



علوم مدیریت و توسعه

مطالعات کاربردی در دو ماهنامه علمی-تخصصی

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال پنجم، شماره ۷ (پیاپی ۲۷)، آذر ۱۳۹۹، جلد یک
ISSN: 2538-6409

بررسی نقش عشق به برند بر رفتار مصرف کننده؛ مورد مطالعه: هتل
استقلال تهران
حسین وظیفه دوست، سپهر اصغرزاده

طراحی و توسعه شبکه اجتماعی گردشگری سلامت
محمد ستاری، آزاده محمدی، علی اکبری، سیدفرزان فخرایی

نقد و بررسی فلسفی نظریه عمومی سیستم‌ها در سازمان و مدیریت
سید مهدی میرغفوری، بهروز قاسمی

تبیین مدل سطح‌بندی دوره‌های آموزش سازمانی با رویکرد تأثیر
تحصیلات بر موفقیت شغلی
پرستو صلواتی، امیر بهبودی، فاطمه سهرابی

بررسی نقش گردش شغلی در توانمندسازی و خلاقیت کارکنان؛
مورد مطالعه: صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر کشور
حاتم شکری

مدیریت منابع انسانی در هزار سوم
ناصر میقانی

بررسی میزان تاثیر انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای و مهارت‌های
ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده
ایرج مرادی

مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه



دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال پنجم، شماره ۷ (پیاپی ۲۷)، آذر ۱۳۹۹

۲۷

SHIJ.ir

ISSN: 2538-6409

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: منیژه ملائی

زیر نظر شورای سردبیری
مدیر اجرایی: مهرداد فتحی

اعضای شورای علمی و داوری تحریریه: (به ترتیب حروف الفبا)

- دکتر حسنعلی آقاجانی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر مریم اخوان خرازیان، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر طیبہ امیرخانی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر فرشته امین، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر روحاله بیات، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر محمد تابان، عضو هیئت علمی دانشگاه ایلام
- دکتر مهدی حیدری، عضو هیئت علمی دانشگاه ارومیه
- دکتر غلامحسین خورشیدی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر هاشم زارع، عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز
- دکتر ملیحه سیاوشی، عضو هیئت علمی دانشگاه هرمزگان
- دکتر سجاد شکوه یار، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر میثم شیرخداپی، عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران
- دکتر داود طالبی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر زینب طولابی، عضو هیئت علمی دانشگاه ایلام
- دکتر حسین عظیمی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر حسن فارسجانی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی
- دکتر حسین کاظمی، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- دکتر عالیہ کاظمی، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر نرگس مرادخانی، عضو هیئت علمی دانشگاه زنجان
- دکتر محمدمهدی مظفری، عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمینی
- دکتر سیدرضا میرعسکری، عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان
- دکتر عباس نرگسیان، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران
- دکتر علی یاسینی، عضو هیئت علمی دانشگاه ایلام

فراخوان پذیرش مقاله:

نشریه «مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه» توسط موسسه مطبوعاتی مطالعات کاربردی شباک و با همکاری علمی اساتید برجسته دانشگاه‌های کشور به انتشار مقالات علمی در زمینه مدیریت می‌پردازد. از این‌رو از تمام اساتید، صاحب‌نظران، کارشناسان، دانشجویان و پژوهشگران دعوت می‌شود با ارسال مقالات علمی خود از طریق وبسایت نشریه به نشانی www.ASMD.ir در پربارتر کردن این نشریه، ما را یاری نمایند. برای ارسال مقاله کافی است تا در وبسایت ثبت‌نام نموده و با ورود به پنل کاربری، مقاله خود را ثبت کنید.

محورها و موضوعات پذیرش مقاله:

- مدیریت دولتی
- مدیریت بازرگانی
- مدیریت صنعتی
- مدیریت مالی
- مدیریت بیمه
- مدیریت گردشگری
- مدیریت فناوری اطلاعات
- مدیریت منابع انسانی
- مدیریت توسعه
- مدیریت MBA، اجرایی و شهری
- کارآفرینی و مدیریت کسب و کار
- مدیریت دانش و مطالعات میان رشته‌ای

نشریه

نشانی: کرج، آزادگان، ابتدای بلوار مطهری، کوچه شهید سبحانی، پلاک ۲۸، واحد ۴
کدپستی: ۳۱۳۳۹۵۳۵۹۵
www.ASMD.ir
Shij.journals@gmail.com
۳۱۳۳۹۵۳۵۹۵ / ۰۲۱ ۳۳۹۵۳۵۹۵ / ۰۲۱ ۳۳۹۵۳۵۹۵

چاپ

انتشارات هنر و علوم دانشگاهی، تلفن: ۰۲۱ ۳۳۸۴۰۷۹۲
نشانی: تهران، افسریه، ۱۵ متری اول، کوچه ۲۸، پلاک ۳۹۳

فهرست مقالات

صفحه	عنوان مقاله
۱	بررسی نقش عشق به برند بر رفتار مصرف کننده؛ مورد مطالعه: هتل استقلال تهران حسین وظیفه دوست، سپهر اصغرزاده
۱۱	طراحی و توسعه شبکه اجتماعی گردشگری سلامت محمد ستاری، آزاده محمدی، علی اکبری، سید فرزانه فخرایی
۱۷	نقد و بررسی فلسفی نظریه عمومی سیستم ها در سازمان و مدیریت سید مهدی میرغفوری، بهروز قاسمی
۳۱	تبیین مدل سطح بندی دوره های آموزش سازمانی با رویکرد تأثیر تحصیلات بر موفقیت شغلی پرستو صلواتی، امیر بهبودی، فاطمه سهرابی
۳۹	بررسی نقش گردش شغلی در توانمندسازی و خلاقیت کارکنان؛ مورد مطالعه: صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر کشور حاتم شکری
۴۹	مدیریت منابع انسانی در هزار سوم ناصر میقانی
۵۹	بررسی میزان تاثیرانگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای و مهارت های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده ایرج مرادی

بررسی نقش عشق به برند بر رفتار مصرف کننده (مورد مطالعه: هتل استقلال تهران)

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۴/۰۲

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۶/۳۰

کد مقاله: ۵۵۱۳۰

حسین وظیفه دوست^{۱*}، سپهر اصغرزاده^۲

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی نقش عشق به برند بر رفتار مصرف کننده در هتل استقلال تهران می باشد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده زیرا هدف تحقیقات کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص می باشد و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی-همبستگی است چراکه به توصیف وضعیت متغیرها و نیز روابط میان آنها می پردازد. مشتریان هتل استقلال تهران در تابستان ۹۸ که با توجه به نامحدود بودنشان با کمک فرمول کوکران تعدادشان ۳۸۴ نفر شد. داده ها با کمک پرسشنامه محقق ساخته تأیید شده گردآوری شدند و با استفاده از نرم افزار SPSS و لیزرل تحلیل شدند. و نتایج زیر حاصل شدند. علاقه برند بر رفتار مصرف کننده، لذت بردن از برند بر رفتار مصرف کننده، شیفتگی برند بر رفتار مصرف کننده، پیوندهای احساسی بر رفتار مصرف کننده و وابستگی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار می باشند. در ادامه پیشنهادهایی برای بهبود پژوهش ارائه شدند.

واژگان کلیدی: عشق به برند، رفتار مصرف کننده، هتل استقلال، تهران.

۱- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران. نویسنده مسئول
vazifedust@yahoo.com

