعت، مدیریت و ارزش‌های اجتماعی، بسیاری از سازمان‌های موفق جهان را واداشته تا اهداف، گرایش‌ها و فعالیت‌های خود را در مسیر به کارگیری خلاقیت و نوآوری هدایت کنند (شهرآرای و مدنی‌پور، ۱۳۷۵). پیتز دراکر بر این باور است که در جهانی که همواره در معرض تغییرات بنیادین و تهدیدات گوناگون قرار دارد، تنها راه بقا و پیشرفت، خلاقیت و نوآوری است. افزایش رشد اقتصادی، ارتقای بهره‌وری، و تولید کالاها، خدمات و فن‌آوری‌های نوین از جمله ثمرات خلاقیت و نوآوری محسوب می‌شوند (استونر، ۱۳۷۴). سازمان‌ها برای بقا، رشد و توسعه خود نیازمند اندیشه‌های نو و ایده‌های بدیع هستند. این افکار نوآورانه همانند روحی تازه به کالبد سازمان دمیده می‌شوند و آن را از زوال، رکود و نابودی نجات می‌دهند.

در عصر حاضر، برای حفظ وضعیت موجود و دستیابی به پیشرفت، تداوم جریان خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. در دنیای پرتلاطم و متغیر امروز، بقای سازمان‌ها در گرو پذیرش و تطابق با تغییرات محیطی است. آن‌ها باید ضمن درک این تحولات، با ارائه پاسخ‌های تازه و خلق راهکارهای نوین، بر تغییرات تأثیر بگذارند و آن‌ها را به شکل مطلوب خود درآورند. خلاقیت بخش جدایی‌ناپذیر زندگی سازمانی است و اگر به درستی هدایت شود، سازمان‌ها می‌توانند راه‌های بهتر و کارآمدتری برای انجام وظایف خود پیدا کنند. در مواجهه با رقابت‌های فشرده، کمبود منابع، افزایش سریع جمعیت و هزینه‌های بالای نیروی کار و تجهیزات، هر عاملی که به کارایی و اثربخشی سازمان کمک کند، شانس آن را برای بقا و موفقیت افزایش خواهد داد. خلاقیت همچنین توانایی سازمان را برای ایجاد تغییرات بنیادی و سازنده فراهم می‌کند.

خلاقیت یکی از ویژگی‌های برجسته انسان است که تأثیر شگرفی بر پیشرفت و کیفیت زندگی او دارد. این قابلیت، فرآیندی است که منجر به تغییر، توسعه و تکامل در ساختار ذهنی و عملکردی انسان می‌شود. سازمان‌های امروزی برای ادامه حیات خود باید پویا و انعطاف‌پذیر باشند. مدیران و کارکنان خلاق و نوآور می‌توانند سازمان را با تحولات محیطی سازگار کرده و پاسخگوی نیازهای متغیر جامعه باشند. بنابراین، در دنیای پیچیده امروز و رقابت روزافزون، خلاقیت و نوآوری در حکم کلید موفقیت سازمان است.

جهان امروز به سرعت در حال تغییر و تحول است و این تغییرات به عنوان بخشی از حیات بشری، اهمیت ویژه‌ای دارند. انسان‌ها همواره در تلاش هستند تا تغییرات مثبت را ایجاد و تغییرات منفی را مدیریت کنند. در این راستا، سازمان‌ها و جوامع نیز برای بقا و بهبود عملکرد خود نیاز به خلاقیت و نوآوری دارند.

دگرگونی‌های پیچیده و سریع، «حرکت به جلو» را برای مدیران به یک امر ضروری و اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است (سروری، ۱۳۹۹). با افزایش رقابت‌های جهانی و تغییرات سریع، سازمان‌ها ناگزیر به تولید ایده‌های نو و به‌کارگیری روش‌های خلافا‌خانه هستند تا بتوانند به‌طور مؤثری در بازار باقی بمانند. پیتز دراکر (۲۰۰۱) تأکید می‌کند که در چنین شرایطی، خلافت و نوآوری نه تنها برای بقا بلکه برای پیشرفت ضروری هستند. فشارهای رقابتی، تغییرات سریع فناوری و تحول در ارزش‌های مصرف‌کنندگان از جمله عواملی هستند که سازمان‌ها را وادار به پذیرش شیوه‌های نوین و خلافا‌خانه و نوآرانه می‌کنند.

خلافت به‌عنوان توانایی تولید ایده‌های جدید و راه‌حل‌های نوآرانه، فرایندهای سازمانی را از رکود و فروریزی نجات می‌دهد. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهند که سازمان‌هایی که به خلافت و نوآوری اهمیت می‌دهند، قادر به ارائه محصولات و خدمات بیشتری هستند که به‌طور مستقیم به رضایت مردم، جامعه منجر می‌شود (امایل، ۱۳۷۵). در حقیقت، خلافت و نوآوری می‌توانند به‌عنوان محرک‌هایی برای بهبود عملکرد و افزایش کارایی در سازمان عمل کنند. این امر نه تنها به افزایش بهره‌وری منجر می‌شود بلکه به دنبال آن توانایی سازمان‌ها برای جذب و حفظ مشتریان نیز افزایش می‌یابد (سروری، ۱۴۰۰). اما این تغییر و تحول تنها به تولید ایده‌های جدید محدود نمی‌شود. مدیران باید محیطی را ایجاد کنند که در آن کارکنان احساس آزادی و امنیت کنند تا ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند. فضای خلافا‌خانه می‌تواند به کارکنان انگیزه دهد تا به دنبال بهبود و نوآوری در کار خود باشند. تورین و همکاران (۱۳۸۳) بر این نکته تأکید دارند که محیط‌های حمایتی و خلاق می‌توانند به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای بر انگیزه و کارایی کارکنان تأثیر بگذارند.

با این حال، چالش‌هایی نیز در این مسیر وجود دارد. مدیران باید به دنبال راهکارهایی باشند که نه تنها خلافت را پرورش دهند بلکه توانایی سازمان را برای نوآوری در برابر تغییرات محیطی افزایش دهند. برای مثال، نوسانات در بازار و تغییرات سریع در تکنولوژی می‌توانند بر روند تصمیم‌گیری و استراتژی‌های سازمان تأثیر بگذارند (دراکر، ۱۳۷۸). سازمان‌هایی که به‌درستی به این چالش‌ها پاسخ دهند، می‌توانند فرصت‌های جدیدی را شناسایی کرده و از آن‌ها بهره‌برداری کنند.

در واقع، سازمان‌هایی که خلافت را در فرهنگ خود نهادینه می‌کنند، قادر به نوآوری در محصولات، خدمات و فرآیندها هستند و این امر می‌تواند آن‌ها را از رقبای خود متمایز سازد. محیط‌های کاری که خلافت را تشویق می‌کنند، علاوه بر افزایش بهره‌وری و نوآوری، به تقویت روحیه کارکنان و ایجاد انگیزه‌های بیشتر منجر می‌شوند (امایل، ۱۳۷۵).

تداوم حیات و موفقیت سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای به توانایی آن‌ها در نوآوری و خلافت بستگی دارد.

خلاقیت به عنوان روحیه‌ای است که می‌تواند سازمان‌ها را از فرسودگی و رکود نجات دهد. در این راستا، سازمان‌هایی که بر پایه خلاقیت و نوآوری عمل می‌کنند، می‌توانند به دنبال یافتن راه‌های جدید و کارآمد در حل مسائل و بهبود عملکرد باشند. خلاقیت و نوآوری نه تنها به عنوان نیاز اساسی برای بقا سازمان‌ها در دنیای امروز، بلکه به عنوان یک استراتژی کلیدی برای دستیابی به موفقیت‌های پایدار ضروری است. سازمان‌هایی که با تکیه بر این دو مفهوم، خود را با تغییرات محیطی سازگار می‌کنند، شانس بیشتری برای بقا و رشد خواهند داشت. لذا، ضرورت دارد که مدیران و کارکنان سازمان‌ها به منظور تحقق اهداف خود، بر خلاقیت و نوآوری تمرکز کرده و آن را در فرآیندهای کاری خود نهادینه سازند.

در دنیای امروزی، سازمان‌ها برای بقا و توسعه سازنده به خلاقیت و نوآوری وابسته‌اند. خلاقیت به عنوان فرآیند تولید ایده‌های جدید و مفید، نقشی کلیدی در زندگی سازمان‌ها ایفا می‌کند. با افزایش رقابت جهانی و تغییرات سریع محیطی، مدیران به دنبال راهکارهای نوآورانه هستند تا سازمان‌های خود را در برابر چالش‌ها و تحولات حفاظت کنند (رنکو، ۱۳۸۶). خلاقیت یکی از مهم‌ترین ابزارهای بشر برای رفع موانع و مشکلات است و در عرصه‌های مختلفی همچون علم، هنر، تکنولوژی و سیاست کاربرد دارد. همچنین، تداوم حیات سازمان‌ها به خلاقیت و نوآوری بستگی دارد. در محیط‌های رقابتی و با توجه به تغییرات سریع فناوری، بازار و نیازهای مشتریان، سازمان‌ها باید قادر باشند خود را با این تغییرات سازگار کنند. خلاقیت به سازمان‌ها کمک می‌کند تا با تغییرات محیطی همگام شوند و راه‌حل‌های جدیدی برای بهبود عملکرد و حل مسائل پیدا کنند. سازمان‌هایی که بر پایه خلاقیت عمل می‌کنند، توانایی بیشتری در بهره‌برداری از فرصت‌های جدید و ایجاد نوآوری‌های مؤثر دارند (کلی و کلی، ۱۳۹۲؛ سروری، ۱۳۹۹).

برخی از مطالعات نشان می‌دهند نادیده گرفتن نوآوری و خلاقیت می‌تواند باعث کاهش رقابت‌پذیری سازمان، کاهش بهره‌وری، کاهش انگیزش، کاهش رضایت شغلی، احساس بی‌تفاوتی، کاهش تعهد به سازمان و شغل، کاهش امنیت شغلی و فرصت‌های ارتقاء برای کارکنان، افت کیفیت محصولات و خدمات و نهایتاً شکست در دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان گردد (توشمن و او، ۱۳۷۵؛ امابیل، ۱۳۷۵ و رنکو، ۱۳۸۶؛ سروری، ۱۴۰۰). به قول امابیل و رنکو توجه به ایجاد فضایی خلاق و حمایت از ایده‌های نو، برای دستیابی به موفقیت‌های بلندمدت و پایدار در سازمان‌ها ضروری است (امابیل، ۱۳۷۵ و رنکو، ۱۳۸۶).

