

"أثر الثقافة التنظيمية في تنمية السلوك الإبداعي للعاملين"

إعداد الباحثة:

رابعه عبدالكريم عواد الخرابشه

كاتبة في قسم شؤون الموظفين

بلدية السلط الكبرى



الملخص:

ستبقى بيئة الأعمال شديدة التنافسية وتتجح فقط تلك الشركات القادرة على ابتكار أفكار جديدة و / أو منتجات أو تطبيقات فريدة. يسير الإبداع جنباً إلى جنب مع الابتكار ؛ يؤدي الإبداع العالي إلى مزيد من الابتكار. إن تطوير ثقافة تنظيمية تحفز وتعزز الإبداع والابتكار أمر حتمي للمنظمات التي تسعى إلى ميزة تنافسية. يهدف البحث في توضيح العلاقة بين الثقافة والإبداع والابتكار. بناءً على البيانات الأولية التي تم الحصول عليها في استبيان تم إجراؤه في المنظمات السلوكية ، تم العثور على ارتباطات بين جميع المتغيرات. تم قياس الارتباط الأقوى بين جو الأمان النفسي في مكان العمل واستعداد الموظفين لإنتاج أفكار جديدة وبين العلاقات الشخصية في مكان العمل والإبداع الفردي.

المقدمة:

أصبحت القدرة على الإبداع والابتكار المستمر عاملاً هاماً من عوامل النجاح. ومن ثم ، "يجب الاعتراف بالإبداع والابتكار على أنهما القدرة الأساسية للشركة". وفقاً لباحثين، فإن الإبداع والابتكار أمران حاسمان لبقاء ونجاح المنظمة القائمة على المعرفة اليوم. يمكن أن تزيد أيضاً من قدرات الابتكار للمؤسسة. يحدد خمسة عوامل تدفع إلى الحاجة للإبداع والابتكار في المنظمات اليوم: (1) يرتبط الأداء المالي المتفوق طويل الأجل بالابتكار؛ (2) يطالب العملاء بالابتكار. (3) يتحسن المنافسون في نسخ الابتكارات السابقة؛ (4) التقنيات الجديدة تمكن من الابتكار. و (5) ما كان يعمل لم يعد يعمل.

من أجل النجاح و "البقاء على التكيف مع الخارج"، يجب على الشركات أن تخلق ثقافة تعزز الإبداع وتعزز الابتكار. وفقاً لجوهانسون "سيتم تشجيع الابتكار عندما تتعارض الثقافة وطريقة التفكير معاً لخلق أفكار جديدة". في شرح العلاقة بين الثقافة والإبداع والابتكار، من الضروري إبراز بعض المآزق. المشكلة الأولى هي عدد التعاريف للثقافة والإبداع. كما ذكر باحثون، كلا المصطلحين - الإبداع والثقافة لهما العديد من الدلالات، مما "يجعل من الصعب فهمهما بالكامل وحتى تنفيذهما أصعب".

المشكلة الثانية هي الخلط بين مفهومي الإبداع والابتكار. يستخدم كلا المصطلحين (الإبداع والابتكار) أحياناً بالتبادل ، على الرغم من أنهما غير متطابقين. وأوضح ويست وفار (1990 ، في توباجوس ، 2016) الاختلافات بين المفاهيم على النحو التالي: "يرتبط الإبداع ارتباطاً وثيقاً بتطوير الأفكار الجديدة المفيدة ، بينما الابتكار هو التطوير الناجح لأفكار جديدة. لذلك ، سيكون الإبداع هو المرحلة الأولى من الابتكار". يشير ماكلين (2005) إلى مشكلة أخرى قد يواجهها الباحثون. إنه خلط بين مفاهيم الثقافة التنظيمية والمناخ التنظيمي. ويشير المؤلف إلى أهمية التمييز بين هذين المصطلحين عند دراسة ظاهرة الإبداع التنظيمي والابتكار.

الثقافة والإبداع والابتكار

التفكير الإبداعي هو "عملية ما وراء معرفية لتوليد ارتباطات جديدة ومفيدة أو سمات أو عناصر أو صور أو علاقات مجردة أو مجموعات من العمليات التي تحل مشكلة بشكل أفضل أو تنتج خطة أو ينتج عنها نتيجة أو نمط أو هيكل أو منتج غير واضح". ومع ذلك ، على الرغم من أن الإبداع هو مسألة عملية معرفية على المستوى الفردي ، إلا أنه يتضمن عوامل تتجاوز المستوى الفردي. للإبداع أيضًا بعد اجتماعي ، يتأثر بالسياق الاجتماعي. هذا هو السبب في أن الإبداع لا ينبغي فصله عن سياقه. درست العلاقة بين الإبداع والثقافة الوطنية ، ولكن بالمثل ، هناك أيضًا صلة بين الإبداع والثقافة التنظيمية. تمثل كل من الثقافات الوطنية والتنظيمية طبقات من الثقافة - وعلى الرغم من أنها ظواهر مختلفة - إلا أنها تتمتع بعدد من السمات المشتركة (القيم ، والمعايير ، والمعايير ، والرموز ، والأبطال ، وما إلى ذلك).