۲- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران

۱- مقدمه

امروزه با توجه به رشد و توسعه صنعت گردشگری در کشورها، رقابت شدیدی در این عرصه در جریان است و سازمان‌ها و نهادهایی گردشگری در تلاش برای جذب مشتریان هر چه بیشتر به‌سوی خود هستند. هتل‌ها یکی از نهادهایی هستند که در رقابت شدیدی با یکدیگر قرار دارند و هرچه هتلی بهتر بوده و جلوه بهتری در دیدگاه مشتری داشته باشد، می‌تواند موفقیت بیشتری را کسب کند. در سال‌های اخیر توسعه رابطه مصرف‌کننده با برند از مسائل مهم در نظریه‌های برند سازی بوده است و تحقیقات بر نوع رابطه مصرف‌کننده با برند مصرفی‌شان متمرکز شده است. انواع روابطی که می‌توان بدان اشاره کرد عبارت است از: وفاداری به برند، تعهد به برند، اعتماد به برند، رضایتمندی و ... در بین این سازه‌های مختلف، عشق به برند سازه‌ای بسیار جدید می‌باشد و تاکنون توجه زیادی به آن نشده است؛ درحالی‌که این سازه بالاترین درجه رابطه مصرف‌کننده با برند را نشان می‌دهد (اسمائل و اسپینلی، ۲۰۱۲). برندها نقش محوری در رفتار مصرف‌کننده ایفا می‌کنند و ایجاد روابط قدرتمند بین مشتری و برندهای منتخب آنها، تأثیر شگرفی بر رفتارهای مشتری و ترجیح برند دارد. ایجاد چنین روابط قدرتمندی در پاره‌ای از مواقع موجب شکل‌گیری پیوندهای احساسی عمیق و در نهایت عشق به برند می‌شود. (حاجی بابایی اسماعیل پور، ۱۳۹۷). ایجاد ارتباطات عاشقانه بین برند و مشتری موجب می‌شود مشتری احساس کند برند مدنظر آنقدر مهم و منحصر بفرد است که نمی‌تواند آنرا با دیگر برندها جایگزین کند. این احساس موجب ایجاد سرمایه‌ای هنگفت برای برند خواهد شد. (تالا و آیدین، ۲۰۱۳) اخیراً پیوندهای شدیدی در رابطه با محصول، برند و حس احساس شده از آن‌ها شکل گرفته است که بیان‌کننده عشق است (یونال و آیدون، ۲۰۱۳). عشق به برند یکی از مولفه‌هایی است که در بخش خدمات و بخصوص صنعت هتلداری بسیار مهم و ضروری است. با توجه به، ملموس بودن خدمات هر چه خدمات ارائه شده به مشتری دارای کیفیت بهتری باشد، می‌تواند باعث علاقه مند شدن بیشتر مشتری گردد. در صنعت هتلداری هم این امر صدق می‌کند. هرچه مشتریان علاقه بیشتری به یک هتل داشته باشند، تمایل بیشتر به استفاده از آن هتل خواهند داشت. عشق به برند بر جنبه‌های مختلفی از رفتار مشتریان موثر است. (دیویس سرامک و همکاران، ۲۰۰۷). از اینرو بررسی عشق به برند و تأثیر آن بر ویژگی‌های مختلف رفتار مصرف‌کننده بسیار مهم است. لذا این پژوهش قصد دارد تا به بررسی عشق به برند بر رفتار مصرف‌کننده بپردازد.

رابطه میان شکست خدمات، فعالیت‌های احیاء خدمات با وفاداری مشتریان در حوزه خدمات شرکت‌های هواپیمایی چگونه است؟

۲- عشق به برند

عشق به برند، درجه‌ای از وابستگی عاطفی پورشور که یک مشتری راضی با یک برند خاص دارد، عشق به برند است. (کارول و اهویا، ۲۰۰۶). به عبارت دیگر وقتی برندی به شکلی عمل می‌کند که توانایی ارضای نیازهای واقعی و ملموس از طرف دیگر داشته باشد، می‌تواند به عشق تعبیر کرد و اینگونه و رفته رفته مفهوم عشق برند وارد تحقیقات مصرف‌کننده شد. (لانگنز و همکاران، ۲۰۱۴). مصرف‌کنندگان اصطلاح عشق به برند را برای توصیف احساسات خود نسبت به یک برند، به منظور نشان دادن ارتباط عاطفی‌شان با آن برند به کار می‌برند. (اوتیرز و هریسون، ۲۰۱۱). فورنیر و میک (۱۹۹۹) عشق به برند را رابطه بلندمدت مشتری با برند تعریف کرد. رابرت (۲۰۰۵) بیان می‌دارد که عشق به برند بیان‌کننده قوی‌ترین پیوند عاطفی بین مصرف‌کننده و برند است. (آقازاده و همکاران، ۱۳۹۴) برگویس و لارسن (۲۰۱۰) عشق به برند را دیدگاهی غیر منطقی در مصرف می‌دانند که بر اساس آن، مصرف‌کنندگان واقعیت‌هایی را براساس تجربه‌های خود در مصرف کالا شکل می‌دهند. باترا و همکارانش نشان دادند یکی از ابعاد اصلی عشق به برند، یکپارچگی با برند خود درجه‌ای را که تصویر برند با تصویر فرد از خودش مطابقت دارد، ارزیابی می‌کند، این ارزیابی جنبه منطقی دارد. (باترا و همکاران، ۲۰۱۲) عشق به برند مفهومی زیبا برای قدرت نفوذ برند یک شرکت نزد هوادارانش می‌باشد. کیفیت بالا، در دسترس بودن، بر طرف کردن انواع خواسته‌های مشتری از توجه به محیط زیست گرفته تا رنگ و زیبایی و ... مولفه‌هایی هستند که موجب آن می‌شود یک مشتری شیفته یک برند شده و بدان عشق بورزد. (بیگ زاد و همکاران، ۱۳۹۵). عشق به برند متغیری است که از مدل مثلثی استرنبرگ الهام گرفته شده که شامل شور و حرارت، صمیمیت و تعهد می‌شود و فراتر از رضایت خاطر مشتریان است. (زاراتونلو و همکاران، ۲۰۱۶). عشق به برند، مفهومی بسیار نوین و حیاتی است که در دهه اخیر توجه بسیاری از صاحب نظران بازاریابی را به خود جلب کرده است. عشق به برند بیانگر رابطه‌ای احساسی پر شور بین مصرف‌کننده و یک برند است. (مطهری نژاد و همکاران، ۱۳۹۳). کارول و آهوویا (۲۰۰۶) عشق به برند را درجه وابستگی هیجانی احساسی که یک مصرف‌کننده راضی نسبت به نام تجاری خاصی دارد، می‌دانند. عشق به برند رابطه‌ای دو جانبه، پویا و هدفمند بین مصرف‌کنندگان و یک برند است که این رابطه دارای ویژگی‌های احساسی، شناختی و عاطفی است. (پنگ و همکاران، ۲۰۰۹). عشق مردم به برند‌ها چنان است که در بعضی از کشورها مصرف‌کنندگان واقعی بعضی برند‌ها، لوگوی برند مورد علاقه‌ی خود را بر روی بدن خود خالکوبی می‌کنند مانند اپل در آمریکا و نوکیا در فنلاند. (جعفرپیشه، ۱۳۹۱). نشانه عشق

زمانی ایجاد می شود که یک برند غیر قابل تعویض، اما جذاب و قوی باشد. تاکید بر برندینگ عاطفی و اینکه احساسات مصرف کننده لازم است که ارضا شود به این منظور است که مصرف کننده عاشق یک برند شود. (مطهری نژاد و همکاران، ۱۳۹۳).

۲-۱- ابعاد عشق به برند

یافته های اخیر علوم اعصاب (۲۰۰۶) و روانشناسی اجتماعی نشان می دهد که احساس عشق دو بعد دارد (آلبرت و والت فلورنس، ۲۰۱۰):

علاقه: با یک دید مفهومی به نظر می رسد در عشق بین فردی دو مفهوم علاقه و پیوند یک بعد باشند. به علاقه، صمیمیت یا وابستگی هم گفته می شود. وابستگی عموماً عنصری در نظر گرفته می شود که علاقه یا صمیمیت را مشخص می کند. (هینریش و همکاران، ۲۰۰۶).

هوس: مصرف کنندگان لزوماً همه برندها را هوس ندارند. به عقیده تامسون و همکارانش (۲۰۰۵) افراد فقط با تعداد کمی از برندها روابط احساسی شدید و دیرپا برقرار می کنند. هوس برند همان شور، شیدایی یا حتی عقده یک مصرف کننده نسبت به یک برند است. (آلبرت و همکاران، ۲۰۱۰).

۲-۲- ویژگی های عشق به برند

پنج ویژگی عشق به برند توصیف می گردد (کارول و آهوویا، ۲۰۰۶): علاقه نسبت به برند، وابستگی به برند، ارزیابی مثبت نسبت به برند، هیجان و احساس مثبت در پاسخ به یک برند، اظهار عشق نسبت به آن برند

۲-۳- پیشایندهای عشق به برند

(آلبرت و همکاران، ۲۰۰۸) پیشایندهای عشق به برند را به شرح زیر بیان نموده اند؛ هویت برند، تصویر برند، اعتماد به برند

۲-۴- پیامدهای عشق به برند

پیامدهای عشق به برند از دیدگاه (فولرتون، ۲۰۰۵) به شرح زیر می باشند؛ تعهد به برند، تمایل به پرداخت اضافه بها، تبلیغات شفاهی مثبت، وفاداری به برند

۳- رفتار مصرف کننده

رفتار مصرف کننده بطور چشمگیری در دهه گذشته تغییر یافته است. امروزه، مصرف کنندگان می توانند انواع محصولات سفارشی، از کفش های ورزشی گرفته تا کامپیوترها را به صورت آنلاین سفارش دهند. بسیاری از آنها به جای خرید روزنامه ها، به وب سایت های آنها مراجعه کرده و اطلاعات کافی را از منابع مختلف دریافت می نمایند. واژه رفتار مصرف کننده برای اشاره به رفتارهای مصرف کنندگان در راستای جستجو، خرید، مصرف، ارزیابی و دور ریختن کالا، و خدمات مورد نیاز به کار می رود. رفتار مصرف کننده به مطالعه چگونگی تصمیم گیری افراد برای صرف منابع موجود خود (زمان، پول، تلاش)، در اقلام مرتبط با مصرف می پردازد. واژه رفتار مصرف کننده به بررسی و توصیف دو نهاد مصرفی مختلف می پردازد که عبارتند از: مصرف کننده شخصی و مصرف کننده سازمانی. مصرف کننده شخصی، کالاها و خدمات را برای مصرف شخصی، خانوادگی و یا دادن هدیه به دوستان، خریداری می کند. (شیفمن و کانوک، ۲۰۱۸). به مطالعه کلیه فرایندهای انتخاب، استفاده، کنارگذاری محصولات، خدمات، تجارب و یا ایده ها توسط افراد، گروه ها و سازمان ها به منظور ارضای نیازها و نیز بررسی عواقب و تاثیرات این فرایندها بر مشتری و جامعه می پردازد. این شیوه نگرش به رفتار مصرف کننده، وسیع تر از نگرش سنتی است. در نگرش سنتی رفتار مصرف کننده، توجهات عمدتاً بر خریدار و پیش زمینه های بلا فصل و نتایج فرایند خرید کالا متمرکز بود. (هاوکینز و همکاران، ۱۳۸۵).