هدف اساسی این تحقیق بررسی و مطالعه تأثیر و نقش خلاقیت و نوآوری در موفقیت سازمان است. به منظور دسترسی به این هدف، این سوال مطرح می‌گردد که خلاقیت و نوآوری چیست و چه تأثیری در موفقیت و تحول سازمان دارد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

بدون تردید سازمان‌های عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده بین‌المللی مواجه اند، در این زمینه برای این‌که بتوان در دنیای متلاطم امروز به حیات خود ادامه داد باید به خلاقیت و نوآوری روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات بر آنها تأثیر نهاد و به آنها شکل دلخواه داد. با توجه به این تغییرات و تحولات سریع، خلاقیت و نوآوری به عنوان اصل اساسی و مهم بقای سازمان‌ها پذیرفته شده است. دانشی که سازمان در اختیار دارد و می‌تواند آن را به کارگیرد، بیانگر فعالیت‌هایی است که سازمان قادر به انجام آنهاست. از طرف مقابل فعالیت‌هایی که سازمان باید بتواند از عهده انجام آنها برآید، بیانگر نیاز به دانش‌های جدیدی است که سازمان باید نسبت به کسب و مدیریت آن‌ها اقدام نماید (محسنی زاده، ۱۳۹۷، ص ۴).

خلاقیت به توانایی تولید ایده‌های جدید و نو اشاره دارد. این فرایند شامل تفکر خارج از چارچوب و ایجاد ارتباطات جدید بین ایده‌ها است. به عنوان مثال، در حوزه هنر، یک هنرمند با خلاقیت خود می‌تواند یک اثر هنری منحصر به فرد بسازد که احساسات و افکار جدیدی را در بین بینندگان برانگیزد. و نوآوری به فرایند تبدیل ایده‌های خلاقانه به محصولات، خدمات یا روش‌های جدید و کاربردی اشاره دارد. این شامل به‌کارگیری ایده‌های جدید برای ایجاد ارزش اقتصادی یا اجتماعی است. به عنوان مثال، شرکت اپل با نوآوری در طراحی و فناوری، محصولات جدیدی مانند آیفون را ارائه داد که بازار را متحول کرد (تید و بیسانت، ۱۳۹۳).

فرآیند تولید ایده‌های خلاقانه (خلاقیت) و اجرای بعدی آن‌ها (نوآوری) به عنوان پروسه‌ای پر از تنش‌ها (لیوایز و همکاران، ۱۳۸۱)، پارادوکس‌ها (میرون و همکاران، ۱۳۸۳)، تناقض‌ها (کینگ و همکاران، ۱۳۷۰)، و معضلات (بینر و توشمن، ۱۳۸۲) توصیف شده است. فعالیت‌های مرتبط با تولید ایده، دانش جدیدی ایجاد می‌کند، نیاز به ساختارهای سازمانی و مکانیزم‌های تشویق خاص دارد و به‌طور ذاتی اکتشافی است (شالی، ۱۳۸۱)، در حالی که اجرای ایده، زیرمجموعه‌ای از فعالیت‌های بهره‌برداری است (بلیدون و همکاران، ۱۳۸۸)، زیرا عمدتاً با اجرا، تولید و کارایی سر و کار دارد (مارچ، ۱۳۷۰). به‌طور خلاصه، عواملی که تولید ایده‌های جدید را تسهیل می‌کنند، احتمالاً شرایطی را ایجاد می‌کنند که ممکن است مانع از اجرای ایده‌های جدید شوند (ساروغی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۷۱۶).

خلاقیت و نوآوری به عنوان دو عامل کلیدی در موفقیت سازمان‌ها شناخته می‌شوند. خلاقیت به معنای تولید

ایده‌های جدید و نوآورانه است، در حالی که نوآوری به اجرای این ایده‌ها و تبدیل آن‌ها به محصولات یا خدمات واقعی مربوط می‌شود. این دو عامل به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به طور مداوم بهبود یابند و در بازار رقابتی باقی بمانند. برای مثال، شرکت اپل با خلاقیت در طراحی و نوآوری در فناوری، موفق به ایجاد محصولاتی مانند آیفون و آیپد شد که به‌طور قابل توجهی بازار را تحت تأثیر قرار دادند و درآمد این شرکت را به شدت افزایش داد (اساکسون، ۱۳۹۹ ص ۲۴۵). این محصولات نه تنها تجربه کاربری را بهبود بخشیدند، بلکه برند اپل را به یک نماد خلاقیت تبدیل کردند.

علاوه بر این، خلاقیت و نوآوری به سازمان‌ها این امکان را می‌دهند که به سرعت به تغییرات محیطی پاسخ دهند. به‌عنوان مثال، در دوران پاندمی COVID-19، شرکت‌ها با استفاده از خلاقیت در مدل‌های کسب‌وکار و نوآوری در فناوری‌های دیجیتال، به سرعت به شرایط جدید پاسخ دادند و به بقای خود ادامه دادند (تانینجا و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۳۱۲). عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری شامل فرهنگ سازمانی، رفتار رهبری و ساختارهای سازمانی هستند. به‌عنوان مثال، فرهنگ سازمانی که خلاقیت را تشویق می‌کند، موجب افزایش نوآوری و در نتیجه موفقیت سازمان می‌شود (بلیدو و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۰۰۶).

مطالعه‌ای که توسط اوه و همکاران (۱۴۰۰) انجام شده، نشان می‌دهد که خلاقیت کارکنان می‌تواند موجب افزایش نوآوری‌های محصول و خدمات شود. این تحقیق نشان بیان داشت که سازمان‌هایی که به تحریک و توسعه خلاقیت در تیم‌های خود توجه می‌کنند، در مقایسه با رقبای خود، از عملکرد بهتری برخوردارند (اوه و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۱۸۳). در مطالعه دیگری، شین و همکاران (۱۴۰۱) بیان داشته‌اند که فرهنگ سازمانی که خلاقیت را به‌عنوان یک ارزش محوری در نظر می‌گیرد، به‌طور قابل توجهی بر انگیزه و رضایت شغلی کارکنان تأثیر مثبت دارد. این محققان به بررسی تأثیرات مثبت خلاقیت بر نوآوری و در نهایت بر موفقیت سازمان‌ها پرداخته و نشان دادند که سازمان‌ها با ارتقاء خلاقیت و نوآوری در محیط کار، می‌توانند بهره‌وری و توانایی رقابت خود را افزایش دهند (شین و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۴۷). تحقیق دیگری که توسط راسل و همکاران (۲۰۲۳) صورت گرفته، به بررسی رابطه بین خلاقیت و رهبری تحول‌گرا پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان داده است که رهبران تحول‌گرا که خلاقیت را ترویج می‌دهند، می‌توانند تیم‌های مؤثرتری ایجاد کنند که در نهایت به موفقیت سازمان کمک می‌کند (راسل و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۳۱۲).

تحقیقات جدید نشان می‌دهند که رابطه بین خلاقیت و نوآوری نه تنها در زمینه‌های علمی و تجاری، بلکه در حوزه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و اقتصادی نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در زیر به برخی از تحقیقات جدید در این زمینه اشاره می‌کنم.

تحقیقی که توسط لثمن و کیلی (۱۳۹۶) انجام شده است، نشان می‌دهد که خلاقیت جمعی در تیم‌ها به

شکل‌گیری نوآوری‌های مؤثر منتهی می‌شود. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که تیم‌هایی که محیطی حمایت‌کننده و خلاق دارند، بیشتر قادر به تولید ایده‌های نوآورانه هستند. همین طور مطالعه دیگری که توسط لوییز و همکاران (۱۳۹۹) در ارتباط به نقش فناوری در خلاقیت و نوآوری انجام داده‌اند، بیان داشته‌اند که چگونه فناوری‌های نوین می‌توانند خلاقیت را تقویت کرده و به نوآوری‌های جدید منجر شوند. آن‌ها متوجه شدند که ابزارهای دیجیتال و فضای کار مجازی به افراد این امکان را می‌دهند تا به راحتی با دیگران همکاری کرده و ایده‌های جدیدی را توسعه دهند. تحقیق دیگری که توسط جورج و ژو (۱۳۹۷) در ارتباط به نقش رهبری در خلاقیت و نوآوری انجام یافته است، نشان می‌دهد که سبک‌های رهبری تحول‌گرا می‌توانند خلاقیت و نوآوری را در سازمان‌ها افزایش دهند. این تحقیق نشان می‌دهد که رهبرانی که به کارکنان خود آزادی عمل می‌دهند و آن‌ها را تشویق به تفکر خلاق می‌کنند، به شکل قابل توجهی نرخ نوآوری را در سازمان بالا می‌برند. در مطالعه دیگری که توسط داویز و همکاران (۱۴۰۱) صورت گرفته است، نشان می‌دهد که محیط‌های کاری فیزیکی و فرهنگی تأثیر زیادی بر خلاقیت و نوآوری دارند. آن‌ها دریافتند که فضاهای کاری باز و همکاری محور، به کارکنان کمک می‌کند تا ایده‌های خلاقانه‌تری تولید کنند و مهم‌تر از آن این‌که این ایده‌ها به نوآوری‌های جدید تبدیل شوند. در تحقیقی که امایل (۱۳۷۴) در ارتباط به خلاقیت به عنوان پیش‌نیاز نوآوری انجام داده است، نشان می‌دهد که خلاقیت به عنوان یکی از ارکان اساسی نوآوری شناخته می‌شود. او بیان می‌کند که برای تحقق نوآوری، ابتدا باید ایده‌های جدیدی ایجاد شوند و این ایده‌ها باید در یک محیط خلاق پرورش یابند.

در مطالعه‌ای حسین و همکاران (۱۴۰۲) به بررسی ارتباط بین فرهنگ سازمانی و خلاقیت پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که فرهنگ‌های سازمانی که به خلاقیت و ریسک‌پذیری بها می‌دهند، به نوآوری‌های قابل توجهی دست پیدا می‌کنند. در تحقیق دیگری که به وسیله لیونارد و سینسپیر (۱۳۹۹) انجام شده، به بررسی تأثیر تنوع در تیم‌ها بر افزایش خلاقیت و نوآوری می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تنوع فرهنگی و فکری در تیم‌ها می‌تواند به تولید ایده‌های خلاقانه‌تر و نوآوری‌های مؤثرتر منجر شود. در مجموع این تحقیقات نشان می‌دهند که خلاقیت سنگ بنای نوآوری است. خلاقیت، سوخت نوآوری است و نوآوری، نتیجه نهایی خلاقیت است. یک سازمان موفق، باید هر دو فرآیند را به خوبی مدیریت کند تا بتواند در بازار رقابتی امروز موفق باشد.