يصف بعض المؤلفين على سبيل المثال الثقافة التنظيمية بأنها "شخصية" للمنظمة. أحد التعريفات الأكثر شهرة للثقافة التنظيمية هو تعريف شين الذي بموجبه الثقافة التنظيمية هي "تمط من الافتراضات الأساسية المشتركة التي تعلمتها المجموعة لأنها حلت مشاكل التكيف الخارجي والتكامل الداخلي ، والتي عملت بشكل جيد بما فيه الكفاية. ليتم اعتباره صحيحًا ، وبالتالي ، يتم تعليمه للأعضاء الجدد باعتباره الطريقة الصحيحة للإدراك والتفكير والشعور فيما يتعلق بهذه المشكلات". تعريف الثقافة التنظيمية على أنها "اللاصق الاجتماعي أو المعياري الذي يربط الشركة معًا". يتم تعريف الثقافة أيضًا على أنها نظام مشترك للقيم والمعايير والرموز. تتجلى على سبيل المثال من خلال التواصل ، وكذلك من خلال نهج لقضايا السلامة. "مصطلح الثقافة ينقل صورة كاملة ، مجموعة متكاملة من الأبعاد / الخصائص والكل ما وراء الأجزاء". تشمل الثقافة التنظيمية مجموعة واسعة من العناصر / المكونات: القواعد والمعايير ؛ القواعد والمدونات الأخلاقية ؛ (القيم المشتركة؛ المعتقدات والافتراضات. الطقوس والطقوس والاحتفالات والاحتفالات ؛ اللغة والمصطلحات. حرف او رمز؛ المشغولات (المادية) ؛ أبطال. القصص والأساطير. بيئة فيزيائية؛ المكافآت والتقدير ؛ هياكل السلطة ، إلخ.

يعني الإبداع التنظيمي "إنشاء منتج أو خدمة أو فكرة أو إجراء أو عملية جديدة ذات قيمة ومفيدة جديدة من قبل أفراد يعملون معًا في نظام اجتماعي معقد" (Woodman et al. ، 1993). تُعرّف الكاتبة المشهورة عالميًا تيريزا أمابيل (1997) الإبداع بأنه "إنتاج رواية وأفكار مناسبة في أي مجال من مجالات النشاط البشري ، من العلوم إلى الفنون والتعليم والأعمال والحياة اليومية". يؤكد المؤلف أن هذه الأفكار يجب أن تكون جديدة أي مختلفة عما تم القيام به من قبل ويجب أن تكون مناسبة للمشكلة أو الفرصة المعروضة. يُعرّف الإبداع أيضًا على أنه "عملية معرفية معقدة تتضمن إيجاد وتطوير حلول للمشكلات الجديدة غير المحددة جيدًا والتي من شأنها تعزيز المنظمة في شكل منتجاتها وخدماتها وعملياتها وإجراءاتها". إذا كان الإبداع هو خلق أفكار جديدة ، فإن الابتكار هو التنفيذ الناجح لهذه الرواية والأفكار المناسبة ، "الإبداع هو بذرة كل ابتكار ، ودافع الناس لتوليد أفكار جديدة يتأثر بالإدراك النفسي للابتكار (خلق أفكار الناس) داخل المنظمة"، يُنظر بعض المؤلفين إلى الابتكار على أنه نوع من التغيير التنظيمي ، وفي هذا الصدد ، يمكن تعريفه على أنه "عملية تصميم التغييرات في منظمة أو مكون من مكونات النشاط الاقتصادي من أجل خلق ميزة تنافسية"، ويمكن أن يكون مصدر الميزة التنافسية منتجًا أو خدمة أو عملية تميز مؤسسة عن المنافسين.

تؤثر البيئة والثقافة التنظيمية (الاجتماعية) بشكل كبير على الإبداع ، وبشكل أكثر دقة على السلوك الإبداعي للأفراد والفرق. "تطوير المنظمة يعتمد بشكل مباشر على الإعداد المهني وكفاءة فريق العمل". حددت في نموذجها التكويني للإبداع والابتكار في المنظمات

ثلاثة عوامل تنظيمية واسعة تتعلق بالإبداع: (1) الدافع التنظيمي للابتكار والدعم التنظيمي للإبداع والابتكار ، (2) الموارد - تُفهم على أنها كل شيء تمتلكه المنظمة المساعدة في العمل الموجه للابتكار ، على سبيل المثال ، الوقت الكافي لإنتاج عمل جديد ، وتوافر التدريب ، وما إلى ذلك ، (3) ممارسات الإدارة ، وكذلك تحديد أبعاد / خصائص بيئات العمل المرتبطة بالسلوك الإبداعي في المنظمات. بالإضافة إلى خصائص المجموعة مثل المعايير ، وتماسك المجموعة ، والحجم ، والتنوع ، والأدوار ، والمهام ، وما إلى ذلك ، هناك خصائص تنظيمية تشمل الثقافة التنظيمية ، والموارد ، والمكافآت ، والاستراتيجية ، والهيكل ، والتركيز على التكنولوجيا.