۴- مبانی نظری پژوهش

علی نژاد و همکارانش (۱۳۹۸) چارچوبی را برای عشق به برند در میان مصرف کنندگان ایرانی ارائه نمودند. در این پژوهش از روش تحلیل کیفی استفاده شد. نمونه آماری را ۱۰۶ مصرف کننده تشکیل دادند. تحلیل داده ها با کمک تحلیل تم، صورت گرفت. نتایج نشان داد هویت برند، اعتماد به برند و تصویر برند بعنوان پیشایندهای عشق به برند شناخته شدند و نیز تعهد به برند، وفاداری به برند، تبلیغات شفاهی و میل به پرداخت اضافه بها به عنوان پیامدهای عشق به برند شناخته گردیدند. تقدیر و همکارانش (۱۳۹۶) نقش هویت پذیری و عشق به برند را در هتل های پنج ستاره مشهد بررسی کردند. این پژوهش از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری آنرا مشتریان هتل های مشهد در سال ۹۶ تشکیل دادند که نمونه ایی ۳۸۴ نفری به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ایی با کمک جدول مورگان از آن انتخاب شد. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. داده های گردآوری شده با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل تحلیل شدند. نتایج نشان داد که هویت پذیری بر عشق به برند تأثیر مستقیم و معناداری داشته و عشق به برند بر وفاداری، فرازمند و همکارانش (۱۳۹۶) تأثیر عشق

به برند و مولفه های آنرا بر وفاداری بررسی نمودند. این پژوهش، از نوع توصیفی-پیمایشی بود. جامعه آماری آنرا دانشجویان استفاده کننده از تلفن همراه در دانشگاه ملایر تشکیل دادند که ۳۴۱ نفر از آنان به روش تصادفی ساده بعنوان نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از دو پرسشنامه محقق ساخته عشق به برند و وفاداری مشتریان استفاده شد. داده های گردآوری شده با کمک رگرسیون خطی ساده، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف و آزمون دوربین و استون تحلیل شدند. نتایج نشان داد که عشق به برند و تجربه مثبت بر وفاداری به برند تأثیرگذار است. بیک زاد و همکارانش (۱۳۹۵) تأثیر عشق به برند، شخصیت برند و وفاداری برند را بر تبلیغات دهان به دهان بررسی کردند. جامعه آماری آنرا مصرف کنندگان جوان لباس های مد شده در استان آ- شرقی تشکیل دادند که ۱۹۸ نفر از آنان با روش نمونه گیری خوشه ایی بعنوان نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. داده ها با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری، SPSS و لیزرل تحلیل شدند. نتایج نشان داد که عشق به برند مهمترین عامل تأثیرگذار بر تبلیغات دهان به دهان در میان خریداران بوده است. رحیم نیا و همکارانش (۱۳۹۵) تأثیر عشق به برند را بر قصد خرید بواسطه وفاداری به برند بررسی نمودند. در این پژوهش الگویی از روابط برند بررسی شد. همچنین مسیرهایی که عشق به برند بر قصد خرید تأثیر داشت شناسایی شدند. مریخ نژاد اصل و وظیفه دوست (۱۳۹۴) عشق به برند و تأثیر آن بر وفاداری به برند و ارتباطات شفاهی را بررسی نمودند. در این مطالعه، تأثیر متغیرهای محصولات لذت گرا، تصویر برند و اشتیاق برند بر عشق به برند بررسی شد و نیز عشق به برند بعنوان متغیر تأثیرگذار بر وفاداری برند و ارتباطات شفاهی مورد بررسی قرار گرفت. نمونه آماری آنرا ۳۵۲ نفر از دانشجویان دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تشکیل دادند. داده ها به روش پیمایشی گردآوری شدند. برای تحلیل داده ها از تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد محصولات لذت گرا تأثیر معنی داری بر عشق به برند ندارند، همچنین باعث کاهش وفاداری برند می شود. تصویر برند تأثیر مثبت بر روی عشق به برند دارد. اشتیاق برند تأثیر معنی داری بر عشق به برند ندارد، اما باعث افزایش ارتباطات شفاهی می شود. همچنین عشق به برند، تأثیر مثبت و معنی داری روی وفاداری برند و ارتباطات شفاهی دارد. آقازاده و همکارانش (۱۳۹۴) پیشنهادها و پیامدهای کلیدی عشق به برند را در خریداران گوشی تلفن همراه در تهران بررسی نمودند. جامعه آماری آنرا خریداران گوشی تلفن همراه در تهران تشکیل دادند که ۳۷۹ نفر از آنان بعنوان نمونه آماری انتخاب شدند. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه استفاده شد. داده ها با کمک مدلسازی معادلات ساختاری و نرم افزار PLS تحلیل شدند. نتایج نشان داد که احساس سورتالیستی خریدار، برند، خودنگاره و تصویر برند از پیشنهادها کلیدی عشق به برند خریداران گوشی تلفن همراه می باشد. شیرخدایی و نبی زاده (۱۳۹۲) تأثیر عشق به برند را بر وفاداری مصرف کننده بررسی کردند. جامعه آماری آنرا مشتریان محصولات مصرفی، مراکز خرید و فروشگاههای منتخب در شهرستان های ساری، بابلسر و بابل تشکیل دادند که ۲۹۵ نفر از آنان به روش نمونه گیری خوشه ایی انتخاب شدند. نتایج این پژوهش نشان داد که عشق به برند بر تعهد به برند و تعهد به برند بر وفاداری به برند اثر مستقیم دارد. هانگ (۲۰۱۹) نقش برند و فناوری های اطلاعاتی را در محیط های خریدهای خرده فروشی مجازی بررسی کرد. مطالعه حاضر یک آزمایش را جهت ارائه شواهد مربوط به تفاوت در اثرات تقویت عشق به برند بین محیط خرید انجام داده است. علاوه بر این، این مطالعه مکانیسم روانی شکل گیری عشق به برند را روشن می سازد. نتایج تحقیق ممکن است به خرده فروشان الکترونیکی و مدیران برندهای آنلاین کمک تا فناوری مناسب برای شکل دادن به عشق به برند و ایجاد یک تجربه شبیه سازی آنلاین موثر انتخاب کند. نیک هاشمی و همکاران (۲۰۱۹) نقش تجربه برند و عشق به برند را بر مشتریان بررسی کردند. یک معیار چند بعدی جامع را بعنوان «تجربه برند خرده فروشی» معرفی نمودند. هدف این پژوهش یک مدل مفهومی است که رابطه بین تجربه برند خرده فروشی و رفتارنهایی مشتریان (تمایل به خرید بیشتر، تبلیغات دهان به دهان و قصد خرید مداوم) در صنعت خرده فروشی را بررسی نمود. همچنین تلاش این پژوهش، معرفی نقش میانجی عشق به برند در مدل پیشنهادی است. یافته های این پژوهش نشان می دهد که رابطه غیر خطی بین تبلیغات دهان به دهان و تمایل به خرید بیشتر و تبلیغات دهان به دهان با قصد خرید وجود دارد. همچنین بین تجربه برند و تبلیغات دهان به دهان رابطه وجود دارد و همچنین عشق به برند می تواند به بهبود در رفتار مصرف کننده تأثیر دارد. آچمپانک و اسمیرنوا (۲۰۱۸) رابطه بین عشق به برند و وفاداری به برند را بررسی کردند. در این پژوهش، تحلیل عمقی ادبیات مربوط به مصرف برند لوکس، عشق به برند و وفاداری به برند صورت گرفت و فرضیه هایی تحلیل شدند. نتایج اصلی این پژوهش؛ وجود رابطه بین عشق به برند و وفاداری به برند می باشد. چامانیتا (۲۰۱۵) تأثیر عشق به برند و شخصیت برند را بر تبلیغات دهان به دهان در بین مشتریان جوان برندهای مد لباس بررسی نمودند. در حالت کلی، برندهای محصولات مد در مقایسه با دسته بندی محصولات دارای معانی نمادین هستند. رفتارهای مصرف بیانگر تمایل به داشتن مارک های خاص به عنوان ابزاری برای دستیابی به وضعیت و تحقق هدف، می باشند. می توان گفت مصرف کنندگان بیشتر به آگاهی بیشتر رسیده و مشتاق هستند که خود را با روندهای اخیر به روز کنند.