خلاقیت فرآیند نوآوری را تحریک می‌کند، زیرا نوآوری به عنوان کاربرد موفق آنچه خلاقیت در سازمان‌ها تولید می‌کند، توصیف می‌شود. تمامی نوآوری‌ها با ایده‌های خلاقانه آغاز می‌شوند. از این رو، خلاقیت به عنوان بخشی از فرآیند نوآوری در نظر گرفته می‌شود که منجر به مرحله تولید ایده در فرآیند نوآوری

می‌گردد (فطرتی و اندیرس پاروپ، ۱۳۹۷، ص ۳). کانتر (1367) بیان کرد که خلاقیت یک شرط اساسی برای نوآوری است و است او نیز از دیدگاه نظریه تکامل، خلاقیت را به عنوان نقطه آغاز نوآوری در نظر می‌گیرد و این دو را از هم جدا نمی‌داند. اسکات و همکاران، خلاقیت را مفهومی مرتبط با تولید ایده‌های جدید و مفید می‌دانند و نوآوری را مفهومی که شامل تولید، پذیرش و اجرای ایده‌های مفید است. به قول دامان‌پور (۱۳۸۱) خلاقیت می‌تواند بر نتایج نوآوری تأثیر بگذارد و به حل مسائلی که در فرآیند نوآوری به وجود می‌آید، کمک کند، اما تنها یک عنصر از تولید نتیجه نوآوری و یک زیرفرآیند در فرآیند نوآوری است. با این حال، بیشتر محققان به‌طور کلی نوآوری را مفهومی وسیع‌تر از خلاقیت می‌دانند و بر اهمیت و رابطه نزدیک علت و معلولی بین خلاقیت و نوآوری تأکید دارند (هانگ، جن و هاینک، 1394، ص ۳). تحقیقی که توسط ساروخی و همکاران (1394) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی رابطه بین خلاقیت و نوآوری: فراتحلیل عوامل سازمانی، فرهنگی و محیطی» نشان داده اند که بین خلاقیت و نوآوری یک رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مطالعات نشان داده‌اند که خلاقیت می‌تواند به افزایش بهره‌وری سازمانی منجر شود. این امر از طریق بهبود فرآیندهای داخلی، کاهش هزینه‌ها، و یافتن راه‌حل‌های نوآورانه برای چالش‌های سازمانی محقق می‌شود. بر اساس تحقیقی که در سال ۱۴۰۱ توسط جانسون و همکاران انجام شده است، مشخص شد که سازمان‌هایی که کارکنان خلاق بیشتری دارند، بهره‌وری بالاتری در مقایسه با سایر سازمان‌ها دارند (جانسون و همکاران، ۱۴۰۲). تحقیقات دیگری نشان داده‌اند که نوآوری در توسعه محصولات و خدمات جدید، تأثیر مستقیمی بر سهم بازار و سودآوری سازمان دارد. در تحقیقی که توسط لی و چانگ (۱۴۰۱) انجام شد، مشخص شد که سازمان‌هایی که بودجه بیشتری برای فعالیت‌های نوآورانه اختصاص می‌دهند، در بازارهای رقابتی عملکرد بهتری دارند (لی و چانگ، ۱۴۰۰، ص ۵۴۵). در تحقیق اسمیت و همکاران (۱۳۹۹)، بیان شد که کارکنانی که احساس می‌کنند ایده‌های آن‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد، عملکرد بهتری نشان می‌دهند و وفاداری بیشتری به سازمان دارند (اسمیت و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۴۵). همین طور تحقیق دیگری که توسط ویلسون و همکاران (۱۴۰۰) صورت پذیرفته است، نشان داد که تیم‌های خلاق، توانایی بیشتری در ارائه راه‌حل‌های نوآورانه برای چالش‌های سازمانی دارند (ویلسون و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۸۶۶). به‌طور خلاصه، عواملی که تولید ایده‌های جدید را تسهیل می‌کنند، احتمالاً شرایطی را ایجاد می‌کنند که ممکن است مانع از اجرای ایده‌های جدید شوند (ساروخی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۷۱۶).

نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که خلاقیت و نوآوری نه تنها به عنوان ابزاری برای بهبود عملکرد سازمانی، بلکه به عنوان استراتژی‌هایی ضروری برای بقا و پیشرفت سازمان‌ها در محیط‌های رقابتی عمل می‌کنند.

مدیران سازمان‌ها باید با سرمایه‌گذاری در پرورش خلاقیت و ایجاد فضای نوآورانه، شانس موفقیت و رشد سازمان خود را افزایش دهند.

خلاقیت

خلاقیت شامل تبدیل ایده (سروری، ۱۴۰۰)، تخیل و رویاها (رینز و جاج، ۱۳۸۶) به واقعیت است. به تعبیر دیگر، خلاقیت عبارت است از توانایی تولید ایده‌ها و راه‌حل‌های متعدد، جدید و مناسب برای حل مسایل و مشکلات (فیضی، ۱۳۸۹). واقعیت این است که تاکنون، اندیشمندان برداشت‌های متفاوتی از واژه خلاقیت داشته و تعریف‌های متنوعی از آن ارایه کرده‌اند. وجود چنین اختلاف نظری، ناشی از ماهیت پیچیده آن است. برخی در تعریف خلاقیت، گفته‌اند: «خلاقیت، ترکیبی است از قدرت ابتکار، انعطاف‌پذیری و حساسیت در برابر نظریاتی که یادگیرنده را قادر می‌سازد خارج از نتایج تفکر نامعقول، به نتایج متفاوت و مولد بیندیشد که حاصل آن، رضایت شخصی و احتمالاً خوشنودی دیگران خواهد بود (سروری، ۱۳۹۹؛ استونر، ۱۳۷۴). بنابراین، خلاقیت یک فرایند ذهنی است که از فرد معینی و در یک زمان مشخص دیده می‌شود؛ فرآیندی که در نتیجه آن، یک اثر جدید - اعم از ایده یا چیزی نو و متفاوت - تولید می‌شود. تولید جدید و متفاوت، می‌تواند کلامی یا غیر کلامی و عینی یا ذهنی باشد. در مطالعه‌ی پیرامون خلاقیت، به دو نکته مهم در زیر باید توجه داشت: نخست، خلاقیت می‌تواند خلق اشکال یا صورت‌های جدیدی از ایده‌ها یا تولیدات کهنه باشد. در این صورت، اغلب افکار و ایده‌های گذشته، اساس خلاقیت‌های تازه است. دوم، خلاقیت امری انحصاری است و حاصل تلاش فردی و تنها یک موقعیت یا مسأله‌ی عمومی نیست؛ از این رو، فردی ممکن است چیزی را خلق کند که قبلاً هیچ‌گونه سابقه‌ی ذهنی از آن نداشته باشد؛ اگرچه آن چیز به صورت‌های مشابه یا کاملاً یکسان قبلاً توسط شخص دیگری و در موقعیت خاصی خلق شده باشد. در واقع، خلاقیت را می‌توان توانایی دیدن چیزهای نو و غیرمعمولی، دیدن مسایل و مشکلاتی که اکثر آدم‌ها به آن توجهی ندارند و یا آن را نمی‌بینند و سپس ارایه رهیافت‌های جدید، غیرمعمولی و اثربخش دانست.

یکی از نویسندگان خلاقیت را به عنوان پدیدآوری فکر نو تعریف کرده است. نویسنده‌ی دیگری خلاقیت را به معنای ترکیب افکار به شیوه‌ای متفاوت و یا ایجاد ارتباط غیرمعمول بین نظرات تعریف کرده است. همین‌طور، نویسنده‌ی دیگری خلاقیت را به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید دانسته است (فیضی، ۱۳۸۹، ص ۳۹۷).

به عقیده گیلفورد، خلاقیت تفکر واگرا (دست‌یافتن به رهیافت‌های جدید) برای حل مسایل است. و در مقابل تفکر همگرا (دست‌یافتن به پاسخ صحیح) قرار دارد. در تفکر همگرا، فرد به دنبال پیدا کردن یک راه

صحیح است. به عبارت دیگر، در شرایطی که فرد با مسئله‌ای برخورد کند و برای حل آن به یک راه حل که از قبل تعیین شده توجه نماید، باید گفت او دارای تفکر همگرا است. در مقابل اگر یک فرد در مقابل یک مسئله، به چندین راه حل از زوایای مختلف پی ببرد، دارای تفکر واگرا است. روان‌شناسان افرادی که تفکر واگرا دارند را افراد خلاق می‌دانند. برای آن‌که فرد خلاق باشد باید نیازها را بشناسیم و برای رفع آن از دیدگاه‌های متفاوت آن را بررسی کرده و در نهایت برای رفع آن نیاز، راه‌های مختلف و نوینی ارایه نماییم (سروری، ۱۳۹۹). خلاقیت عبارت از خارج شدن از قالب‌های ذهنی و کشف چیزهای جدید و معنادار است^۱. یعنی ایجاد و پیدایش یک فکر یا اندیشه‌ی نو و جدید را خلاقیت گویند (رایتز، ۱۳۷۷؛ استونر، ۱۳۷۴).

محققان معتقدند همه انسان‌ها در کودکی از استعداد خلاق برخوردارند، لکن فقدان محیط مناسب و بی‌توجهی و عدم تقویت این توانایی، مانع ظهور آن می‌گردد. برای هر جامعه‌ای، وجود افراد خلاق ضروری است؛ زیرا جوامع در زمان پیشرفت، نیاز مبرمی به راه‌حل‌های مفید برای حل مسایل حال و آینده‌ی خود دارند. و با نگاهی به گذشته در می‌یابیم که جهان ما به دست افراد معدودی که در تفکر خود جهش‌های خلاق داشته‌اند، تغییرات بنیادی کرده است (سروری، ۱۴۰۰). در واقع خلاقیت به معنای رسیدن به ایده‌های جدید و تازه به منظور حل مشکلات با صحیح‌ترین روش است.

نوآوری

به کارگیری ایده‌های نو ناشی از خلاقیت که می‌تواند به صورت یک محصول یا خدمت جدید یا روشی برای انجام کارها باشد را نوآوری گویند. یعنی، نوآوری، بهره‌برداری موفقیت‌آمیز از ایده‌های نو است (سروری، ۱۴۰۰). به عبارت دیگر، نوآوری^۱، فرایند ادراک یا ایجاد دانش مربوط و تبدیل آن به محصولات و خدمات پیشرفته و یا جدید برای افرادی است که خواهان آن می‌باشند. منظور از نوآوری خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده است. در واقع نوآوری به کارگیری توانایی ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است. گاهی منظور از نوآوری عبارت است از کاربرد یک فن قدیمی در حل یک مسئله‌ی جدید؛ به گونه‌ای که قبلاً به این صورت از آن استفاده نشده باشد. بنابراین، نوآوری علاوه بر ابداع و به کارگیری نظریات و طرح‌های جدید، شامل کاربرد طرح‌های قدیمی در زمینه‌های جدید نیز می‌شود. با توجه به توضیحات فوق، نوآوری عبارت از کاربردی ساختن افکار و اندیشه‌های نو و جدید ناشی از خلاقیت است (رایتز و جاج، ۱۳۸۶؛ رضائیان ۱۳۹۵؛ سروری، ۱۳۹۹؛ استونر ۱۳۷۴؛ رایتز، ۱۳۷۷). به قول الییدار و شیوا (۱۳۸۵) نوآوری شامل بهره‌برداری موفق از ایده‌های جدید می‌باشد. بنابراین آن به دو وضعیت اشاره دارد: تازگی

^۱. Innovation

و کاربرد.