الإطار النظري

هناك أفكار مثيرة للجدل حول تعريفات جوهرية للابتكار والإبداع. ومع ذلك ، فمن المتفق عليه تمامًا أن الإبداع يُلاحظ كمسار للأفكار والتوسع لاخترع جديد. أيضًا ، ينص الإبداع على إنشاء أفكار جديدة في الوقت نفسه ، يشير الابتكار إلى نقل هذه الأفكار الجديدة وتطويرها وتطبيقها في المنتجات والخدمات بالإضافة إلى ذلك ، يتم قياس الإبداع كقاعدة أساسية للابتكار التنظيمي. يشعرون بالدافع في المقام الأول من خلال الوعي والإشباع ومهمة الحالة وليس من خلال الضغوط الخارجية ؛ الرغبة والاهتمام - الطموح الداخلي للموظف هو القيام بشيء استثنائي لإظهار نفسه أو نفسها ؛ شعور الموظف بالتحدي أو الطموح لتحطيم مشكلة لا يستطيع أحد في المنظمة حلها. الخبرة ومهارات الإبداع والتحفيز الداخلي هي ثلاث آليات رئيسية تساعد الفرد أو إبداع الفرق الصغيرة. في هذا التقييم ، تُعتبر الخبرة أساسًا لجميع الأعمال الإبداعية ، ويُنظر إليها على أنها مجموعة من المسارات الفكرية للتعامل مع مشكلة القيام بمهمة معينة. يجب ملاحظته كعين لمسارات العين التجريبية التي يمكن تتبعها لحل مشكلة أو أداء مهمة معينة. تتكون عناصر الخبرة من القدرة والمهارات التقنية والمعرفة الواقعية الحادة والقدرة المتميزة في مجال العمل المستهدف. في الوقت نفسه ، تشير مهارات الإبداع إلى الأداء الإبداعي. يقدم التفكير الإبداعي "شيئًا إضافيًا" بسبب الأداء الإبداعي. بالنظر إلى أن الشخص لديه بعض الحوافز لأداء نشاط ما ، وإذا كانت الخبرة المطلوبة في مكانها الصحيح ، فسيكون الأداء مقبولًا ومرضيًا وجيدًا تقنيًا. وبالتالي ، مع خبرة عالية المستوى للغاية ، لن يخلق الشخص نقصًا في الإبداع. يتضمن الأسلوب المعرفي المفضل في هذه المهارات التقاط تصورات جديدة حول المشكلة ، وتقنيات لاستكشاف الطريقة المعرفية الجديدة وأسلوب العمل المناسب لتحديد السعي النشط لعمل الفرد. يمكن زيادتها لتعلم وممارسة تقنيات لتحسين الاستقلال المعرفي والمرونة المعرفية. حدد مكون المهارات السابقتين قدرة الشخص على الأداء في مجال معين. الدافع هو مكون مهمة يختتم ما سيفعله الشخص في الواقع. يمكن أن يكون إما دافعًا داخليًا أو خارجيًا ، على الرغم من أن الجمع بين الاثنين أمر شائع. الدافع وراء المهمة يفرز بين ما يمكن أن يفعله الشخص وما سيفعله. ومع ذلك ، يُسلط الضوء على أن التحفيز يلعب دورًا حيويًا كأداة نفسية يعتبر التحول من الإبداع إلى الابتكار خطوة مهمة لإنشاء منظمة مبتكرة. ومن ثم ، لتتبع التباين السريع في البيئة التنظيمية ، وإجراء الدراسات التي تحدد بيئة تمكن الموظف من أن كيفية تنفيذ الأفكار الجديدة إلى نتائج مبتكرة بطريقة عملية أمر ضروري للمنظمات.

الثقافة التنظيمية

الثقافة التنظيمية هي الغراء الجماعي الذي يتعهد الأشخاص معاً ويمكّنهم من لعب دور نشط في المشاركة التنظيمية. يتم تشجيع الموظفين على تبني الثقافة الرائدة للمنظمات لأنها تلبّي رغباتهم في الهوية الاجتماعية. يعمل هذا الغراء الجماعي كجوابية لحث الموظفين الجدد والحفاظ على الأداء المهيمن مما يؤدي إلى الإبداع والابتكارات. ثقافة المنظمة هي مجموعة توضح القيمة والاعتقاد ومخطط الأداء الذي يجعل التفرّد الرئيسي للمؤسسة ويشكل سلوك الموظف. تعتبر الثقافة التنظيمية أحد العوامل التي يمكن أن تلهم الأداء المبتكر بين موظفي المنظمة. نظرًا لأنه يؤثر على سلوك الموظف، فقد يكون دليلاً على الاعتراف بأن الابتكار هو قيمة مهمة للمؤسسة والشعور بالمشاركة في الأعمال التجارية ويمكن أيضًا تعريفه على أنه المعتقدات المتبادلة بين الموظفين في مؤسسات معينة. ثقافة المنظمة هي مجموعة من المعتقدات، وعلامات، وطقوس، وخرافات، وممارسات يمكن تأسيسها بشكل متزايد في المنظمات. في الوقت الحاضر ترتبط الثقافة التنظيمية عادةً بالإدارة، وهي تحدد سمتين رئيسيتين تدرجان على ثقافة الإدارة النشطة، وهما الاستمرارية التنظيمية وإضافة معيار أكبر للثقافة التنظيمية. تمتلك المنظمة ذات الظروف المتنوعة مجموعة مشتركة من نفس الثقافة التنظيمية التي لها ظروف مختلفة وقد تشاركت مجموعة من القيم والمعايير العالية التي تتأثر بأنظمة المنظمة. تؤثر قواعد الأشخاص على الفعل المستدام وإدارة الثقافة التنظيمية، مما يؤدي إلى تحقيق الإنتاجية. وفقًا للأدبيات، فإن نجاحات المنظمات تتأثر بالثقافة التنظيمية. يقال، يمكن تحقيق النجاح عندما يولي التحسين والتكوين في المنظمة الاهتمام. يُقترح أيضًا أن تكون الثقافة التنظيمية مناسبة لسلوك القادة وقيمهم وموقفهم بالإضافة إلى تصنيف ثقافة المنظمة في بعدين متعامدين:

- **التواصل الاجتماعي:** كيف يكون الجميع لطيفًا لبعضهم البعض؛ مشاعر الأخوة؛ انفتاحهم إجماعهم باختصار كيف يعملون بسعادة مجتمعة.
- **التضامن:** جهود الأهداف الجماعية؛ تهدف هذه الجهود الجماعية إلى "إنجاز المهمة" جهدها كمجموعة لتحقيق بعض انتشارها من الأهداف. بناء على قاعدة هاتين النسبتين، يتم تصنيف الثقافة التنظيمية بشكل أكبر إلى أربعة أجزاء تضم ثقافة مجزأة وشبكة مرتزقة ومرترقة. على وجه الخصوص، تتمتع الثقافة المجزأة بدرجة منخفضة من التضامن والكأسية، وثقافة المرتزقة لديها انخفاض في التضامن والتضامن العالي، في حين أن الثقافة الشبكية تنطوي على مستوى عالٍ من مستويات التضامن المتدنية المنخفضة، في المقابل، تعتبر الثقافة الجماعية ككل كيدجي مرتفع من التضامن والكمية.