۵- روش شناسی پژوهش

۵-۱- روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده زیرا هدف تحقیقات کاربردی توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص می باشد و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی- همبستگی است چراکه به توصیف وضعیت متغیرها و نیز روابط میان آنها می پردازد. مشتریان هتل استقلال تهران در تابستان ۹۸ که با توجه به نامحدود بودنشان با کمک فرمول کوکران تعدادشان ۳۸۴ نفر شد. داده ها با کمک پرسشنامه محقق ساخته تأیید شده گردآوری شدند و با استفاده از نرم افزار SPSS و لیزرل تحلیل شدند.

۵-۲- فرضیات پژوهش

۱. علاقه به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.
۲. لذت بردن از برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.
۳. شیفتگی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.
۴. پیوندهای احساسی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.
۵. وابستگی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.

۶- تحلیل یافته ها

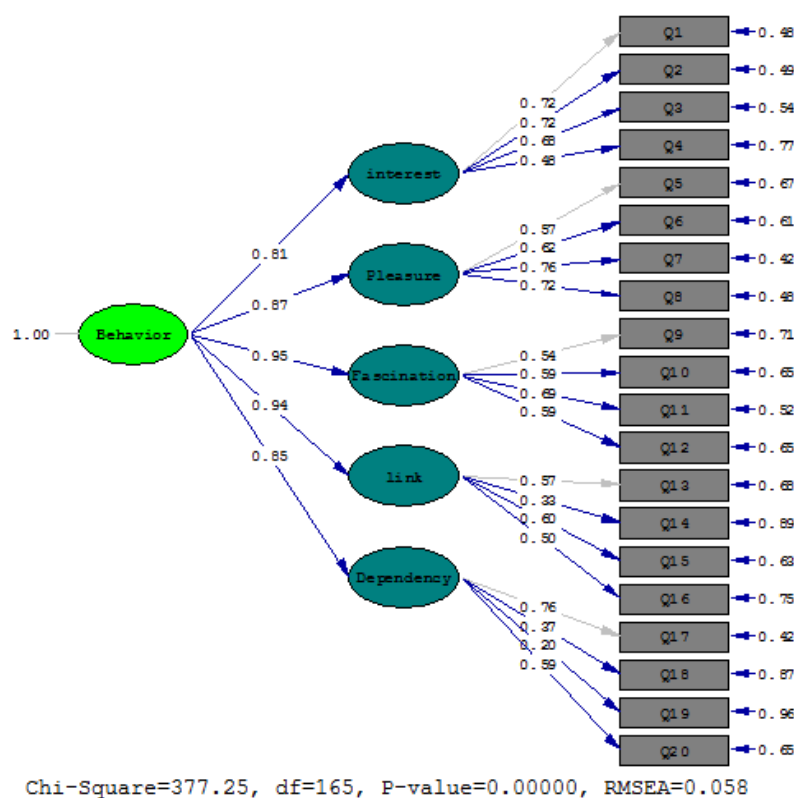
۶-۱- آزمون های نیکویی برازش مدل با استفاده از شاخص های برازش

در تجزیه تحلیل استنباطی، می بایست با استفاده از آزمون تحلیل عاملی تاییدی روایی سازه را مورد آزمون قرار دهیم. آزمون برازندگی در تحلیل تاییدی و مسیر، شاخص RMSEA، یا جذر برآورد واریانس خطای تقریب کمتر از هشت درصد شاخص $\frac{x^2}{df}$ کمتر از سه و (GFH, CFL, IFI, NNFI) بالاتر از ۹۰ درصد می باشد. مقدار (T-Value) ضرایب معنی داری هر متغیر نیز بزرگتر از ۱,۹۶ و کوچکتر از ۱,۹۶- باشد، مدل از برازش خوبی برخوردار است یا به عبارتی تقریبی معقولی از جامعه برخوردار می باشد. از آنجا که در این بخش، خروجی نرم افزار بدون تغییر آورده شده است، قبل از مشاهده خروجی نرم افزار، جهت شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مکنون و مشاهده ای، جدول زیر ارائه شده است.

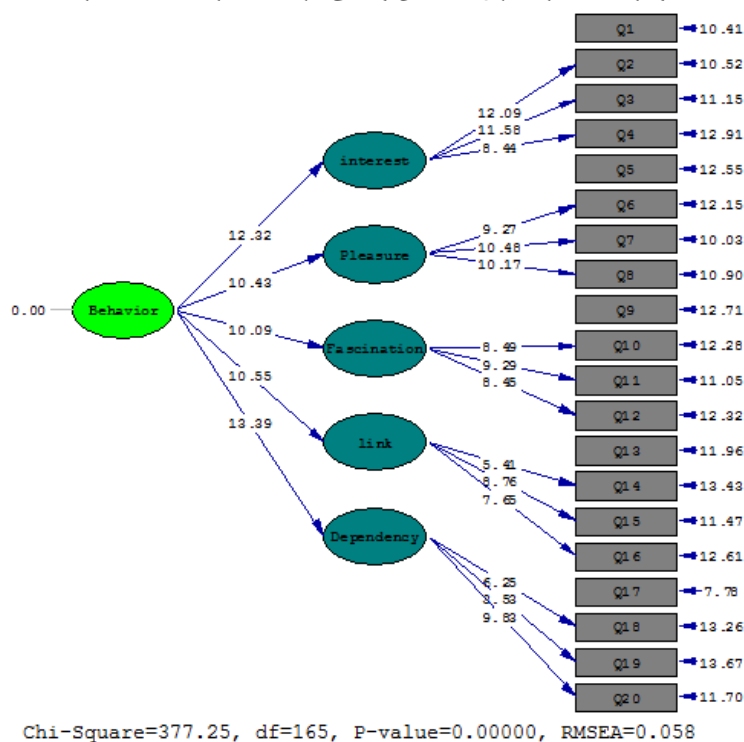
جدول (۱): راهنمای شناسایی علائم اختصاری متغیرهای مدل

شاخص	سوال	علامت اختصاری
علاقه برند	۴-۱	interest
لذت بردن از برند	۸-۵	Pleasure
شیفتگی برند	۱۲-۹	Fascination
پیوندهای احساسی	۱۵-۱۳	link
وابستگی به برند	۲۰-۱۶	Dependency

پس از تعیین مدل های اندازه گیری به منظور ارزیابی مدل مفهومی تحقیق و همچنین اطمینان یافتن از وجود یا عدم وجود رابطه علی میان متغیرهای تحقیق و بررسی تناسب داده های مشاهده شده با مدل مفهومی تحقیق، فرضیه های تحقیق با استفاده از مدل معادلات ساختاری نیز آزمون شدند. نتایج آزمون فرضیه ها در نمودار منعکس شده اند.



نمودار (۱): اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت استاندارد



نمودار (۲): اندازه گیری مدل کلی و نتایج فرضیه ها در حالت معنی دار

همانطور که در قسمت قبلی ثابت کردیم، از آنجایی که توزیع ما نرمال تشخیص داده شد (نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف) با استفاده از نرم افزار لیزرل، همبستگی متغیرها آزمون شده است. برای بررسی رابطه علی بین متغیرهای مستقل و

وابسته و تأیید کل مدل از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر در این پژوهش با استفاده از نرم افزار LISREL8.5 انجام شده است.

۶-۲- آزمون فرضیات پژوهش

همانطور که در قسمت قبلی ثابت کردیم، از آنجایی که توزیع ما نرمال تشخیص داده شد (نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف) با استفاده از نرم افزار لیزرل، همبستگی متغیرها آزمون شده است. برای بررسی رابطه علی بین متغیرهای مستقل و وابسته و تأیید کل مدل از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر در این پژوهش با استفاده از نرم افزار LISREL8.5 انجام شده است. نتایج حاصل از خروجی های لیزرل نشان می دهد که نسبت مجذور کای به درجه آزادی کمتر از سه است و سایر شاخص های برازندگی برازش مدل را مورد تأیید قرار می دهند. جدول زیر ضریب معناداری و نتایج فرضیه های مطرح شده را به طور خلاصه نشان می دهد.