رابطه و تفاوت بین خلاقیت و نوآوری

برخی از نویسندگان مدیریت بین خلاقیت و نوآوری تفاوت قابل می شوند. آن‌ها خلاقیت را ظهور یک ایده‌ی نو و نوآوری را انتقال چنین ایده‌ای در قالب تولید یک کالا، خدمت یا روش نو و جدید می‌دانند. خلاقیت به قدرت ایجاد اندیشه‌های نو اشاره دارد و نوآوری به معنای کاربردی ساختن آن افکار نو و تازه است. به بیان دیگر، خلاقیت پایه و اساس نوآوری است. زمانی که ایده‌های جدید و خلاقانه تولید می‌شوند، می‌توانند به عنوان نقطه شروعی برای نوآوری عمل کنند. به عبارت دیگر، بدون خلاقیت، نوآوری نمی‌تواند شکل بگیرد. مطالعه‌ای که توسط امابیلی^۲ (۱۳۷۵) انجام شده، مشخص شد که محیط‌های خلاق، به افزایش نوآوری در سازمان‌ها کمک می‌کنند. به همین دلیل، بسیاری از سازمان‌ها برای ترویج خلاقیت در تیم‌های خود سرمایه‌گذاری می‌کنند تا زمینه‌های نوآوری را فراهم کنند.

یکی از نویسندگان، خلاقیت را ایجاد آن‌چه قبلاً وجود نداشته است می‌داند و برای آن ماهیتی جدید خواه در ذهن خواه در نقطه دید (عینی) قابل است، و یکی دیگر از آن‌ها خلاقیت را درخشش یک اندیشه و به وجود آمدن نظر و ایده‌ی نو می‌داند. به زعم وی خلاقیت کشف چیزی است موجود، که به علت کور ذهنی ناشی از عادت دیده نمی‌شده است. خلاقیت، نگاه کنجکاو و کاوشگر به پدیده‌ای قدیمی است که آن را می‌یابد و آشکار می‌کند (سروری، ۱۴۰۱).

همان‌گونه که از تعاریف نتیجه‌گیری می‌شود، خلاقیت لازمه‌ی نوآوری است و تحقق نوآوری وابسته به خلاقیت است. اگرچه در عمل نمی‌توان این دو را از هم متمایز ساخت، ولی می‌توان تصور کرد که خلاقیت بستر رشد و پیدایش نوآوری‌هاست. از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است و تا اندیشه‌ای نو به صورت محصول یا خدمت جدید درآید، زمانی طولانی می‌گذرد و تلاش‌ها و کوشش‌های بسیاری به عمل آید.

در این جایی مناسب نیست به این نکته نیز اشاره شود که خلاقیت و نوآوری نوعی تغییر ایجاد می‌کند، اما هر تغییری را نمی‌توانیم نوآوری بنامیم. نوآوری تغییری بدیع و تازه است که براساس اندیشه‌ای نو، که سابقه قبلی ندارد، به وجود می‌آید و از این رو اگرچه نوآوری تغییر است، اما هر تغییری نوآوری نیست (الوانی، ۱۳۹۰، ص ۲۳۰). خلاقیت با ساختن و یافتن فکرهای جدید و نوآوری بر کاربرد فکرهای جدید و نو سروکار

^۲. Amabile

دارند. به تعبیر دیگر، خلاقیت نقطه آغاز نوآوری است و بنابراین، نیاز به پرورش و توسعه دارد. نویسنده‌ای اعتقاد دارد خلاقیت به‌طور معمول به توانایی و قدرت پرورش افکار نو مربوط می‌شود، در حالی که نوآوری به معنای استفاده از این افکار است. در واقع نوآوری بهره‌برداری مؤقت‌آمیز از ایده‌های نو و جدید است (سروری، ۱۴۰۰).

مراحل الگوی حل خلاق مسایل

از نظر اسبورن-پارنز الگوی حل خلاق مسایل شامل موارد زیر است:

۱. حقیقت‌یابی: برای ایجاد آمادگی در تعریف مسأله باید به اطلاعات لازم درباره‌ی آن دست‌یافت؛
۲. مسأله‌یابی: در این مرحله، مسأله شناسایی و مشکل تعریف می‌شود؛
۳. ایده‌یابی: برای مسأله راه‌حل‌های متعددی در نظر گرفته می‌شود؛
۴. راه‌حل‌یابی: از بین راه‌حل‌های مختلف بهترین آن‌ها انتخاب می‌شود؛
۵. پذیرش‌یابی: در این مرحله، راه‌حل انتخاب شده اجرا می‌شود.

همه انسان‌ها از استعداد نوآوری و خلاقیت برخوردارند. بنابراین، نباید آن‌را فقط در انحصار مدیران فرض کرد؛ در واقع جلوگیری از عوامل بازدارنده‌ی ظهور خلاقیت، مهم‌تر از وجود استعداد خلاق است؛ زیرا در صورت آزادسازی ذهن از پیش‌فرض‌ها و الگوهای زنجیره‌ای، در مدت کوتاهی می‌توان قدرت خلاقیت و به‌کارگیری فکری نو را به‌نحو چشم‌گیری افزایش داد (رضائیان، ۱۳۹۰، ص ۱۰۴).

انواع خلاقیت

زندگی پیچیده‌ی امروزی، هر لحظه در حال تغییر و نو شدن است و خلاقیت و نوآوری، ضرورت استمرار زندگی فعال می‌باشد. جامعه انسانی برای زنده ماندن و گریز از مرگ به تحول و نوآوری نیاز دارد. امروز شعار «نابودی در انتظار شماست مگر این که خلاق و نوآور باشید» در پیش‌روی مدیران همه‌ی سازمان‌ها قرار دارد. خلاقیت، امروزه یکی از وظایف بسیار مهم و حیاتی مدیران به‌شمار می‌رود. در این جا خلاقیت فردی، خلاقیت گروهی و سازمانی به‌صورت مختصر توضیح می‌گردد.

الف) خلاقیت فردی

خلاقیت موضوع مهمی از تفاوت‌های فردی به‌شمار می‌آید. تاریخ گذشته گویایی آن است که جهان به دست افراد معدودی که در تفکر خود جهش‌های خلاق داشته‌اند، تغییرات بنیادی کرده است. گالیله، داروین و انیشتین در درک دنیایی که انسان در آن زندگی می‌کند نقش بسیار ارزنده ایفا کرده‌اند.

اختراعات و اکتشاف‌ها نیز نمایانگر همین نکته‌اند: کلیه‌ی اختراعات را کسانی طراحی و ساخته‌اند که «خلاق» نامیده می‌شوند. در سازمان‌ها همیشه، تعدادی کمی از افراد بخش عمده‌ای از اندیشه‌های اولیه را برای فرایند نوآوری خلق می‌کنند. نویسندگان، افراد خلاق را دارای ویژگی‌های منحصر به فرد دانسته‌اند و براین باورند که افراد خلاق دارای ویژگی‌های زیر است:

۱. انعطاف‌پذیرتر از افراد غیرخلاق‌اند و هنگام برخورد با مشکلات تمایل دارند نگرش خود را تغییر دهند، و پیچیدگی کارها را بر سهولت آن ترجیح می‌دهند؛
۲. بیشتر تمایل به استقلال دارند؛
۳. هنگام چالش درباره‌ی اندیشه‌های‌شان، سرسختانه از مواضع خود دفاع می‌کنند؛
۴. انگیزش درونی برای آنان امر حیاتی است؛
۵. برای رسیدن به موفقیت سخت کار می‌کنند؛
۶. بسیار کنجکاو و با افکار نو سر و کار دارند؛
۷. مشتاقانه به حل مسایل می‌پردازند، حتی اگر مسأله بسیار سخت باشد؛
۸. نسبت به خود و توانایی قضاوت آزادانه خود آگاهی دارند؛
۹. وجود خود را وقف کارشان می‌کنند و سخت‌کوش‌تر از دیگران‌اند؛
۱۰. زمان بیشتری را صرف کار خود می‌کنند؛
۱۱. پرتکاپو و دارای انرژی‌اند؛
۱۲. از مخاطره در کار استقبال می‌کنند (سروری، ۱۴۰۰، ص ۴۲۵).

افراد خلاق با داشتن خصوصیات فوق می‌توانند سهم عمده‌ای در موفقیت سازمان داشته باشند. تحقیقات متعددی نشان می‌دهد یکی از عوامل اساسی که تعدادی از سازمان‌ها را به اوج شکوفایی و پیشرفت رسانیده است وجود افراد خلاق، نوآور و کارآفرین است. به همین دلیل امروزه سازمان‌ها از یک طرف به دنبال افراد خلاق و کارآفرین هستند و از جانب دیگر در تلاش‌اند تا زمینه‌ی بهتر را برای آموزش و پرورش افراد خلاق و کارآفرین فراهم نمایند. تحقیقات انجام شده در زمینه ویژگی‌های افراد خلاق توسط سیسک (۱۳۷۴)، نشان می‌دهد که آنان علاوه بر این‌که از هوشی سرشار، صداقت، صراحت و انعطاف‌پذیری برخوردار هستند، از اوقات فراغت خود حداکثر بهره را گرفته، با آزاداندیشی و تفکر واگرا، مسائل مختلف را بررسی می‌کنند و به راه حل‌های نو دست می‌یابند (بهشتی قوزلو، ۱۴۰۳، ص ۳).

ب) خلاقیت گروهی

افکار خلاق با تلاش بسیار سخت به بار می‌نشیند و شیوه‌های بسیاری، به خصوص در تصمیم‌گیری، وجود دارد تا این نوع افکار را پرورش دهد. برخی شیوه‌ها بر واکنش‌های متقابل گروهی و برخی بر اقدامات فردی تأکید دارند. شیوه‌های مشهور همکاری خلاق گروهی به قرار زیر است.

طوفان مغزی^۳: این تکنیک یکی از شیوه‌های اساسی برگزاری جلسات و مشاوره و دستیابی به انبوهی از دیدگاه‌ها و ایده‌ها برای حل خلاق مسئله می‌باشد که در سال ۱۹۳۸ توسط «الکس اسبورن» ابداع شد. این تکنیک فقط شیوه‌ای برای تولید ایده است و آغاز راه می‌باشد. حل خلاق مسایل دارای ۳ مرحله است: حقیقت‌یابی، ایده‌یابی، و ارزیابی و راه‌حل‌یابی.

طوفان مغزی شیوه‌ای برای گردهمایی است که در آن گروهی می‌کوشند با ارایه‌ی اندیشه‌های تخنیکی کنترل نشده و سازمان نیافته برای مسأله‌ی به‌خصوص راه‌حلی بیابند. جلسات طوفان مغزی گردهمایی خلاق است که صرفاً با هدف ایجاد فهرستی از اندیشه‌هایی که می‌توان آن‌ها را به‌عنوان سرنخی برای حل مسأله به‌کاربرد، تشکیل می‌شود. در این روش موضوعی برای اظهار نظر به گروهی داده می‌شود. بهتر است اعضای گروه تخصص‌های مختلف داشته باشند و افراد کم تجربه نیز در میان آنان باشند.