الثقافة العكسية

تم تطبيق المعتقدات والقواعد وقيم الثقافة التنظيمية المشتركة بين قطاعات الإدارة المختلفة والمدير التنفيذي للحصول على فائدة من هؤلاء التحرز في ظل الثقافة المضادة كفاءة المنظمة مبنية على إشراك ثقافة قوية، والتي لديها روابط مستقرة بين الإدارة والأداء.

الثقافة الفرعية

يضمن الثقافة الفرعية قسم المنظمة مع مجموعات مختلفة من المعتقدات والقيم والقواعد في دليل القدرات الجغرافية والمتطلبات الوظيفية والأهداف التنظيمية. صرح شين أن التزام الموظفين باتجاه منظمة بناء على الوعي بالموظف الذي يؤثر على ثقافة التواصل المجتمعي في مكان العمل خارج تنظيم الأساس الصوتية لمنظمة معينة.

ثقافة قوية

أوجه التشابه في معتقدات الموقف، يجب قياس القيم والقواعد التي يجب قياسها قبضة الموظفين في المجتمع مرنة. ينعكس الموقف والقيم والمعايير والمعتقدات في المنظمة مستقرة عندما يشعر الموظف بمنجز أكبر من الثقافة، فإن الفجوة الأقل في انتماء الموظفين ظلت للاتفاق مع المديرين وفقاً لذلك. في المنظمة، يجب اعتبار القواعد قيمة للموظفين. قد يتعين على الاستراتيجيات والقواعد والإجراءات والمهام التي تتطور فيها كبار المديرين في سلوك الموظفين، لذلك نمت الفائدة المتواضعة المستهدفة.

ثقافة ضعيفة

الثقافات التنظيمية الغرزة التي تساعد على دفع الفرد فيما يتعلق بالمعتقدات والمواقف والمشاعر أن تكون مبتكرة بكثير. يدفع الأصول القيمة لزيادة الاحتياجات واحتياجات إدارة الثقافة. تتمتع الثقافة المرتبطة ببراعة بناء على القيم والمعتقدات رابطاً مع مجموعات مثالية. تتمتع مجموعة متنوعة من الأهداف التنظيمية والأهداف الشخصية بإدارة مبتكرة للقواعد والإجراءات حتى يتم إنشاء الرابطة المثالية بينهما.

الإبداع

الإبداع يشير إلى حكم الأصالة والفائدة أو النتيجة القيمة لشيء الإبداع هو القدرة على التمييز بين التفاعل وفحص القضايا من النظرة الجديدة والأفكار في هذه المعلومات في مكان العمل، يشار إلى الإبداع باسم إنشاء عام الفكرة أو النتائج اقترحت بعض التعريفات الأخرى أن الإبداع يمكن أن يخلط بشكل عام المعلومات الموجودة بطرق مختلفة. تشير المجموعة التالية من التعريفات إلى أن الإبداع، إما جديد أو مجمع، يجب أن يكون له قيمة الإبداع السخي من الرواية، المفاهيم المعمول بها في أي مجال من نشاط العمل البشري مثل من العلم إلى الفن، إلى المنظمات، إلى التعليم، إلى كل جانب من جوانب الحياة هي تؤكد أن الأفكار يجب أن تكون رواية أنا، ه ماذا تم القيام به بشكل مختلف عن العمل السابق ويجب أن تسعى جاهدين نحو أي مشكلة أو فرصة. الإبداع هو العمليات المعقدة والمنطقية التي تشمل تحديد وتوسيع إشارة إلى الرواية، والمشكلة غير الواضحة التي ستعزز هيكل المنظمة خدماتها، والإجراءات، والتقدم المحرز، وتعتبر إبداع منتجاتها من البذور للابتكار؛ تأثر تحفيز الموظفين لتوليد أفكار سخية تؤثر على الوعي النفسي للابتكار في المنظمة ذكر العوامل التنظيمية الثلاثة الواسعة في النموذج المكونات الإبداع والابتكار ذات الصلة بالإبداع:

- (1) الدافع التنظيمي ودعم الابتكار والإبداع،
- (2) الموارد - كل ما يجب أن يتوفر فيه المنظمة للمساعدة في العمل المستهدف للابتكار، أي توافر التدريب، والوقت لإنتاج أعمال جديدة، بيئة مستقرة وما إلى ذلك،
- (3) ممارسات الإدارة، اعترف بمدى بيئة العمل التي ترتبط بالأنشطة الإبداعية المنظمة. فيما يتعلق بسمعة المجموعة مثل المجموعة المتماسكة، المعايير والتنوع والأداء والمسؤولية وما إلى ذلك. العديد من المكونات التنظيمية التي تشمل الثقافة التنظيمية والهيكلة والمكافآت والتركيز على التكنولوجيا. فحصت العديد من الدراسات الحديثة للإدارة تأثير القادة على السلوكيات الإبداعية للموظفين. من المتوقع أن يتم توسيم الإبداع أولاً من خلال درجاتها من النفايات الداخلية في الممارسات الإبداعية تظهر أدلة كبيرة أن إبداع الموظف يمكن أن يسهم بشدة في الفعالية التنظيمية والابتكار، وأكد عددا من الدراسات علاقة متقابلة بين إبداع الموظفين ودعمهم المشرفون. وجدت أن مساهمة كبيرة يمكن أن يكون بالإشراف الداعم.

ومع ذلك، يظهر العلماء أهمية كبيرة على الجانبين الثلاثة للإبداع

(أ) شخص (القدرة الفكرية للفرد).

(ب) العملية (طبيعة الممارسات المدروسة والعمل النقدي الذي يتم من خلاله تسوية رؤى جديدة أو حلول صعبة).