جدول (۲): نتایج فرضیه ها

فرضیه ها	استاندارد	معناداری	نتیجه
علاقه برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.	۰.۸۱	۱۲.۳۲	تأیید
لذت بردن از برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.	۰.۸۷	۱۰.۴۳	تأیید
شیفتگی برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.	۰.۹۵	۱۰.۰۹	تأیید
پیوندهای احساسی بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.	۰.۹۴	۱۰.۵۵	تأیید
وابستگی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.	۰.۸۵	۱۳.۳۹	تأیید

در فرضیه شماره ۱ پژوهش ادعا شده بود که علاقه برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۲)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در فرضیه شماره ۲ پژوهش ادعا شده بود که لذت بردن از برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۲)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در فرضیه شماره ۳ پژوهش ادعا شده بود که شیفتگی برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۲)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در فرضیه شماره ۴ پژوهش ادعا شده بود که پیوندهای احساسی بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۳)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

در فرضیه شماره ۵ پژوهش ادعا شده بود که وابستگی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول (۳)؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر بزرگتر از ۱.۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تأیید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

نتیجه گیری

عشق و علاقه به برند جز مولفه هایی است که می تواند به جذب مشتری بیشتر برای سازمان ها منجر گردد. هر چه عشق و علاقه مشتری نسبت به برند و سازمانی بیشتر باشد، وفاداری به سازمان و برند مورد نظر بیشتر بوده و به تبلیغات دهان به دهان مثبت برای سازمان و در نتیجه جذب مشتریان هر چه بیشتر برای سازمان منجر می گردد. بر اساس نظرات فورنیر (۱۹۸۹) افراد روابط احساسی قوی با برندها برقرار می کنند؛ که این مساله حتی برای سال ها همچون عشق به یک فرد خاص در ذهن فرد باقی مانده و اصطلاحاً آنها را به برند یادشده وفادار می کند. پارک و همکاران (۲۰۱۰) معتقدند هرچه مصرف کنندگان دلبستگی و عشق بیشتری به یک برند داشته باشند، تمایل بیشتری به استفاده از منابع شخصی خود برای حفظ رابطه بادوام با آن برند و وفاداری بیشتری نسبت به برند دارند. این پژوهشگران در پژوهش خود تأثیر دلبستگی به برند را بر رفتارهای خرید مصرف کننده ثابت کردند. کارول و آهوویا (۲۰۰۸) و اونال و آیدین (۲۰۱۳) در تحقیقات خود نتیجه گرفتند که هرچه عشق مشتری نسبت به برند بیشتر باشد، این موضوع سبب بیشتر شدن میزان تبلیغات شفاهی مشتریان درباره برند می شود. همچنین آلبرت و مرویکا در تحقیق خود دریافتند هرچه عشق به برند در مشتریان بیشتر می شود، تمایل به تبلیغات شفاهی بیشتری در آنان می شود از اینرو بررسی نقش

عشق به برند بر رفتار مشتریان و مصرف کنندگان سازمان بسیار مهم و ضروری است. این پژوهش نقش عشق به برند را بر رفتار مصرف کننده بررسی کرد و نتایج زیر رسید:

علاقه برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.

لذت بردن از برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.

شیفتگی برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.

پیوندهای احساسی بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.

وابستگی به برند بر رفتار مصرف کننده تأثیرگذار است.

در ادامه پیشنهادهایی برای بهبود پژوهش به شرح زیر ارائه می شوند:

می توان با استفاده از تصویر، رایحه، صدا و نماد بهتر، تداعی بهتری در ذهن مشتری ایجاد کرد.

می توان از گروه های مرجع برای افزایش عشق به برند استفاده کرد.

با ارائه خدمات بیشتر و به روزتر می توان رضایت و وفاداری هرچه بیشتر مشتریان را افزایش داد.

با ایجاد محیطی خاص و دلنشین برای مشتریان می تواند باعث تداعی برند در ذهن مشتری شد.

با استفاده از کارکنان خوشرو شیک پوش می توان به جذب هرچه بیشتر مشتری کمک کرد.

با شناسایی امیال، آرزوها، ایده آل و رویاهای مشتری و برآوردن آنها می توان علاقه مشتری را نسبت به سازمان بالا برد.

پاسخگویی سریع به درخواست های مشتریان و گوش کردن به هم صحبت های آنان می تواند احساس مهم بودن را در آنان

ایجاد کرده و علاقه آنان را نسبت به سازمان بیشتر کند.

استفاده از نوستالوژی می تواند باعث تداعی خاطرات مثبت شده و تحقق عشق مشتری به برند را افزایش دهد.

منابع

- آقازاده، هاشم؛ شاه حسینی، محمدعلی و پریشان، فاطمه. (۱۳۹۴). بررسی پیشانیدها و پیامدهای کلیدی عشق به برند خریداران گوشی تلفن همراه در تهران. مدیریت برند. شماره ۳. صص ۹۲-۶۷.
- بیک زاد، جعفر؛ یآوری، علی و فرخی، سیامک. (۱۳۹۵). تأثیر تحقق به برند، شخصیت برند و وفاداری به برند سبز بر تبلیغات دهان به دهان. کنفرانس جهانی مدیریت و اقتصاد حسابداری.
- تقدیر، ملیحه؛ غیور، سیدمرتضی و رجوعی، مرتضی. (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر وفاداری به برند با نقش میانجی هویت پذیری و عشق به برند در هتل های پنج ستاره شهر مشهد. فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه. سال ۶، شماره ۴. صص ۱۳۸-۱۲۱.
- رحیم نیا، فریبرز؛ حدادیان، علی رضا و دروگر، ایمان. (۱۳۹۵). تأثیر عشق به برند بر قصد خرید بواسطه وفاداری به برند. هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری.
- جعفر پیشه، خ. (۱۳۹۱). اسرار نام و نشان سازی: کلیدهای کاربردی در ساخت و مدیریت برند. ناپ اول، اصفهان. انتشارات آموخته.
- شیغم، لئون و کانوک، لزی. (۲۰۱۸). رفتار مصرف کننده. ترجمه: شهرزاد پویان و مسعود کرمی. نشر مهربان.
- شیرخدایی، میثم و نبی زاده، زهرا. (۱۳۹۲). عشق به برند: مطالعه تجربی مصرف کنندگان ایرانی. چشم انداز مدیریت بازرگانی. شماره ۱۶. صص ۱۱۲-۹۵.
- علی نژاد، سمیه؛ کیماسی، مسعود و شاه حسینی، محمدعلی. (۱۳۹۸). ارائه چارچوبی برای عشق به برند در میان مصرف کنندگان ایرانی با تحلیلی بر پیشانیدها و پیامدهای آن. فصلنامه آینده پژوهشی. سال سی ام. شماره ۱۱۷. صص ۱۷۶-۱۶۱.
- فرازمند، سحر؛ امیری قدسی، مریم؛ اسدزاده، سعادت، نرگس و یاراحمدی، فتنه. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر عشق به برند و مولفه های آن بر وفاداری به برند. سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران.
- مریخ نژاد اصل، علی و وظیفه دوست، حسین. (۱۳۹۴). بررسی عشق به برند و تأثیر آن روی وفاداری برند و ارتباطات شفاهی. کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد مهندسی صنایع.
- مطهری نژاد، ف؛ صمدی، س؛ طولابی، ز؛ الله پور اشرف، ی. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین برند و مصرف کننده (مورد مطالعه لوازم خانگی برقی). مجله مدیریت بازاریابی. ۲۳.
- هاوکنیز، دل؛ بست، راجر و کانی، کنث. (۱۳۸۵). رفتار مصرف کننده. ترجمه احمد روستا و عطیه بطحایی. تهران. نشر سارگل.
- Albert, N.; Merunka, D. & Valette-Florence, P. (2010). Passion for the Brand and Consumer Brand Relationships. ANZMAC Annual Conference.
- Albert, Noel, Valette-Florence, Pierre and Dwight Merunka, "When consumers love their brands: Exploring the concept and its dimensions", Journal of Business Research, 61, 2008a, 1062-1075.
- Batra, R; Ahuvia, A and Bagozzi, R. (2012). Brand Love Journal of Marketing. 76 (2). Pp1-16.

- Bergkrist, L. and Beach. Jarsa, T. (2010). Two studies of consequences and actionable antecedents of brand love Journal brand management. 17 (7). Pp 504-518.
- Carroll, B. A. & Ahuvia, C. A. (2006). Some antecedents and outcomes of brand love. Market Letter.2(17). Pp. 89-79.
- Davis-sramek, B., Mentzer, T.J, Sank, P.T, (2007) creating Consumer durable retailer Customer loyalty through order fulfillment service operations, Journal of operations management, Vo.l 26. N. 26.Pp.797-781.
- Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: developing relationship theory in consumer research. Journal of consumer research. 4(24).Pp.353-343.
- Fullerton, G.(2005). The impact of brand loyalty commitment on loyalty to retail service brands. Canadian Journal of Administrative Sciences. 22(2). Pp.97-110.
- Ismail, A.R. & Spinelli, G. (2012). Effects of brand love, personality and image on word of mouth: The case of fashion brands among young consumers. Journal of Fashion Marketing and Management, 16 (4), 386-398.
- Ortiz, M. and Horrison, P.(2011). Crazy little thing called love: A consumer-retailer relationship. Journal of Marketing Development and competitiveness. 5(3). Pp 68-80
- Park, C., MacInnis, D., Priester, J., Eisingerich, A., & Iacobucci, D. (2010). Brand Attachment and Brand Attitude Strength: Conceptual and Empirical Differentiation of Two Critical Brand Equity Drivers. Journal of Marketing. 117.74.
- Pang, J; Keh, H & Peng, S. (2009). Effects of advertising strategy on consumer-brand relationship: A brand love perspective. Frontiers of Business Research in China, 3(4).Pp. 522-820
- Unal, S., Aidn, H. (2013). An Investigation on the Evaluation of the Factors Affecting Brand Love. Procedia - Social and Behavioral Sciences 85.Pp.76, 92.
- Zarantonello, L., Zarantonello, L., Formisano, M., Formisano, M., Grappi, S., &Grappi, S. (2016). The relationship between brand love and actual brand performance: evidence from an international study. International Marketing Review, 33(6), 806-824.