در جلسه طوفان ذهنی، از افراد خواسته می‌شود هر فکری که درباره‌ی موضوع به ذهنشان می‌رسد، ارایه دهند تا پیش از پایان جلسه این ایده‌ها را بتوان به دقت ارزیابی کرد و به جریان انداخت. جلسه طوفان مغزی در صورتی مؤثر است که موارد در آن رعایت شود:

۱. انتقاد ممنوع است. اجازه‌ی هیچ‌گونه انتقادی نسبت به نظرات و دیدگاه‌های ابراز شده در جلسه داده نمی‌شود. همه حق دارند آزادانه ابراز نظر مثبت و منفی کنند. انتقاد موجب می‌شود تا افراد از بیان ایده‌هایی که فکر می‌کنند مورد انتقاد واقع خواهند شد، خودداری کنند (الوانی، ۱۳۹۰، ص ۲۳۵).

۲. کمیت مورد نظر است. هرچه تعداد اندیشه‌ها بیشتر باشد احتمال ظهور اندیشه‌های مفید بیشتر است.

۳. افراد برای اصلاح عقاید دیگران تشویق می‌شوند (فیضی، ۱۳۸۹، ص ۴۰۷).

در مورد ویژگی‌های اعضای شرکت‌کننده در جلسات طوفان مغزی، اصولاً باید افراد نسبت به مسأله‌ی مورد بحث دارای زمینه‌های تخصصی باشند، اما از جهت تجربه می‌توانیم اعضای تازه‌وارد و مجرب را در یک گروه قرار دهیم و از تعامل نظریات آنان به ایده‌های جدید دست پیدا کنیم. البته در جلسات تحرک مغزی باید هوشیار باشیم تا یک یا چند نفر بر سایرین سلطه پیدا نکنند و افکار و نظریات آنان را تحت شعاع نظر

^۳. Brain Storming

خود قرار ندهند. از این رو توصیه آن است که اعضای جلسه با یکدیگر تقریباً همسانی داشته باشند و یک فرد عالی مقام سازمانی به همراه زیردستانش در یک جلسه طوفان مغزی شرکت نجوید. علاوۀ این که جلسات تحرک مغزی باید در گروه‌های کوچک انجام‌پذیرد و تعداد از ۱۲ نفر حد مطلوب برای اعضای یک جلسه طوفان مغزی است (الوانی، ۱۳۹۰ ص ۲۳۶).

تکنیک ۵-۳-۶ گروه اسمی^۴: روش گروه اسمی از جمله شیوه‌های ایده‌یابی خلاق است. در این روش برخلاف شیوهی تحرک مغزی، افراد جدا از هم ولی در کنار هم کار می‌کنند. در جلسه گروه اسمی، اعضای جلسه نظرات خود را در صفحات کاغذ یادداشت کرده و بدون آن که مشخص شود چه کسی طرح، ایده و تفکر را نوشته است، ایده‌ها بین اعضا مبادله شده و تکمیل و تعدیل می‌شوند (الوانی، ۱۳۹۰، ص ۲۴۲).

ج) خلاقیت سازمانی: همان‌طور که برای رشد گیاه و نبات محیط و فضای مناسب نیاز است، برای رشد و شکوفایی خلاقیت و نوآوری هم فضا و محیط مناسب باید وجود داشته باشد، تا ذهن، روان و حافظه‌ی افراد برای پرورش و پرداختن به ایده‌های نو و ایجاد فرصت‌های تازه آماده گردد. سازمان‌های خلاق دارای ویژگی‌هایی اند که در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. سازمان‌های خلاق همیشه در جست‌وجوی افراد خلاق و کارآفرین اند؛
۲. سازمان‌های خلاق زمینه را برای آموزش و پرورش کارکنان بیش‌تر از پیش فراهم می‌سازند؛
۳. سازمان‌های خلاق، افراد خلاق را همواره جذب، هدایت، پشتیبانی و حمایت می‌نمایند؛
۴. تغییرات در این سازمان‌ها به آغوش باز می‌پذفته می‌شود؛
۵. امکانات مناسب و زمینه بهتر برای تحقیقات بیشتر در این سازمان‌ها همواره مهیا است؛
۶. سازمان‌های خلاق سطح آموزش کارکنان خود را به‌طور مستمر و متداوم ارتقاء می‌دهند تا دانش و معلومات آن‌ها به‌روز باشد؛
۷. ایجاد امنیت و ثبات شغلی برای کارکنان و استخدام دائمی آنان؛
۸. نتایج به‌دست آمده از فعالیت‌های خلاق در این سازمان‌ها به‌کار گرفته می‌شود (اصغری، ۱۳۹۵، ص ۲۵۷).
۹. سازمان مشتری‌مدار است و توجه به نیازهای مشتری و جلب رضایت او هدف نهایی است؛

۱۰. در سازمان‌های خلاق ساختار، استراتژی، فرهنگ، خط‌مشی‌ها و انتظارات سازمان بر تقویت روحیه‌ی کارآفرینی تأکید دارند.

مدل سه جزئی خلاقیت

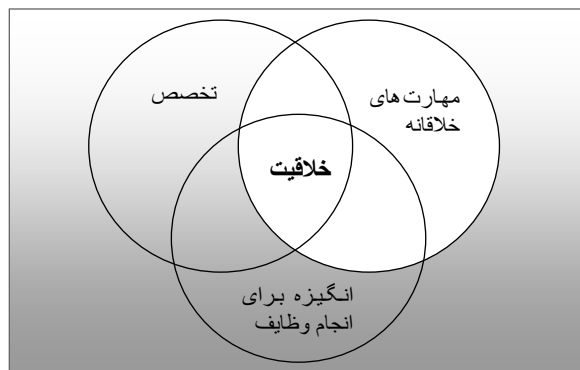
باتوجه به این‌که اکثر مردم حداقل تا حدودی دارای ظرفیت خلاقیت می‌باشند، افراد و سازمان‌ها چطور می‌توانند خلاقیت کارکنانشان را برانگیزانند؟ بهترین پاسخ برای این سؤال در مدل سه جزئی خلاقیت ۵ نهفته است. این مدل براساس تحقیقات بسیاری که به انجام رسیده، ادعا می‌کند که خلاقیت فردی اساساً نیازمند تخصص، مهارت‌های تفکر خلاقانه و انگیزه‌ی درونی برای انجام وظایف می‌باشد.

۱. **تخصص.** تخصص پایه همه کارهای خلاقانه است. اگر فرد توانایی‌ها، دانش، خبرگی و تجربیات مشابه در زمینه‌ی کاری‌اش داشته باشد، پتانسیل خلاقیت افزایش می‌یابد.

۲. **مهارت.** مهارت دومین جزء، تفکر خلاقانه است. این مهارت‌ها شامل خصوصیات شخصیتی است که با خلاقیت، توانایی به‌کارگیری قیاس‌ها و استعداد دیدن شباهت‌ها از زاویه‌ای دیگر ارتباط دارد. تحقیقات نشان داده که وقتی وضعیت روحی خوبی داریم، خلاقیت بیشتر بروز می‌کند، از این‌رو اگر می‌خواهیم خلاق باشیم، باید کارهایی که باعث خوشحالی ما می‌شود را انجام دهیم. همچنین شواهد حاکی از آن است که قرارگرفتن در کنار افراد خلاق واقعاً می‌تواند خلاقیت را بالا ببرد؛ مخصوصاً اگر «تشنه خلاقیت» باشید.

۳. **انگیزه.** آخرین بخش مدل سه جزئی خلاقیت، انگیزه درونی برای انجام وظایف می‌باشد. مفهوم این جزء، میل به کارکردن روی یک موضوع به دلیل جذابیت، درگیر شدن در آن، هیجان، خرسندی یا چالش‌های فردی است. این جزء انگیزشی باعث می‌شود ایده‌های خلاقانه از حالت بالقوه به بالفعل تبدیل شوند. همچنین مشخص می‌کند که افراد تا چه حد مهارت‌ها و تخصص‌های خلاقانه‌ی خود را به‌کار می‌گیرند. افراد خلاق معمولاً کارشان را دوست دارند. محیط کار هم می‌تواند تأثیر به‌سزایی بر انگیزش درونی بگذارد. برخی از محرک‌هایی که منجر به بارور شدن خلاقیت می‌شوند، عبارتند از: فرهنگی که جریان یافتن ایده را تشویق می‌کند، بررسی عادلانه و سازنده‌ی ایده‌ها، پاداش دادن و به رسمیت شناختن کارهای خلاقانه، وجود منابع مالی، مادی و اطلاعاتی کافی، آزادی عمل در انتخاب کاری که باید انجام شود و چگونگی انجام آن، سرپرستی که به‌خوبی از ارتباط برقرار کرده، به دیگران اطمینان داشته و از کار گروهی حمایت می‌کند، اعضای گروه‌کاری که از یکدیگر حمایت کرده و به

هم اطمینان دارند. انگیزه در واقع انرژی لازم برای تحقق کار خلاق است (سروری، ۱۳۹۹، ص ۴۲۶).
شکل ۱ مدل سه جزء خلاقیت را نشان می‌دهد.



شکل مدل سه جزء خلاقیت، منبع: (رایبیز و جاج، ۲۰۰۹، ص ۱۶۵)

عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری

برخی از صاحب نظران مدیریت در ارتباط به عوامل مؤثر بر خلاقیت و نوآوری به چهار دسته از عامل‌ها به قرار زیر اشاره نموده‌اند.

۱. امکانات مناسب تحقیقاتی و مالی برای کوشش‌های نوآورانه؛
 ۲. جذب و به‌کارگیری افراد خلاق و نوآور به سازمان؛
 ۳. آزادی عمل کافی در انجام فعالیت‌ها و تلاش‌های خلاق؛
 ۴. به‌کارگیری نتایج حاصل از فعالیت‌های خلاق و دادن پاداش مناسب به افراد خلاق.
- هرگاه سیستم سازمانی با در نظر داشت این عامل‌ها طراحی شود، خلاقیت و نوآوری در سازمان توسعه یافته و تقویت می‌شود (سروری، ۱۴۰۰، ص ۴۲۹).

اهمیت و ضرورت خلاقیت در سازمان‌ها

خلاقیت و نوآوری عامل رشد و بالندگی سازمان، ارتقای بهره‌وری، افزایش کیفیت تولیدات و خدمات، موفقیت در رقابت، افزایش انگیزش کارکنان و رضایت شغلی آن‌ها، کاهش هزینه‌ها، ضایعات و اتلاف منابع، تنوع تولیدات و خدمات و کاهش بورکراسی اداری و پشت میزنشینی و مشق عمل گرایی است. بنابراین سازمان‌ها باید تمام تلاش خود را در انجام تحقیقات و تحقیقات گسترده جهت ایجاد، تشویق و نهادینه‌سازی خلاقیت و نوآوری به‌کارگیرند. با پیشرفت روزافزون دانش و فناوری و جریان گسترده اطلاعات، امروزه جامعه ما نیازمند آموزش مهارت‌هایی است که با کمک آن بتواند همگام با توسعه علم و فناوری به پیش برود. هدف باید پرورش انسانهایی باشد که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبه‌رو شده و به حل

آن‌ها بپردازند. به گونه‌ای که انسان‌ها بتوانند به خوبی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو مشکلات را از میان بردارند. امروزه مردم نیازمند تقویت خلاقیت و نوآوری هستند تا با خلق افکار نو به سوی یک جامعه سعادت‌مند قدم بردارند. گسترش و سرعت تغییرات در سراسر جهان باعث شده که خلاقیت بیش از پیش اهمیت یابد، کشورها فقط با ابتکار و نوآوری می‌توانند خود را با شرایط جدید وفق داده و همگام با دگرگونی‌ها به پیش روند. بدیهی است در دنیای پیچیده کنونی، سازمان‌هایی در رقابت با سایرین موفق‌ترند که بتوانند از فرصت‌های پیش‌رو به بهترین نحو استفاده کنند، این امر جز با افزایش خلاقیت و نوآوری امکان‌پذیر نیست (سلیمی، ۱۳۹۲) ص ۸.