(ج) المنتج (والمنتجات الفريدة لكل إمكانات جيدة بسبب الإبداع) لاحظت الإبداع كتنظيم محدد - يمكن أن يختلف بين الثقافة والمجموعات والمنظمات ويمكن أن تختلف مع مرور الوقت أيضا. الإبداع يأخذ الأرباح إلى المنظمات بسبب طريقة متواضعة. لنقص هذا التنوع من التعاريف هذه، يمكننا أن نقول أن الإبداع ينطوي على جيل الأفكار الرواية أو إعادة تركيب العناصر المعترف بها إلى جديد إلى حد ما، مما يوفر نتائج دقيقة إلى مشكلة.

الإبداع المتوقع للنتائج / الفوائد

الإبداع هو جيل الأفكار مع القيم، مطلوب من أجل تحسين أداء المنظمة، والراحة في التكيف مع التغيير، للتغلب على مشكلة ملموسة، وتغيير موقف الموظفين وأعلى تصنيع الممارسة. في الثقافة التنظيمية، والأفكار الإبداعية مهمة للغاية

في جميع مراحل عملية الإبداع النتيجة المتوقعة هي:

- الابتكار من خلال فكرة العملية والمنتجات الجديدة
- تحسين مستمر للمنتجات أو عملية الخدمات
- مستوى عال من الأداء وزيادة الإنتاجية
- كفاءة
- المرونة

الإبتكار

حدد أن الإبتكار يشمل كل من فكرة ومرحلة التنفيذ. يشير إلى جيل الأفكار والحلول الجديدة تستخدم التقنيات الحالية للوضع الجديد. في الإعدادات التنظيمية، يرتبط الإبتكار باستخدام أفكار جديدة لإعادة الإعمار، وتخفيض التكاليف، وتحسين الاتصالات، وتنفيذ التكنولوجيا الجديدة لعمليات الإنتاج، وتنفيذ هيكل تنظيمي جديد وجعل خطط عمل جديدة أو مبرمجات جديدة يشاهدون الإبتكار كغرض من الحصول على المزيد من الأرباح بسبب الطرق التنافسية. يشير إلى اعتماد العمل أو بناء تقنيات جديدة. علاوة على ذلك، فإنه ينطوي على تعزيز الهيكل التنظيمي أو الممارسة الإدارية. مؤسسة أن الإبتكار يلعب دورا حاسما في النجاح التنظيمي. وبالتالي، ينبغي أن يكون البحث عن العمليات التي تدعم الإبتكار موضع اهتمام للخبراء والمهنيين أيضا. الإبتكار هو شرط أساسي لتحقيق قطاعات سوقية ديناميكية وعدوانية متزايدة. الإبتكار هو التنفيذ الفعال للأفكار الإبداعية في المنظمة التي تضم العديد من الإجراءات، وهدفها هو إعطاء قيمة للأعمال والرجوع المقبول إلى الإبتكار التنظيمي هو عملية حمل أرقى الأفكار في الواقع، مما يثير فكرة إبداعية وتطوير سلسلة من المناسبة المبتكرة. تعرف الإبتكارات أيضا باسم مفهوم القيمة الجديدة وتغيير الأفكار الجديدة إلى أفكار جديدة تحويل القيمة في القيمة. الإبتكار يشير كإجراء يربط المعرفة والأفكار في قيمة جديدة، يتم تشجيع الإبتكار من خلال المعلومات المجمعة من روابط جديدة؛ من الرؤية النمو من خلال رحلة استكشافية في نظام أو مسافات أخرى؛ من الروابط المشتركة الديناميكية وحدود بطلاقة يمكن الوصول إليها. تبدأ الإبتكارات من تبادل الدوائر، حيث لا يتم جمع المعلومات أو تخصيصها، ولكن تم إنشاؤها وشكلها. الأفكار السخية ولدت شيئا جديدا من الروابط التي لم تكن موجودة من قبل. يحتاج الإبتكار إلى نهج جديدة للنظر في الأشياء والناس المدروسين وحماس ريادة الأعمال لتحمل المخاطر والعمل بجد. لا يمكن أن تصبح الفكرة ابتكارا حتى يتم احتضانها على نطاق واسع في الحياة اليومية للناس. إن الناس يواجهون بشكل كبير التغيير، وبالتالي فإن مفتاح الإبتكار هو إرضاء / تأكد من أن فكرتك هي الأفضل - من خلال ارتكاب دعمها والقيام بذلك، من خلال خدمةهم يدركون قيمة الفكرة. اعتبر الفن فراي جوزف أن مفهوم الإبتكار، وحدد ممارسة النشاء لتوليد منتج وخدمات جديد، هو القوة الرئيسية لإنتاج طلب جديد ستكون النتيجة النهائية ثروة جديدة. لقد لعب كلاهما الإبتكار والمنظمة بنفس القدر في ذلك لأن الإبتكار يخلق مطالب وتنظيم جديدة تجلبها إلى السوق. تلغي هذه العملية الأسواق الحالية وتولد تلك الجديدة، والتي سوف تتحول، بدورها، من خلال نفس المنتجات أو الخدمات .

دعم الموظفي المسؤولين ليصبحوا مبتكرين

في الثقافة التنظيمية، لا تبدو الإبتكارات مثل المعجزات. يتم إنشاؤه من قبل القادة الذين يخلقون حالات لإخراج الجميع بأفكار مبتكرة. هل يمكن لقادة إنشاء هذه الإعدادات؟ نعم، أنها تنشئ بيئات من شأنها أن تلهم وتشجع موظفي المواجهة على أن تكون مبتكرة. وهذا يتطلب أن يقوم قادة المنظمة بوفاء بشرتين رئيسيتين. يجب على الزعيم إقناع موظفي الخط الأمامي بأنه يدعم خط القيادة وفي الوقت نفسه، يجب على الزعيم التأكد من أن موظفي المواجهة يفهمون الصورة الكبيرة. تم العثور على عقد ضمني بين موظفي الخطوط الأمامية والقيادة منظمات غير فعالة. تنتج القيادة ما يريده موظفو الخطوط الأمامية بالترتيب ، وسوف ينتج موظفو الخطوط الأمامية ما تريده القيادة ؛ في الثقافة التنظيمية ، يرغب القادة في جعل هذه الرسالة صريحة قدر الإمكان: "أنت تنتج لنا ، وسنتج لك" كانت كل منظمة بحاجة إلى هذا العقد الضمني الذي يسعى جاهداً إلى الإبتكارات. في العادة ، لن يدعم الموظفون قيادة المنظمة لتحقيق مهمتها ويقومون بعمل جيد يتوقعون أن يقوم القادة بإعالتهم. بكلمات بسيطة ، إذا أراد القادة الدعم من موظفي الخطوط الأمامية ، فمن الأفضل أن يساعدوا موظفي الخطوط الأمامية. علاوة على ذلك ، يجب أن تتحرك القيادة أولاً.