طراحی و توسعه شبکه اجتماعی گردشگری سلامت

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۷/۲۶

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۸/۳۰

کد مقاله: ۲۹۸۴۵

محمد ستاری^{۱*}، آزاده محمدی^۲، علی اکبری^۳، سید فرزانه
فخرایی^۴

چکیده

گردشگری سلامت یکی از حوزه‌هایی است که می‌تواند نقش بسزایی در توسعه گردشگری ایفا کند. در این نوع از گردشگری، هدف از سفر، امور درمانی، پیشگیری یا بهبود سلامت می‌باشد. وجود پزشکان زبده و منابع طبیعی درمانی مختلف در کشور ایران، این کشور را به یکی از کشورهای مهم و تأثیرگذار از لحاظ گردشگری سلامت تبدیل کرده است. مشکل فعلی در این حوزه، عدم وجود بستری مناسب جهت به اشتراک‌گذاری تجربیات گردشگران سلامت و راهنمایی آن‌ها می‌باشد. از این‌رو، با ایجاد یک شبکه اجتماعی مختص به حوزه سلامت می‌توان بستری برای ارتباط کاربران این حوزه فراهم کرد. خیل عظیم کاربران در شبکه‌های اجتماعی و داده‌های فراوانی که در این شبکه‌ها مبادله می‌شوند، این شبکه‌ها را به بستر مناسبی برای توسعه گردشگری سلامت تبدیل کرده است. شبکه گردشگری سلامت پیشنهادشده، می‌تواند برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات، انتقال تجربیات، ارائه پیشنهادها مناسب به کاربران و کمک به گردشگران دریافتن مقصد سفر مناسب، مورد استفاده قرار گیرد. درواقع تجربیاتی که کاربران از مکان‌های مختلف در این شبکه‌ها به اشتراک می‌گذارند، می‌تواند به یک منبع اطلاعاتی مهم برای توسعه گردشگری سلامت تبدیل شود.

واژگان کلیدی: اشتراک اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی، گردشگری سلامت

۱- استادیار، مرکز تحقیقات فناوری اطلاعات در امور سلامت، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان، ایران.
msattarimng.mui@gmail.com

۲- استادیار، گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۳- گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۴- گروه مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

۱- مقدمه

گردشگری سلامت به شاخه‌ای از گردشگری گفته می‌شود که در آن هدف از سفر، امور مربوط به حوزه سلامت و درمان می‌باشد. گردشگری سلامت را می‌توان به سه دسته‌ی گردشگری درمانی، صحت و پیشگیرانه تقسیم می‌شود. در گردشگری درمانی، سفر در جهت درمان بیماری است. در گردشگری صحت، هدف استفاده از منابع طبیعی یک کشور مانند چشمه‌های آب گرم جهت درمان یک بیماری است و در گردشگری پیشگیرانه، هدف انجام مراقبت‌های سلامتی است بدون آنکه فرد بیماری خاصی داشته باشد.

در سال‌های اخیر حوزه گردشگری سلامت، توجه بسیاری را به خود جلب کرده است. کشور ایران نیز به دلیل برخورداری از متخصصین زنده در حوزه سلامت و نیز منابع طبیعی با خواص درمانی دارای پتانسیل‌های بالایی در هر سه شاخه گردشگری سلامت می‌باشد. آمارها نشان می‌دهد که ایران جز پنج کشور برتر دنیا از لحاظ منابع طبیعی است (۱). وجود چشمه‌های آب معدنی گرم در شهرهای مختلف ایران اعم از اردبیل، محلات و دیگر شهرها و نیز تنوع آب و هوایی، ایران را به یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری سلامت تبدیل کرده است (۲). گردشگری سلامت به سه دسته‌ی گردشگری درمانی، صحت و پیشگیرانه تقسیم می‌شود. در گردشگری درمانی، سفر در جهت درمان بیماری انجام می‌گیرد و در گردشگری صحت، هدف استفاده از منابع طبیعی یک کشور مانند چشمه‌های آب گرم جهت درمان یک بیماری است. در گردشگری پیشگیرانه، هدف مانند گردشگری صحت است، بالاین حال فرد بیماری خاصی ندارد.

گردشگری سلامت یکی از حوزه‌های است که نقش بسزایی در توسعه گردشگری مخصوصا در ایران می‌تواند ایفا کند. مسلمانان توجه به این موضوع می‌تواند توسعه‌های بسیاری در کشور و موقعیت‌های مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاران فراهم کند. درواقع با توجه به اینکه کشور ایران تنوع آب و هوایی فوق العاده‌ای دارد و جز کشورهای مهم و تأثیرگذار از لحاظ میزان منابع طبیعی است، بنابراین پتانسیل زیادی برای توسعه گردشگری سلامت بالاخص گردشگری صحت و پیشگیرانه دارد.

یکی از مشکلات گردشگری سلامت، در دسترس نبودن اطلاعات جامع و یکپارچه و دشواری افراد در دسترسی به اطلاعات موردنیاز می‌باشد. همچنین نبود اطلاعات کافی برای یافتن مرکز درمانی مناسب، ناشناخته بودن مراکز درمانی، نیاز کاربران به خواندن بازخورد سایر کاربران در مورد مراکز درمانی از دیگر مشکلات موجود در این زمینه است. در نتیجه نیاز به یک سیستم مناسب که کاربران بتوانند در آن به دنبال پزشک یا مرکز درمانی مورد نظر خود بگردند به شدت احساس می‌شود. درواقع می‌توان گفت که ایجاد بستری جهت جمع‌آوری، یکپارچه‌سازی و انتقال اطلاعات در حوزه گردشگری سلامت، ضروری به نظر می‌رسد. یکی از راهکارهای مناسب جهت ایجاد این بستر، ایجاد یک شبکه اجتماعی خاص منظوره تحت عنوان شبکه اجتماعی گردشگری سلامت می‌باشد که در این مقاله پیشنهاد گردیده است. در این سامانه، کاربر می‌تواند با بررسی این مطالب و نظرات و تجربیات سایر کاربران بتواند راحت‌تر برای مراجعه به پزشکی خاص یا جاذبه درمانی خاصی تصمیم‌گیری نماید. درواقع این سامانه، بستری جهت ثبت مکان‌ها با خدمات درمانی فراهم می‌نماید و اطلاعات توسط کاربران در مورد این مکان‌ها که تجربه استفاده خودشان هست، ثبت خواهد شد. همچنین به کاربران مجوز انتشار کامنت برای پست‌ها و همچنین پرسیدن سوالات و یا تایید و رد اطلاعات ارائه خواهد شد.

در سال‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی از قبیل فیسبوک و توییتر رشد سریع و قابل توجهی داشته‌اند به طوری که این شبکه‌ها توانسته‌اند میلیون‌ها و حتی میلیارد‌ها کاربر را از سراسر جهان به سوی خود جلب کنند (۳). این شبکه‌ها اکنون چندین میلیارد کاربر دارند (۴). وجود این شبکه‌ها می‌تواند نقش بسزایی در توسعه‌ی گردشگری داشته باشد (۵). این شبکه‌ها با توجه به حجم عظیم کاربران می‌توانند در معرفی جاذبه‌های گردشگری موثر باشند (۶). این تجربیات می‌تواند شامل رضایت یا عدم رضایت از یک مکان گردشگری خاص باشد (۷). به عنوان مثالی دیگر می‌توان از شبکه‌ی اجتماعی FourSquare به عنوان یک بستر مناسب برای اشتراک تجربیات کاربران از مناطق مختلف گردشگری نام برد. در این شبکه‌ی اجتماعی، کاربران می‌توانند از طرق مختلف مانند قرار دادن یک پیغام، حضور خود در یک مکان مشخص را اعلام کنند. درواقع بدین ترتیب دیگران را از مکانی که حضور دارند مطلع سازند. شبکه‌های اجتماعی خیلی عظیمی از کاربران از سرتاسر جهان را به سمت خود جلب کرده است. افراد در سراسر دنیا از طریق این شبکه‌ها به متصل هستند و می‌توانند تجربیات خود را چه مثبت و چه منفی به اشتراک بگذارند.

طبق بررسی مهدوی و همکاران، در بیش از نیم درصد موارد افراد استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه سلامت از آن استفاده می‌کنند و بر اساس انواع کاربرد هایی که در شبکه‌های اجتماعی دارد از نظر دسترسی افراد بیشترین کاربران متخصصین حوزه سلامت، ارائه‌دهندگان مراقبت بهداشتی یا گیرندگان مراقبت سلامتی هستند که خود این موضوع نشان‌دهنده‌ی اهمیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه‌ی سلامت است (۸).