موانع خلاقیت و نوآوری

خلاقیت و نوآوری و ارایه‌ی فکر و نظر جزء خصوصیات فطری همه‌ی افراد است که در شرایط و محیط مطلوب با شیوه‌های مناسب قابل شکوفا شدن و توسعه‌یافتن است. موانع خلاقیت و نوآوری قرار زیر است:

الف: موانع فردی خلاقیت

الکس اس. اسبورن به بعضی از موانع فردی در راه خلاقیت اشاره نموده و می‌گوید: تأکید بر عادت‌های پیشین، دل‌سرد شدن، کم‌رویی و عدم تحسین و تشویق به موقع، درخت پربار خلاقیت را می‌خشکاند. به‌طور کلی، موانع فردی خلاقیت عبارت‌اند از: ترس از شکست، عدم اعتماد به نفس، محافظه‌کاری، رویگردانی از ابهامات، عادت، تمایل به هم‌رنگی و هم‌سویی، عدم توانایی در تحمل ابهام و تضاد، عدم دانش کافی در مورد علوم مربوط، عدم تمرکز ذهنی، عدم انعطاف‌پذیری. جدول زیر توضیح برخی از موارد مهم موانع فردی خلاقیت را نشان می‌دهد.

عدم اعتماد به نفس	بسیاری از مواقع افراد استعداد و توانایی‌های شگرفی دارند، اما نداشتن اعتماد به نفس مانع بروز قوای خلاق آنان می‌شود. این افراد ممکن است افکار و ایده‌های زیادی داشته باشند، اما به نسبت عدم اعتماد به نفس با شک و تردید به آن‌ها می‌نگرند و چون احساس می‌کنند که دیدگاه‌های آنان ارزش چندانی ندارد، جرئت نمی‌کنند آن‌ها را بر زبان آورند. جرئت و باور نداشتن به تدریج منجر به سرکوب توانایی‌های فرد خلاق گردیده و قدرت آزاداندیشی و تعمق را از وی می‌گیرد.
ترس از شکست	شیوه‌ی معمول این است که موفقیت‌ها تشویق و شکست‌ها سرزنش و توبیخ شوند. به همین جهت انسان‌ها از شکست می‌ترسند و تنها دنبال کارهایی می‌روند که احتمال موفقیت آن بیشتر و هیچ‌گونه مخاطره‌ای نداشته باشد. این امر مانع بزرگی در راه توسعه‌ی خلاقیت و نوآوری است. فرد خلاق به شکست به‌عنوان ضرورت زندگی و فرصت طلایی می‌نگرد؛ زیرا بسیاری از تجربه‌ها را تنها از شکست‌ها می‌توان به‌دست آورد و راه دیگری برای دستیابی به آن‌ها وجود ندارد.
عادت	افراد معمولاً روشی را در حل مشکلات به‌کار می‌برند که با موفقیت همراه باشد. این روش در موارد مشابه نیز تکرار می‌شود. اگر فردی به این روش‌ها عادت کند حتی در مسایل غیرمشابه نیز نمی‌تواند به روش دیگری

بیندیشد. عادت موجب می‌شود انسان‌ها در چهارچوب خاصی قرارگیرند و کارهای خود را طبق دستورالعمل معینی انجام دهند. جنبه‌ی شرطی عادت و انجام و اعمال خودبه‌خودی و بدون تفکر موجب سلب توان انسان در ارایه‌ی ایده‌های تازه و جدید می‌شود.

رویکردانی از ابهامات اکثر افراد قادر نیستند با موقعیت‌های مبهم، پیچیده و غیرمطمئن مواجه شوند و نیاز شدید به نظم و ترتیب دارند تا اشکال و ابهامی پیش نیاید و ذهن و فکر آنان مغشوش نشود. بدین ترتیب فرصت‌ها و زمینه‌هایی که می‌تواند منجر به خلق و ابداع شود حذف می‌شوند.

عدم انعطاف‌پذیری انسانی که در قالب معینی فکر و عمل کند انعطاف‌ناپذیر می‌شود. در نتیجه نمی‌تواند درباره‌ی تمام ابعاد مسأله بیندیشد. چنین فردی نمی‌تواند عقاید و افکار را بدون توجه به منبع آن‌ها تحلیل و بررسی کند. مثلاً، تلقی خاص و منحصر به فردی از افکار و افراد دارد و براساس آن قضاوت می‌کند. از سوی دیگر تعصب در بعضی مسایل و موارد مانع ارزیابی درست می‌شود. زیرا مرزهایی را که بر خویش تحمیل می‌کند، امکان خلاقیت و نوآوری و حرکت تازه را از او سلب می‌کند (سروری، ۱۴۰۱، ص ۴۳۱).

مدیران باید بدانند که توان خلاقیت و به‌کارگیری فکرهای نو در گروهی پیروزی بر موانع مذکور است؛ هر چند پیروزی بر آنان مشکل است و احتیاج به زمان دارد.

ب: موانع اجتماعی خلاقیت

موانع اجتماعی آن دسته از موانعی است که به‌طور مستقیم متأثر از محیط اجتماعی است و فرد خود به تنهایی نمی‌تواند به رفع آنان اقدام کند. این موانع بیشتر در محیط‌های خانوادگی و آموزشی و آداب و رسوم تجلی پیدا می‌کنند.

۱. **خانواده.** دوران کودکی نقش بسیار مهمی در شکفتن و بارور شدن استعدادهای مختلف کودکان ایفا می‌کند. عدم آگاهی لازم، شرایط نامساعد، بی‌توجهی به پرسش‌های کودکان، ارزش قایل نشدن به عقاید آنها، انتقاد و سرزنش کردن نابجا از کارهای آنان و قضاوت نادرست در درون خانواده، از مواردی است که مانع رشد و شکوفا شدن خلاقیت کودکان می‌گردد.

۲. **محیط آموزشی.** از آنجایی که نظام‌های آموزشی نقش اساسی در شکوفایی استعدادهای بالقوه‌ی فراگیران دارند و ناکارآمد بودن این نظام‌ها خود بزرگ‌ترین مانع بروز خلاقیت و نوآوری است. علمای تعلیم و تربیت بر این نکته صحه گذاشته‌اند که آموزش مبتنی بر خلاقیت، پربارتر از آموزش به‌وسیله‌ی اعمال قدرت است؛ شاگردی که با به‌کار بستن حداکثر ظرفیت خود انگیزش درونی برای کار کردن پیدا می‌کند، دیگر نیازی به پاداش و تنبیه ندارد. پس سودمندتر آن است که نظام‌های آموزشی موقعیتی فراهم آورند تا با رعایت اصول، خود مانع خلاقیت نشوند. سازمان‌ها از يك سو وظیفه‌ی فراهم نمودن زمینه‌ی رشد و پرورش خلاقیت و نوآوری و همچنین استفاده‌ی صحیح و جهت‌دار از استعدادها و توانایی‌های افراد را به‌عنوان امری مهم به عهده دارند که این خود زمینه‌ساز

توسعه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی در جامعه است و از سویی دیگر برای پویایی خود نیازمند پرورش و بهره‌مندی از خلاقیت و نوآوری در سطوح سازمانی خود هستند.

۳. **آداب و رسوم.** هر جامعه‌ای آداب، رسوم و سنت‌های خاصی دارد. بعضی مواقع رفتارهای اجتماعی، به قدری با این سنت‌ها و گرایش‌ها گروه می‌خورد که افراد به خود اجازه نمی‌دهند به الگوهای تازه‌ای بیندیشند، یا جامعه ممکن است پذیرای حرکت نو نباشد و اگر فردی خلاف آداب و رسوم و علایق معمول قدم بردارد و کار خلاقانه‌ای ارائه دهد او را طرد و نفرین نموده و عملش را غیراخلاقی و حتی جرم و گناه تلقی می‌کنند (فیضی، ۱۳۸۹، ص ۴۲۰).

ج: موانع سازمانی خلاقیت

موانع سازمانی خلاقیت و نوآوری در ابعاد مدیریت، ساختار سازمانی، شغل، فرهنگ سازمانی و آموزش، آداب و رسوم قابل بررسی و دقت است؛ چنانچه این ابعاد با هدف‌ها و رسالتی که سازمان‌ها دارند هماهنگ نباشند، سازمان خود مانعی در راه خلاقیت و نوآوری خواهد بود. موانع سازمانی خلاقیت که در حوزه‌هایی جداگانه مطرح شده، در جدول زیر بیان گردیده است:

مدیریت	این حوزه شامل این موارد است: شیوه‌های رهبری، به‌کارگیری روش‌های تشویق و تنبیه نادرست، نگرش منفی نسبت به توان زیردستان، عدم تحمل انتقاد، عدم تحمل شکست، ضرر و زیان محسوب نمودن هزینه‌های ناشی از خلاقیت و نوآوری.
ساختار سازمانی	در حوزه‌ی ساختار سازمانی این موارد مطرح است: ارتباطات محدود سازمانی، پیروی از طبقه‌بندی مشاغل و شرح شغل ثابت، ارزیابی نادرست عملکرد، ساختار مکانیکی و انعطاف‌ناپذیر.
شغل	بسیاری مواقع شغل افراد مانع بزرگی در جهت خلاقیت آنهاست. وقتی افراد کاری را انجام می‌دهند که علاقه‌ای به آن کار یا شغل ندارند، یا شرایط کاری به‌گونه‌ای است که رضایت‌مندی کارکنان را از بین می‌برد، طبیعی است که افراد هنگام اشتغال به‌کار خود ایده‌ی تازه‌ای نداشته باشند.
فرهنگ سازمانی	فرهنگ سازمانی به‌عنوان بستر و زمینه اصلی سازمان، نقش بسیار مهمی در بروز خلاقیت و نوآوری بر عهده دارد. موانعی که در این زمینه می‌توانند مطرح شوند عبارت است از: عدم احساس مسئولیت اجتماعی، تلاش در جهت حفظ وضع موجود، عدم وجود فضای حمایت از نوآوری و نوآوران، و تأکید بر هدف‌های سازمانی بدون توجه به کارکنان.
آموزش	نیروی انسانی عامل مهم در اثربخشی و کارایی سازمان‌ها است. در این زمینه می‌توان به این موارد که به‌عنوان مانع خلاقیت و نوآوری عمل می‌کنند، اشاره کرد: ضعیف بودن آموزش‌های دوران مکتب، عدم آموزش‌های مستمر در زمینه مسایل کاری. در واقع، استعدادهای خلاق در محیط‌های آموزشی مطلوب و با برنامه‌های سازنده شکوفا می‌شوند. بنابراین، یکی از روش‌های مهم متبلور کردن خلاقیت، تدوین برنامه‌های درسی مهارت پرور، به‌وجود آوردن فضای محرک، مستعد و خلاق است. بدین‌گونه که مسئولان سازمان

باید به طور مستمر آمادگی شنیدن اندیشه‌های جدید را داشته باشند و ترغیب کننده فعالیت‌های خلاق برای یافتن روش‌های جدید در انجام کار و نیز حوزه‌های نو باشند (سروری، ۱۴۰۱، ص ۴۳۳).