الفوائد المتوقعة للابتكار

ضمن السياق التنظيمي ، يشجع القادة الابتكار بسبب قيمة الاستحواذ عليه. يعمل الموظفون المبتكرون على إنشاء وتنفيذ عملية جديدة تزيد من الإنتاجية ويمكن أن تنمي فائدة قابلة للحياة وتوفر تمييزاً ذا مغزى. المنظمة التي هم أكثر ابتكاراً هي أكثر قابلية للتكيف بشكل متكامل مع أي بيئة خارجية ؛ هذا يوجههم للاستجابة بسرعة وفعالية أكبر لتجنب الفرص والمخاطر. كوجهة نظر إدارية ، يكون الموظفون المبتكرون لديهم دوافع معتادة ومشاركين في المنظمة. السماح للموظفين بتحسين إجراءات عملهم والابتكار الذي يوفر شعوراً بالاستقلالية مع تعزيز الرضا الوظيفي. من منظور شامل ، فإن السماح للموظفين بالمشاركة في ابتكار أكبر على مستوى المؤسسة يولد إحساساً قوياً بالمجتمع والعمل الجماعي ويضمن أن يكون الموظفون على دراية بالاستراتيجية والأهداف التنظيمية ويستثمرون فيها. ضمن السياق التنظيمي ، يشجع القادة الابتكار بسبب قيمة الاستحواذ عليه. يعمل الموظفون المبتكرون على إنشاء وتنفيذ عملية جديدة تزيد من الإنتاجية ويمكن أن تنمي فائدة قابلة للحياة وتوفر تمييزاً ذا مغزى. المنظمات الأكثر إبداعاً تكون أكثر قدرة على التكيف مع أي بيئة خارجية ؛ هذا يوجههم للاستجابة بسرعة وفعالية أكبر لتجنب الفرص والمخاطر.

الفرق بين الإبداع والابتكار

الابتكار والإبداع من الإنشاءات ذات الصلة تقريباً ، مما يتيح ركوباً قوياً في الأصالة حيث يولد الإبداع أفكاراً مبتكرة ومناسبة ، خاصة على مستوى الشخص. مطبق. الإبداع يجعل الابتكار في خط الأنابيب. بالنسبة لأي منظمة ، من المهم جداً الاستمرار في التوافق والتنافس في السعي لتحقيق هدفها ، يجب الانتباه من إدارة المنظمة لكلا طرفي العمل ، وتوليد الأفكار الإبداعية بشكل متكرر والاستفادة من عملياتها المبتكرة للقبض على الإمكانيات الخفية تستحق هذه الأفكار. شرح الإبداع بأنه "القدرة على العمل بطريقة مثالية والتي تكون جديدة (أي حقيقية ومعجزة) وقابلة للتطبيق (أي قيمة ومرنة فيما يتعلق بضغوط المهمة)" الابتكار هو عملية لتطوير وتنفيذ أفكار جديدة لحل المشاكل. إنه يشبه إنشاء وقبول وتنفيذ أفكار جديدة (منتجات أو عملية أو خدمات) للتأكد من أن هذا تقني ، ولكن يمكن أن يحدث في العديد من المجالات التنظيمية (مثل عمليات التحسين والتطوير) أو الاجتماعية. على سبيل المثال ، العديد من الأفكار الرائعة في حياة المنظمة لم تحصل على ضوء الشمس أبداً. لنقل فكرة من الإدراك إلى السوق ، يمكن التعرف عليها ؛ يجب أن تتجح في مواجهة أي عقبات محتملة مثل ضغوط المنافسة والمهام والتحديات التكنولوجية والعقبات الأخرى. الإجراء الذي يضمن ذلك أو يجعله ممكناً يشير إلى الابتكار ، وهو العملية الأكثر أهمية عندما نتحدث عن إبداع المنظمة وابتكارها. في أي مؤسسة ، يكون للإبداع بدون ابتكار قيمة صغيرة جداً أو لا قيمة له.

تاريخ الأدب في الثقافة التنظيمية والإبداع والابتكار

يتم إعطاء أهمية الابتكار والإبداع في المنظمة قليلاً ؛ يتم إجراء القليل من الأبحاث التجريبية نسبياً في مجال الثقافة التنظيمية والابتكار والإبداع. أجرى المؤلف بحثاً في الكتلوجات الإلكترونية للعديد من مكتبات الجامعات وبعض المجلات الدورية و google.com. ظهرت موضوعاته المكتوبة بالكامل في وسائل الإعلام المطبوعة القياسية وفي كتبه المكتوبة. تمت كتابة أول مقال على الإطلاق حول هذا الموضوع من قبل من ربط الشركات الإلكترونية بمؤسسات التصنيع الجديدة المعترف بها وشكل الاختلافات بين الأشكال العضوية والآلية للتنظيم. علاوة على ذلك ، فقد وصفوا المنظمات الميكانيكية بأنها هرمية ، مع عمل وبيئة مناسبين ومحددتين جيداً ومنظمين للغاية بالنسبة للآخرين في المنظمة ، مع تدفق الاتصالات عمودياً بشكل أساسي. تميزت المنظمات العضوية بتصميمها التنظيمي