مشکل این شبکه‌های اجتماعی آن است که به صورت خاص بر حوزه سلامت متمرکز نیستند و در نتیجه چنانچه فردی بخواهد اطلاعات مربوط به حوزه سلامت را از این شبکه‌ها استخراج کند دچار چالش خواهد بود. در نتیجه ایجاد بستری برای

شبکه اجتماعی خاص منظوره در حوزه گردشگری سلامت می‌تواند از دیدگاه بیماران و سیستم پزشکی در نقاط مختلف حائز اهمیت بوده و به توسعه گردشگری سلامت کمک شایان توجهی نماید.

لذا می‌توان گفت با توجه به حجم وسیع اطلاعات در دنیای وب، نیاز به یک شبکه اجتماعی گردشگری سلامت با رویکرد انتقال تجربیات بین گردشگران سلامت احساس می‌شود. در چنین شبکه اجتماعی، افراد می‌توانند تجربیات خود از مکان‌های مختلف در حوزه سلامت را به اشتراک گذاشته و نظر خود درباره کیفیت خدمات رسانی مراکز درمانی مختلف را ابراز نمایند. اطلاعات جمع شده در چنین شبکه‌ای می‌تواند به بیماران کمک نموده و همچنین می‌تواند در ارتقا کیفیت مراکز درمانی و تصمیم گیری‌های کشوری در حوزه سلامت مثر ثمر واقع گردد.

۲- مطالعات پیشین

پیشینه گردشگری سلامت به زمان روم باستان و حدود ۴۰۰۰ سال قبل از میلاد برمی‌گردد. در آن زمان، افراد جهت آرامش روحی و جسمی به مجاورت چشمه‌های آب‌معدنی می‌رفتند. ایرانیان نیز از دیرباز از این صنعت حمایت کرده‌اند. حکیم ابوعلی سینا از پرچمداران این صنعت در ایران بوده است.

در سال ۱۹۶۰، نخستین بار بحث شبکه‌های اجتماعی در دانشگاه ایلی نیوز در ایالات متحده آمریکا مطرح شد پس از آن در ۱۹۹۷، اولین شبکه اجتماعی به آدرس اینترنتی SixDegresss.com راه اندازی شد (۹) اما در سال ۲۰۰۲، ایجاد وب سایتهای شبکه‌های اجتماعی مانند لینکدین و اورکات باعث تحول عظیم در این عرصه شد (۱۰).

فست و همکاران یک شبکه‌ی اجتماعی برای اشتراک فایل‌های موسیقی ارائه دادند. این شبکه حدود ۶ هزار کاربر داشت و این امکان را فراهم می‌کرد که کاربران به دنبال فایل موسیقی مورد نظر خودشان بگردند (۱۱). محمدی و میرتقیان رودسری در سال ۱۳۹۵ به نقش رسانه‌های اجتماعی در برنامه‌ریزی سفر اشاره کردند و آن‌ها را به عنوان ابزار مناسبی برای پیشبرد این موضوع مطرح کردند. (۱۲). جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل گردشگران شهر رامسر است. تعداد نمونه، ۳۸۴ نفر از گردشگران و همچنین برای انتخاب افراد از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده خواهد شد. نتایج تحقیق نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی از نظر دامنه، قابلیت دسترسی، استمرار، اعتبارداشتن نقش بسیار مهمی در فرآیند برنامه‌ریزی سفر به رامسر ایفا می‌کنند (۱۳).

بدیعی و همکاران در سال ۱۳۹۵، با بررسی نظرات یک نمونه ۲۰ نفری از کارشناسان ارشد و خبرگان و مسئولین بخش گردشگری و پزشکی با روش غیر تصادفی و انتخابی بدین نتیجه رسیدند که زیرساخت‌ها مهم‌ترین عامل موثر در توسعه گردشگری سلامت خواهد بود (۱۴).

محمد رضا حمیدی زاده و همکاران در سال ۱۳۹۷، با بررسی یک نمونه ۶۷ نفری به روش غربالگری از جراحان قلب و چشم ایرانی و بیماران خارجی موجود در بیمارستان‌های سه شهر مشهد، تهران و شیراز به این نتیجه رسیدند که مهارت پزشکان، هزینه پایین و زمان انتظار کوتاه از عوامل جذب گردشگران خارجی در ایران است (۱۵).

تنهاپور و همکاران نقش ایجاد شبکه‌های اجتماعی در پرونده سلامت شخصی را مطرح کردند. آن‌ها اشاره کردند که این شبکه‌ها توسط گروه‌های مختلف در حوزه سلامت قابل استفاده است و می‌تواند امکانات مجزایی برای هر یک از گروه‌ها در این حوزه فراهم نماید. کاربران این سیستم، بیماران، سازمان‌های مراقبتی و متخصصین هستند. امکانات مختلفی در این شبکه از قبیل مشاوره‌ی پزشکی، امکان نوبت‌دهی و غیره می‌تواند استفاده شود (۱۶).

مرتضوی و همکاران، یک شبکه اجتماعی سلامت برای ارتباط بین پزشکان، پرستاران و بیماران و موارد بین آن‌ها ارائه دادند. این شبکه اجتماعی مبتنی بر یک سیستم پیشنهاد دهنده برای رفع نیازهای مختلف بیماران بود. مزیت این شبکه، استفاده از قابلیت تعامل بین بیماران و پزشکان در جهت نیازهای بیماران است. درواقع می‌توان به یک کاربران یک حوزه‌ی تخصصی جهت دریافت مشاوره‌های پزشکی، پیشنهاد داد. (۱۷).

۳- شبکه اجتماعی گردشگری سلامت

یک شبکه اجتماعی گردشگری سلامت موجودیت‌های متفاوتی می‌تواند داشته باشد. دو موجودیت مهم موجود در این شبکه‌ها که تقریباً در اکثر شبکه‌های اجتماعی وجود دارند، عبارتند از:

کاربر: موجودیت اول و ریشه ما موجودیت کاربر است، کاربر باید حتماً وجود داشته باشد تا سایر موجودیت‌ها معنی پیدا کنند. هر کاربر یکسری اطلاعات نظیر نام، نام خانوادگی، شماره تلفن و ... دارد

پست: موجودیت دوم ما موجودیت پست است که از موجودیت کاربر ساخته می‌شود. درواقع برای ایجاد یک پست یک کاربر باید وجود داشته باشد که اقدام به ساخت پست کرده باشد، حال سایر کاربران می‌توانند این پست را مشاهده کنند. موجودیت پست نیز دارای ویژگی‌هایی نظیر متن و عکس و ... است.

۳-۱- روابط بین موجودیت ها

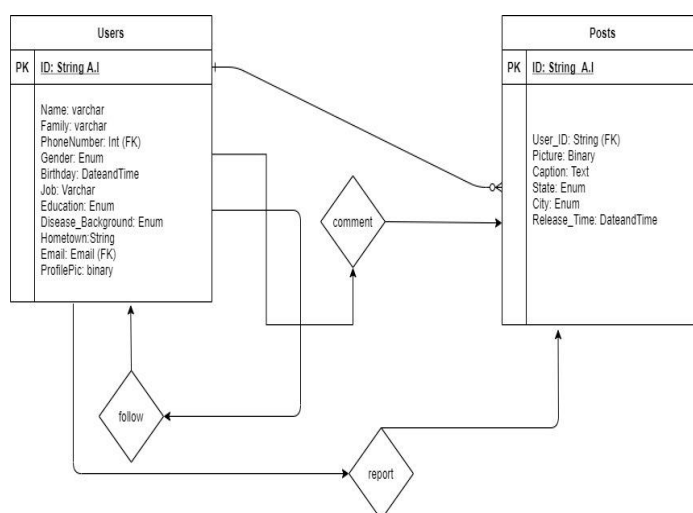
-رابطه کامنت بین کاربر و پست (Comment): این رابطه بیانگر این است که کاربران برای پست هایی که مشاهده میکنند میتوانند کامنت بگذارند بدین صورت که یک متن با تعداد محدود کاراکتر را زیر آن پست قرار دهند و برای سایر کاربران قابل مشاهده باشد

-رابطه گزارش ایراد: (report) این رابطه بیانگر این است که کاربران میتوانند پست هایی که از نظر آن ها دارای محتوای مجرمانه یا غیر اجتماعی یا حساسیت زا است را گزارش دهند تا ادمین های سامانه به آن رسیدگی کرده و در صورت لزوم آن را از سامانه حذف نمایند.

-رابطه دنبال کردن کاربران توسط سایر کاربران (follow): این رابطه بیانگر این است که کاربران میتوانند سایر کاربران را دنبال کنند تا پست ها و اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط آن ها را در صفحه اصلی خود ببینند.