مدیریت خلاقیت و نوآوری

مدیریت خلاقیت به مجموعه‌ای از روش‌ها، ابزارها و استراتژی‌هایی گفته می‌شود که سازمان‌ها برای شناسایی، پرورش و بهره‌برداری از ایده‌های نوآورانه و خلاقانه کارکنان خود به کار می‌گیرند. این فرآیند شامل ایجاد محیطی انگیزشی، فراهم کردن ابزارهای لازم برای خلاقیت، و هدایت ایده‌ها به سمت محصولات و خدمات جدید است.

خلاقیت، فعالیت فکری و در عین حال مبتنی بر اطلاعات است. اگر تفکر را عامل یا جریان اصلی خلاقیت بدانیم، اطلاعات نیز ماده‌ی اولیه یا اساسی آن محسوب می‌شود. نکته حایز اهمیت آن است که اندیشه‌های حاصل از خلاقیت (پردازش متفکرانه اطلاعات) باید به گونه‌ای پرورش یابند که در ارتباط با شرایط دنیای واقعی به نوآوری در سازمان بینجامد. مسئولیت این امر مهم بر عهده مدیران است، تا در این راستا اطلاعات لازم و شرایط مناسب برای تفکر را در سازمان یا واحد سازمانی خود به وجود آورند، اندیشه‌های نو را جذب و بررسی کنند و پرورش دهند تا از طریق نوآوری در سازمان، خدمات مفیدی انجام دهند. ارنست دیل (1365) بر این باور است که به وجود آوردن محیط خلاق و نوآور مهم‌ترین عامل در تضمین بقای سازمان برای ارایه اندیشه‌های جدید و بکر است. محیط مناسب برای بروز خلاقیت نه فقط افراد را برای ابراز تفکر جدید و خلاق ترغیب و برمی‌انگیزد، بلکه سبب می‌شود که سازمان آسان‌تر بتواند افرادی را که دارای این ویژگی ارزشمند هستند برای تقویت کادر تخصصی خود انتخاب کند (سروری، ۱۳۹۹).

به عبارت دیگر، مدیران در پرورش خلاقیت و نوآوری و ایجاد زمینه برای گسترش این ویژگی‌ها نقش حساس و مهمی دارند. آنان برای دست‌یافتن به خلاقیت باید توانایی ترکیب ایده‌های نو را با روش مناسب و با حفظ پیوستگی بین ایده‌ها برای آفرینش و تحقق هدف‌ها و خواسته‌های سازمان را داشته باشند. نویسنده‌ای اعتقاد دارد ایده‌ها وقتی پرورش می‌یابند که افراد با پدیده‌ی نو، مسایل جدید و افرادی که متفاوت با آن‌ها فکر می‌کنند مواجه شوند. بنابراین، مدیرانی که ایده‌های نوین بیشتری می‌خواهند باید به طور معمول کارکنان خود را در تماس با پدیده‌های جدید و مسایل تازه مشتریان یا مراجعان قرار دهند، بین آن‌ها و افرادی که متفاوت با آنان می‌اندیشند، ارتباط دائم ایجاد کنند. و ارتباط را به گونه‌ای سازمان دهند که ارتباط بین افراد با اندیشه‌های گوناگون تشویق شود (فیضی، ۱۳۸۹، ص ۴۱۶). مدیران برای استفاده از خلاقیت دیگران و پیدا کردن ذهن‌های خلاق باید فضای مناسب ایجاد کنند و خود نیز ویژگی‌های خاصی داشته باشند. برخی از ویژگی‌های مدیران خلاق در زیر ذکر گردیده است.

خلاصه اینکه مدیریت خلاقیت بر روی تولید ایده‌های جدید تمرکز دارد، و مدیریت نوآوری بر روی اجرای این ایده‌ها و ایجاد ارزش تجاری تمرکز دارد. هر دو فرآیند برای موفقیت یک سازمان تنها که ضروری، بلکه حیاتی هستند.

نتیجه‌گیری

رابطه میان خلاقیت و نوآوری به عنوان یکی از مهم‌ترین موضوعات در مدیریت و روانشناسی سازمانی مطرح است. بسیاری از محققان بر این باورند که خلاقیت، توانایی تولید ایده‌های جدید اشاره دارد، شرط اولیه برای نوآوری است. اما آیا می‌توان گفت که خلاقیت به طور حتم به نوآوری منجر می‌شود؟ یکی از جنبه‌های اصلی این بحث این است که، اگرچه خلاقیت می‌تواند مبنای تولید ایده‌ها باشد، اما اجرای این ایده‌ها در قالب نوآوری مستلزم عواملی همچون ساختار سازمانی، فرهنگ سازمانی، و توانایی‌های مدیریتی است که همگی بر فرآیند نوآوری تأثیر می‌گذارند. به عبارت دیگر، هر ایده خلاقانه‌ای لزوماً به یک نوآوری موفق تبدیل نمی‌شود، مگر آنکه در بستری مناسب برای اجرای آن فراهم شود (تید و بیسانت، ۱۳۹۳). همچنین، در حالی که برخی محققان (مثل کانتر، ۱۳۶۷) خلاقیت را به عنوان نقطه آغازین نوآوری می‌بینند، برخی دیگر (مثل دامان‌پور، ۱۳۸۱) اشاره دارند که خلاقیت تنها یکی از جنبه‌های فرآیند نوآوری است و تأکید بیشتری بر فرآیندهای اجرایی دارند که باید برای تبدیل ایده‌های خلاقانه به نتایج عملی صورت گیرد. این تناقض نشان می‌دهد که از یک سو خلاقیت می‌تواند به عنوان محرک نوآوری عمل کند، اما از سوی دیگر نیاز به یک فرایند اجرایی ساختارمند دارد تا ایده‌ها به محصولات یا خدمات قابل استفاده تبدیل شوند.

از طرفی، تحقیقاتی که به رابطه بین محیط‌های سازمانی و خلاقیت پرداخته‌اند (مثلاً تحقیقات داویس و همکاران، ۱۴۰۱)، نشان می‌دهند که فضای کار فیزیکی و فرهنگی می‌تواند تأثیر زیادی بر توانایی کارکنان در تولید ایده‌های خلاقانه و تبدیل آن‌ها به نوآوری داشته باشد. بر این اساس، حتی اگر یک فرد ایده‌ای خلاقانه تولید کند، اگر سازمان زیرساخت‌های لازم برای پیاده‌سازی این ایده‌ها را نداشته باشد، نمی‌توان به نوآوری مؤثر دست یافت. به عبارت دیگر، مدیریت مؤثر منابع انسانی و پشتیبانی‌های سازمانی برای تحقق نوآوری ضروری است.

نهایتاً، نتایج این تحقیقات (مانند تحقیق ساروغی و همکاران، ۱۳۹۴) نشان می‌دهند که در حالی که خلاقیت به عنوان یکی از ارکان اصلی نوآوری شناخته می‌شود، این دو فرآیند نمی‌توانند به طور مستقل از یکدیگر عمل کنند. موفقیت سازمان‌ها در دنیای رقابتی امروز نه تنها بستگی به تولید ایده‌های خلاقانه

دارد، بلکه به توانایی آن‌ها در پیاده‌سازی و بهره‌برداری از این ایده‌ها در قالب نوآوری‌های واقعی نیز وابسته است.

خلاقیت و نوآوری به‌عنوان دو عامل اساسی در موفقیت و پایداری سازمان‌ها به‌شمار می‌آیند. در دنیای امروز، تحولات سریع در علم، فناوری و توسعه ایجاب می‌کند که سازمان‌ها به‌طور مستمر به خلاقیت و نوآوری بپردازند تا بتوانند در برابر چالش‌ها و رقابت‌های جدید ایستادگی کنند. خلاقیت به‌عنوان توانایی تولید ایده‌های جدید و راه‌حل‌های خلاقانه، می‌تواند به‌عنوان زیرساختی برای نوآوری عمل کند و به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که خود را با تغییرات محیطی سازگار کنند. پیتز دراکر، یکی از بزرگ‌ترین اندیشمندان مدیریت، بیان می‌کند که در چنین دنیایی، تنها راه بقا، خلاقیت و نوآوری است. به باور اندشمندان حوزه مدیریت و رهبری خلاقیت و نوآوری متضمن بقا و تداوم سال‌فرد، سازمان و جوامع امروزی است. به بیان دیگر، خلاقیت و نوآوری به‌عنوان نه تنها یک ضرورت، بلکه یک مزیت رقابتی و کلید حیات برای سازمان‌ها عمل می‌کند.

با افزایش فشارهای رقابتی و نیاز به تغییرات مداوم، مدیران باید به‌دنبال ایده‌های نو و خلاقانه باشند تا بتوانند نیازهای واقعی سازمان، جامعه و مردم را شناسایی و برآورده کنند. به‌عنوان مثال، سازمان‌هایی که با استفاده از ایده‌های خلاقانه موفق به توسعه محصولات جدید و بهبود خدمات خود شده‌اند، توانسته‌اند جایگاه خود را در بازارهای جهانی تثبیت کنند. خلاقیت همچنین به‌عنوان یک فرآیند جمعی شناخته می‌شود که نیازمند همکاری و تعامل میان افراد است. فضای خلاقانه در سازمان‌ها می‌تواند به کارمندان این احساس را بدهد که ایده‌های خود را به راحتی بیان کنند و از آن‌ها حمایت شود. محیط‌هایی که خلاقیت و نوآوری را ترویج می‌کنند، معمولاً به‌دنبال ایجاد ساختاری هستند که در آن افراد بتوانند آزادانه ایده‌های خود را ابراز کنند و از بازخوردهای سازنده و حمایت‌های ارزشمند بهره‌مند شوند. این امر می‌تواند به ایجاد نوآوری‌های جدید و بهبود فرآیندهای موجود منجر شود.