الطليق ، مع وجود فرق وإدارات مختلفة تخلق وتعترف بالفرص والمشكلات الجديدة ، مع تدفق الاتصال الأفقي في المقام الأول. أدى جانب الحتمية البيئية للمنظمات إلى استنتاج مفاده أن نظام التنظيم العضوي للتعامل مع الضعف والتقلب في المنظمة. سهلت المنظمة العضوية قدرًا أكبر من الابتكار والإبداع مقارنةً بالمنظمة الميكانيكية. بعد عقدين من الزمن ، تم تحدي هذا الاستنتاج عند إثبات أن اتخاذ قرار مركزي قد يعزز قدرة المنظمة على الابتكارات ، لا سيما في تلك المنظمة التي لديها بيئة أكثر استقرارًا مجموعة من المعرفة حول الابتكار والإبداع في المنظمة على مدى العقود العديدة القادمة.

ثقافة المنظمة والمناخات الخاصة بالوجه من أجل الإبداع والابتكار

لقد ذهبت الرابطة المتعلقة بالمناخ والثقافة التنظيمية غير مستكشفة إلى حد ما في أبحاث الابتكار والإبداع. اقترح إيلاء المزيد من الاهتمام لما يُعرف "بالمناخ المحدد للوجه" ، وبشكل عام ، يعتبر المناخ نموذجًا ديناميكيًا يربط بين الثقافة التنظيمية والابتكار. تم العثور على العديد من المراجعات الحديثة فيما يتعلق بالثقافة التنظيمية التي دعمت هذا التأكيد حتى الآن ، ومعظم الجهود التي يجب إظهارها والتي تحدد كيفية أداء المناخ والثقافة كمثبطات أو عوامل تمكين في المنظمات فيما يتعلق بالدوافع. تحمل الثقافات الأساسية الابتكارات التي تؤدي تنفيذ التغييرات في الإعدادات التنظيمية والقطاعات المحددة ، ولكن ما هو أقل حيوية في الطريقة التي تظهر بها هذه الثقافات الأساسية كمناخات خاصة بجوانب محددة للابتكار.

الثقافة التنظيمية معوقات الإبداع والابتكار

التحكم: تم الاعتراف بالقضية الرئيسية في الأدبيات السابقة التي تعيق التحصيل الإبداعي وهي التحكم. الطريقة لتقليل أو التغلب على هذا العائق هو التحكم في عملية صنع القرار ، وتدفع المعلومات للتحكم أو التحكم في نظام المكافآت التي تمكن من زيادة الدافع الخارجي. الثقافة التي تشجع وتدعم السيطرة ، والنتيجة ستكون انخفاض في الابتكار والإبداع. السبب الأساسي هو أن التحكم يزعج بشكل مدمر الدافع الداخلي. اقترح أن مهارات الإبداع والخبرة يجب أن يصاحبها دافع جوهري لتوليد سلوك إبداعي للغاية. ومع ذلك ، قد لا يكون هذا المفهوم أصليًا كما يظهر. ذكر أنه في بيئة يمكن التنبؤ بها ومستقرة ، يجب أن تكون هناك بعض الخطوات التي تنطوي على المركزية وإضفاء الطابع الرسمي على عملية صنع القرار قد تعزز قدرة المنظمة على تبني وتنفيذ الابتكارات.

الربط بين الثقافة التنظيمية والإبداع والابتكار

أظهرت الثقافة التنظيمية تأثيرًا قويًا على النقطة التي يتم فيها تحفيز الابتكار والإبداع في المنظمة. وبالتالي ، لتعزيز التميز في دورة الحياة التنظيمية والابتكار والإبداع ، تلعب بشكل متكامل أداءً مهمًا في المجتمع. لتحقيق الابتكار في الخدمات والمنتجات التي ترضي العملاء ، يجب أن تكون المنظمة أكثر إبداعًا. هذه نتيجة للثقافة التنظيمية اقترح علماء سابقون أن للثقافة التنظيمية دور حيوي في الإشارة إلى الابتكار وقد اقترحوا أن المنظمات الفعالة لديها القدرة على دمج الابتكار في المجتمع التنظيمي ونظام الإدارة. بهذه الطريقة ، توجد الثقافة التنظيمية في روح الابتكار التنظيمي. الإشارة إلى أن الثقافة التنظيمية لها تأثير على الحدود التي يتم تحفيز الجهود الابتكارية واستدامتها وتنفيذها. يقترح نموذجًا تفاعليًا متكاملًا للقيم والمعايير الثقافية التي لها تأثير على الابتكار والإبداع. لقد أظهرت الثقافة التنظيمية تأثيرًا قويًا على النقطة التي يتم فيها تحفيز الابتكار والإبداع في منظمة خاصة السلوك الذي يلهم الابتكار ودعم المكونات والاستراتيجية والهيكل. الاستراتيجية هي عامل الثقافة التنظيمية. الابتكار والإبداع يدلان على رأي مشترك ومسؤولية تجاه المستقبل. يجب أن يدرك الموظفون المهمة والرؤية التي تدفع الابتكار والإبداع إلى الأمام وإيجاد الفجوة في الظروف الحالية. تشير

محددات الهيكل إلى الفريق الذي يدعم بقوة ويؤثر على الدرجة التي يحتل بها الابتكار والإبداع منصبًا في المنظمة. حسنًا ، العمل الجماعي المتوازن يمكن القدرات الفردية من دعم الابتكار والإبداع بنجاح. يجب تحفيز أعضاء الفريق على تكريم واحترام بعضهم البعض وإدراك السحر الفعال للآخرين ووجهات نظرهم. من خلال هذه العملية ، يجب أن يكون الأعضاء متحفزين وسيطرحون العديد من الأفكار والتواصل. بينما تدعم المكونات التي تخلق بيئة متوهجة لتعزيز الابتكار والإبداع والتي تلفت الانتباه إلى التقدير والمكافآت ، وإمكانية الوصول إلى الموارد ، والوقت ، وتكنولوجيا المعلومات والأشخاص السخيين. العنصر الأخير في الثقافة التنظيمية هو السلوك السخي الذي يعزز الابتكار. إنه نهج يصحح جميع الأخطاء ويخلق التشجيع لتقديم أفكار جديدة ، والتغلب على النزاعات وميول التعلم المستمر.