علاوه بر موارد خلاقیت و نوآوری می‌توانند به‌عنوان ابزارهایی برای افزایش انگیزه و رضایت شغلی و تعهد بیشتر کارکنان عمل کنند. زمانی که افراد در محیطی خلاق و نوآور فعالیت می‌کنند، احساس می‌کنند که در فرایندهای تصمیم‌گیری و تولید ایده‌ها مشارکت دارند. این احساس مشارکت می‌تواند به افزایش انگیزه و کارایی کارکنان منجر شود و در نتیجه، کیفیت کار و ارائه خدمات بهبود یابد. یافته مهم دیگر این مطالعه این است که، خلاقیت و نوآوری به‌عنوان یک استراتژی کلیدی برای سازمان‌ها در دنیای متغیر امروز شناخته می‌شوند. سازمان‌هایی که به‌دنبال بقای خود هستند، باید به‌طور فعال به خلاقیت و نوآوری توجه کنند و این فرآیندها را در تمامی سطوح سازمان نهادینه سازند. برای مثال، برنامه‌ریزی برای آموزش و توسعه مهارت‌های خلاقانه

در بین کارکنان، تشویق به تبادل نظر و ایده‌ها، و فراهم آوردن منابع لازم برای آزمایش ایده‌ها می‌تواند به شکل‌گیری یک فرهنگ خلاق و نوآور در سازمان‌ها منجر شود.

به‌طور کلی، خلاقیت و نوآوری نه‌تنها برای تکامل و پیشرفت سازمان‌ها ضروری هستند، بلکه به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای پاسخگویی به نیازهای متغیر بازار و رقابت‌های جهانی عمل می‌کنند. در این راستا، مدیران باید با اتخاذ رویکردهای نوین، سازمان‌های خود را به محیط‌های خلاق تبدیل کنند تا بتوانند به موفقیت‌های پایدار دست یابند. در نهایت، نیاز به خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها تنها یک انتخاب نیست، بلکه یک الزام برای بقا در دنیای پیچیده و در حال تغییر امروز به شمار می‌آید. این دو عنصر اساسی می‌توانند به‌عنوان موتور محرک، سازمان‌ها را به سوی رشد و موفقیت هدایت کنند و بدین ترتیب، به ایجاد یک آینده پایدار و موفق کمک نمایند. در واقع خلاقیت به‌عنوان فرآیند تولید ایده‌های نو، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا در مسیر نوآوری در محصولات و خدمات خود گام بردارند و بدین ترتیب مزیت رقابتی خود را حفظ کنند.

پیشنهادهای

باتوجه به مباحث فوق و پیشنهادات زیر مطرح گردیده است:

۱. سازمان‌های باید فرهنگی ایجاد کنند که خلاقیت و نوآوری بخشی از ارزش‌ها و اهداف اصلی آن باشد. فراهم کردن محیطی که کارکنان بتوانند ایده‌های خود را آزادانه بیان کرده و مورد حمایت قرار گیرند از الزامات اصلی است.
۲. برگزاری جلسات منظم برای تبادل نظر و تشویق به همکاری میان کارکنان می‌تواند به تولید ایده‌های خلاقانه و نوآورانه کمک کند. تیم‌های چندبخشی و مشارکتی نقش مهمی در حل چالش‌ها و بهبود فرآیندها دارند.
۳. برنامه‌های آموزشی برای تقویت تفکر خلاقانه و حل مسئله باید در اولویت قرار گیرند. آموزش کارکنان در زمینه‌های مرتبط با نوآوری می‌تواند توانایی سازمان را در مواجهه با چالش‌های جدید افزایش دهد.
۴. سازمان‌ها باید منابع مالی و فنی لازم را برای آزمایش و اجرای ایده‌های نوآورانه فراهم کنند. ایجاد زیرساخت‌هایی مانند آزمایشگاه‌های نوآوری می‌تواند انگیزه کارکنان را برای توسعه ایده‌های خلاقانه افزایش دهد.
۵. طراحی سیستم‌های پاداش و تشویق برای قدردانی از کارکنان خلاق و نوآور، می‌تواند انگیزه آن‌ها را برای مشارکت فرآیندهای خلاقیت و نوآوری افزایش دهد. این سیستم‌ها نقش مهمی در ایجاد رقابت مثبت و تقویت فرهنگ نوآوری دارند.

این پیشنهادات می‌توانند سازمان‌ها را به سمت بهره‌گیری از ظرفیت‌های خلاقیت و نوآور هدایت کنند، که نه‌تنها بقای آن‌ها را تضمین می‌کند، بلکه موفقیت و رشد پایدار آن‌ها را در دنیای متغیر امروز امکان‌پذیر می‌سازد.

منابع

- احمدی، س. ا؛ درویش، ح. (۱۳۹۱). مبانی کارآفرینی. چاپ پنجم، تهران: پوهنتون پیام نور.
- استونر، ج. آ (۱۹۹۵). مدیریت. چاپ هشتم، جلد دوم، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی (۱۳۹۳)، انتشارات دفتر تحقیقات فرهنگی.
- الوانی، س. م. (۱۳۹۰). مدیریت عمومی. چاپ ۴۴، تهران: نشرنی.
- آریاداد اصغری، ج. (۱۳۹۵). مبانی سازمان و مدیریت. چاپ ششم، تهران: انتشارات صفار.
- بهشتی قوزلو، س. (۱۴۰۲). تاثیر معلم در ایجاد خلاقیت و نقش خلاقیت و نوآوری در پیشرفت دانش آموزان. کنفرانس بین المللی تحقیقات مدیریت و علوم انسانی در ایران.
- رایتز، ا؛ دی ستزو، د. ای. (۱۹۹۸). مبانی مدیریت. چاپ ۱۳، ترجمه سید محمد اعرابی، محمد علی حمیدرفیعی و بهروز اسراری ارشاد (۱۳۹۳)، تهران: دفتر تحقیقات فرهنگی.
- رایتز، ا. پی؛ جاج، ت. (۲۰۰۹). رفتار سازمانی. جلد دوم، چاپ دوم، ترجمه مهدی زارع (۱۳۸۹)، تهران: مؤسسه علمی و فرهنگی.
- رضائیان، ع. (۱۳۹۵). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. چاپ شانزدهم، تهران: انتشارات (سمت).
- سروری، خ. (۱۴۰۰). مبانی سازمان و مدیریت. چاپ چهارم، کابل: انتشارات عازم.
- سروری، خ. (۱۳۹۹). مدیریت عمومی. کابل: انتشارات عازم.
- سلیمی، م. (۱۳۹۲). نقش خلاقیت و نوآوری در سازمان ها. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۶۶.
- شهرآرای، م.، مدنی پور، ر. (۱۳۷۵). "سازمان خلاق و نوآور". مجله دانش. مدیریت، شماره ۳۳، ۳۴.
- فیضی، ط. (۱۳۸۹). مبانی سازمان و مدیریت. چاپ ۱۶، تهران: پوهنتون پیام نور.
- محسنی زاده، ا. (۲۰۱۸). بررسی تاثیر ساختار سازمانی بر نوآوری و خلاقیت در سازمان ها.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in Context: Update to "The Social Psychology of Creativity"*. Westview Press.
- Baer, M. (2012). *Putting creativity to work: The implementation of creative ideas in organizations*. Academy of Management Journal, 55, 1102–1119.
- Bledow, R., Frese, M., Anderson, N., Erez, M., Farr, J. (2009). *A dialectic perspective on innovation: conflicting demands, multiple pathways, and ambidexterity*. Ind. Organ. Psychol., 2(3), 305–337.
- Damanpour, F. (2002). *A review of research on innovation in organizations*. Paper presented at The Academy of Management Meeting; Denver, 30.
- Drucker, P. F. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. Harper Business.
- Drucker, P. F. (2001). *The Innovative Enterprise*. In *The Essential Drucker* (pp. 145-157). Harper Business.
- Fetrati, Mahdieh A., and Anders Paarup Nielsen. (2018). "The association between creativity and innovation: A literature review." ISPIIM Conference Proceedings. The International Society for Professional Innovation Management (ISPIIM).

- Han, Jae Hoon, Jin Taek Jung, and Hyung Kun Joo. (2015). "A study on effects of creativity to organizational innovation." *Indian Journal of Science and Technology*, 8, 1-13.
- Isaacson, W. (2011). *Steve Jobs*. New York: Simon & Schuster.
- Johnson, R., et al. (2022). *Creativity and Organizational Productivity: A Meta-Analysis*. *Journal of Organizational Studies*.
- King, N., Anderson, N., West, M. A. (1991). *Organizational innovation in the UK: a case study of perceptions and processes*. *Work Stress*, 5(4), 331-339.
- Lee, K., & Chang, H. (2021). *Innovation Strategies for Market Competitiveness*. *Asian Business Review*.
- Lewis, M., Welsh, M., Dehler, G., Green, S. (2002). *Product development tensions: exploring contrasting styles of product management*. *Acad. Manag. J.*, 45, 546-564.
- March, J. G., Sproull, L. S., Tamuz, M. (1991). *Learning from samples of one or fewer*. *Organ. Sci.*, 2(1), 1-13.
- Miron, E., Erez, M., Naveh, E. (2004). *Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other?* *J. Organ. Behav.*, 25(2), 175-199.
- Oh, S., Joo, H., & Kim, T. (2021). *The impact of employee creativity on innovation performance: Evidence from the service sector*. *Journal of Business Research*, 128, 180-189.
- Russell, C., Jones, M., & Smith, P. (2023). *Transformational leadership and creativity: A pathway to organizational success*. *Leadership & Organization Development Journal*, 44(4), 305-316.
- Shalley, C., Zhou, J., Oldham, G. (2004). *The effects of personal and contextual characteristics on creativity: where should we go from here?* *J. Manag.*, 30(6), 933-958.
- Shin, S. J., Kim, J., & Lee, W. (2022). *The role of organizational culture in fostering employee creativity and innovation*. *Creativity Research Journal*, 34(1), 40-50.
- Smith, J., et al. (2020). *The Role of Creativity in Employee Satisfaction*. *International Journal of Human Resource Management*.
- Stark, J., & Sacker, R. (2013). *Innovation and Change: The Importance of Creativity in a Changing Context*. *International Journal of Innovation Management*, 17(2), 1350.
- Suzuki, H., & Kobayashi, S. (2005). *Creativity and Change in Organizations: An Empirical Study*. *Journal of Organizational Change Management*, 18(5), 566-582.
- Taneja, S., Sewell, S., & Odom, S. (2020). *The impact of COVID-19 on small business: The role of innovation and creativity*. *Journal of Small Business Management*, 85(4), 312-330.
- Tushman, M., (2004). *The ambidextrous organization*. *Harv. Bus. Rev.*, 82(4), 74-83.

- Tushman, M. L., & O'Reilly, C. A. (1996). *The Ambidextrous Organization: Managing Evolutionary and Revolutionary Change*. California Management Review, 38(4), 8-30.
- Turbine, A., & Others. (2004). *The Role of Creativity in Organizational Development*. Journal of Management, 30(2), 198-213.
- Walas, J., & Tsai, F. (2006). *Role of Creativity in Organizational Change: Leadership Perspectives*. Journal of Change Management, 6(4), 361-372.
- Wilson, P., et al. (2021). *Creative Problem-Solving in Complex Organizations*. European Journal of Business Research.