الخاتمة

الأفكار القيمة ليست في الهواء. والأفكار الجديدة مطلوبة في جو ثقافي. تتطلب الثقافة التنظيمية الفعالة أدوات متطورة من مزيج من الأفكار المبتكرة والإبداعية وكفاءة أكبر للتنفيذ. الثقافة التنظيمية مثل السيارة التي تقود الابتكار والإبداع. قد يتضمن إبداع المنظمة في عملية أو منتجات مبتكرة تغيير الطلب الحالي - العديد من الأفكار الرائعة في حياة المؤسسة لا يحصلون عليها أبدًا في ضوء الشمس. حمل فكرة من الإدراك إلى السوق ، وهي العملية الأكثر أهمية عندما نتحدث عن إبداع المنظمة وابتكارها. يعتبر الإبداع والابتكار في العملية التوأم روح المنظمة. يعني أن تشارك في أنشطة مختلفة أو تقوم بأنشطة مختلفة للسماح للمنظمة بالتخلي عن مزيج فريد من القيمة. ومن ثم فإن أهمية الإبداع والابتكار توفر مدخلًا للمنظمات الذكية - فهي تبحث بنشاط عن فرص للقيام بشيء جديد أو القيام بالمهمة الحالية بطريقة لا تصدق. من المفهوم أن الوضع الاقتصادي الحالي غير مستقر وعنيف. في هذا العصر المتسارع ، تتطلب البيئة الجديدة تحسين ديناميكية الأسلوب. يؤثر هذا الاتجاه من الاختلاف على العديد من حياتنا عن طريق التخطيط أو غير المخطط له. وهكذا فإن الاسم الجديد لهذه اللعبة هو الإبداع والابتكار.

المصادر والمراجع:

- Alvesson M., 1987, Organizations, culture, and ideology, "International Studies of Management & Organization", 17(3).
- Amabile T.M., 1997, Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do, "California Management Review", 40(1).
- Amabile T.M., Conti R., Coon H., Lazenby J., Herron M., 1996, Assessing the Work Environment for Creativity, "Academy of Management Journal", 39(5).
- Baer M., 2012, Putting creativity to work: the implementation of creative ideas in organizations, "Academy of Management Journal", 55(5).
- Burkus D., 2014, How to Tell if Your Company Has a Creative Culture [online], [In:] "Harvard Business Review", Retrieved from: <https://hbr.org/2014/12/how-to-tell-if-your-company-has-a-creative-culture>.
- Ghosh K., 2015, Developing organizational creativity and innovation, "Management Research Review", 38(11).
- Kessel M., Kratzer J., Schultz C., 2012, Psychological safety, knowledge sharing, and creative performance in healthcare teams, "Creativity and Innovation Management", 21(2).
- Martins E.C., Terblanche F., 2003, Building organizational culture that stimulates creativity and innovation, "European Journal of Innovation Management", 6(1).

- McLean L.D., 2005, Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development, "Advances in Developing Human Resources", 7(2).
- Tabor J., 2016, Safety Culture in the Manufacturing Enterprises – Selected Aspects of Examination, [In:] Knosala R. (Ed.), *Innowacje w zarządzaniu i inżynierii produkcji*, T.2, Opole: Oficyna Wydawnicza PTZP, Retrieved from: http://www.ptzp.org.pl/s99/Artykuly_IZIP_2016.
- Westwood R., Low D.R., 2003, The multicultural muse: Culture, creativity, and innovation, "International Journal of Cross-Cultural Management: CCM", 3(2).
- Cook, P. (1998). The creativity advantage-is your organization the leader of the pack? *Industrial and commercial training*. 30(5), 179-184.
- Ella Miron & Miria M Erez (2004). Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other? *Journal of Organization Behavior*.25, 175–199.
- F Gino & Ariely, 2012. The Dark Side of Creativity: Original Thinkers Can Be More Dishonest: *Journal of personality and social psychology*, 102(3) 445-459.
- Ford, C.M., (1995). "Creativity is a mystery: clues from the investigators' notebooks". Ford, C.M., Gioia, D.A., *Creative Action in Organizations: Ivory Tower Visions & Real-World Voices*, Sage, London, 12-52.
- Forgione and Newman, 2007. An experiment on the effectiveness of creativity enhancing decision-making support systems. *Journal Decision Support System Volume 42 (4)*, 2126-2136.
- Friday O. Okpara, 2007. The value of creativity and innovation in entrepreneurship: *Journal of Asia Entrepreneurship and sustainability*. 3 (2), pp, 1-14.
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: A meta-analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90-105.
- Hogan, S. J., & Coote, L. V. (2014). Organizational culture, innovation, and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609-1621.

Abstract:

A hyper-cutthroat business climate will make due and succeed just those ventures that can concoct groundbreaking thoughts as well as remarkable items or applications. Innovativeness goes connected at the hip with development; higher imagination prompts more advancement. Fostering an authoritative culture that animates and advances innovativeness and development is basic for associations looking for an upper hand. The paper analyzes the connection between culture, imagination, and advancement. In view of essential information got in a poll review directed in Slovak associations there were found relationship between every one of the factors. The most grounded affiliation was estimated between the air of mental security in the working environment and representatives' ability to deliver groundbreaking thoughts and between relational connections in the work environment and individual imagination.