۳-۲- نمودار موجودیت - رابطه

نمودار موجودیت - رابطه این شبکه به شکل ذیل است :



شکل ۱ - نمودار موجودیت - رابطه گردشگری سلامت

۳-۳- فرآیندهای موجود در شبکه اجتماعی گردشگری سلامت

فرآیندهای موجود در شبکه اجتماعی گردشگری سلامت شامل موارد زیر است:

ثبت نام و ورود: شامل فعالیت هایی است که منجر به ثبت اطلاعات شخصی افراد و ایجاد پروفایل شخصی برای وی می شود.
انتشار پست: شامل فعالیت هایی است که منجر به منتشر شدن یک مطلب جدید توسط کاربر می شود.
دنبال کردن افراد: این فرآیند باعث می شود فرد یک نفر دیگر را دنبال کند و پست های او را به صورت خودکار در صفحه اصلی خود مشاهده کند.

کامنت گذاری: در این فرآیند نظر کاربر زیر پست مورد نظر خود اضافه می شود و در معرض دید عموم قرار می گیرد.
پسندیدن پست ها: در این فرآیند کاربر اقدام به پسندیدن یک پست می کند که نوعی امتیاز دهی به محتوای هر پست است.
غیرفعال کردن کاربران: در این فرآیند کاربرانی که پست هایی با محتوای نامناسب به اشتراک می گذارند یا کامنت هایی حاوی کلمات نامناسب را منتشر می کنند به حالت غیر فعال در می آیند و از انجام کارهای روتین شبکه در مدت زمانی خاص محروم می شوند.

۳-۴- امکانات و ویژگی های شبکه اجتماعی گردشگری سلامت

از امکانات و ویژگی هایی که در شبکه گردشگری سلامت وجود دارد می توان به موارد زیر اشاره کرد:
امکان ثبت نام و عضویت: کاربران برای استفاده از این شبکه حتما باید در این شبکه ثبت نام کنند و اطلاعات خود را به صورت کامل و صحیح وارد نمایند، پس از تکمیل عملیات ثبت نام، کاربران به راحتی می توانند وارد شبکه شده و از آن استفاده کنند.

امکان اشتراک گذاری پست: در این شبکه کاربران می توانند به راحتی و با پر کردن فرم مخصوص به ایجاد پست، مطلب مورد نظر خود را به اشتراک بگذارند.

امکان جست و جو: کاربران می توانند برای دسترسی هرچه سریعتر به مطالب مورد نیاز خود، در قسمت جست و جو متن مورد نظر خود را وارد کرده، و در سریع ترین زمان به محتوای مورد نظر خود دست پیدا کنند.

امکان ارتباط برقرار کردن میان افراد: کاربران در این شبکه می توانند اکانت هایی که محتوایش را می پسندند دنبال کنند تا همیشه مطالب آن ها را در صفحه ی اصلی خود ببینند.

قابلیت کامنت گذاری: در قسمت زیرین هر پستی که به اشتراک گذاشته می شود می توان دیدگاه خود را نسبت به محتوای آن پست وارد کرد، که در این صورت سایر کاربران شبکه هم دیدگاه شما را در مورد آن پست مشاهده می کنند.

قابلیت لایک کردن یا پسندیدن: اگر کاربران از محتوای پستی خوششان آمد می توانند به راحتی با کلیک کردن بر روی آیکن قلب در کامپیوتر و یا لمس آیکن قلب در گوشی همراه آن مطلب را پسندند و لایک کنند.

۳-۵- بخش بندی مشتریان

مشتریانی که محصول ما برایشان مناسب و کاربردی است به چهار دسته بیماران، پزشکان، مراکز درمانی و کاربران عادی تقسیم می شود.

۳-۵-۱- بیماران

بیماران در این شبکه به می توانند تجربیات خود را از بیماری به اشتراک بگذارند و یا از تجارب دیگر بیمارها استفاده کنند. همچنین بیماران می توانند به دنبال پزشک یا مرکز درمانی مناسب برای درمان خود بگردند و از امکانات سامانه استفاده کنند. همچنین خود سامانه، به صورت خودکار با توجه به سابقه بیماری افراد، توصیه هایی نیز به این بیماران می کند، برای مثال پست های مرتبط با بیماری وی به او نشان داده می شود.

۳-۵-۲- پزشکان

پزشکان می توانند با عضویت در این شبکه و انتشار جدیدترین راه ها و روش های درمانی، بیماران و کاربران عادی را به سمت خود بکشانند، طبیعتا این بستر باعث می شوند پزشکان همواره در تکیو برای بدست آوردن علم پزشکی روز باشند تا بتوانند نظر کاربران بیشتری را به خود جلب کنند و کار خود را تبلیغ کنند. در ضمن می توانند از سایر تجربیات افراد که به عنوان پست منتشر می شود استفاده بکنند.

۳-۵-۳- مراکز درمانی

از طرفی دیگر بخشی از مشتریان این شبکه مراکز درمانی هستند که می توانند با انتشار شرایط و تسهیلات و تجهیزات خود، پزشکان و بیماران را به سمت خود بکشانند. بدیهی است ایجاد همچنین شبکه ای باعث ایجاد رقابت میان مراکز درمانی برای کسب رضایت هرچه بیشتر بیماران می شود.

۳-۵-۴- افراد عادی

از دیگر مشتریان این سامانه افراد عادی هستند. این گروه شامل افرادی می شود که دنبال گردشگری تندرستی هستند، یعنی بیماری خاصی ندارند و به دنبال رهایی از استرس و شلوغی هستند. افراد دیگر این گروه نیز افرادی هستند که می خواهند در جریان اخبار سلامت باشند و از تجربیات بقیه استفاده کنند و یا اطلاعات خود را در زمینه سلامت افزایش دهند.

۳-۵-۵- پذیرندگان اولیه

پذیرندگان اولیه که قبل از سایر مشتری ها از این شبکه استفاده می کنند زیرا این شبکه برای آن ها بسیار جذاب و لذت بخش است. پذیرندگان اولیه ما در این شبکه دو گروه هستند: اول: پزشکان که پیشرفت کاری و مطرح شدن آن ها می تواند از طریق این شبکه به نحو عالی صورت بگیرد. دوم: مراکز درمانی که آن ها از ایجاد همچنین بستری خوشحال می شوند و می توانند امکانات، تجهیزات و تسهیلاتی که ارائه می دهند را در معرض دید عموم قرار دهند و کاربران را به سمت خود جذب کنند.

نتیجه گیری

طبق آنچه مرور شد، نیاز به یک سامانه جهت ارائه اطلاعات نسبت به مراکز بهداشتی درمانی در سطح کشور و حتی فراتر از آن حس می شد. ما بر آن شدیم تا با طراحی و پیاده سازی سامانه ای در دو بستر تلفن همراه و وب، گام چشم گیری در رفع این نیاز برداشته و خدمات و اطلاعات را از زبان خود کاربران به گوش آن ها برسانیم تا بتوانند از تجربیات یکدیگر استفاده کنند و مراکز و خدمات درمانی مورد نیاز خود را به راحتی بیابند. همچنین از اطلاعات ثبت شده در پایگاه های داده ای که توسط کاربران در سامانه

ما (چه نسخه تلفن همراه و چه نسخه وب) ثبت گردید در جهت استخراج داده‌های مورد استفاده توسط واحدهای پژوهشی استفاده خواهد شد تا بتوان با کسب دانش از این اطلاعات گامی در جهت ارتقای رتبه علمی کشور برداریم. در این سامانه کاربران با انتشار اطلاعات در خصوص مراکز بهداشتی درمانی در قالب عکس و متن و بازخورد به اطلاعات منتشر شده توسط سایر کاربران به ارتقای سطح دانش خود در خصوص مراکز درمانی و اماکن گردشگری سلامت خواهند پرداخت و می‌توانند جهت کسب خدمات درمانی مناسب به اطلاعات درج شده در سامانه ما اکتفا کرده و از مرکز درمانی خاصی استفاده نمایند و پس از دریافت امکانات از آن مرکز با انتشار اطلاعات درباره آن مرکز به سایر کاربران نیز خدمت شایانی برسانند. با ادامه این چرخه اطلاعات سامانه کامل و کامل‌تر می‌شود و قابل اعتماد تر تا جایی که می‌توان از این اطلاعات جهت کارهای تحقیقاتی-پژوهشی بهره برد.

منابع

- مظلومی، نادر؛ جلالی، سید حسین، (۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی و موفقیت سیاستگذاری گردشگری ایران»، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۷، شماره ۱۸، صص ۲۵-۴۸.
- کریزی، عربشاهی احمد؛ آریان فر، مرتضی. (۱۳۹۲). «گردشگری سلامت و قابلیت های گردشگری پزشکی - درمانی در ایران»، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۳، شماره ۹، صص ۱۳۳-۱۵۲.
- Aggarwal C.C. (2011). "An Introduction to Social Network Data Analytics". In: 7. Springer.
- Kemp, S. (2016). Digital in 2016. Retrieved from <http://wearesocial.com/uk/specialreports/digital-in-2016>.
- تقی زادگان، مریم. (۱۳۹۳). «نقش شبکه‌های اجتماعی آنلاین بر صنعت گردشگری رویکرد سیاست گذارانه به نقش تکنولوژی ارتباطی جدید در صنعت گردشگری ایران»، اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران.
- Kim S, Kandampully J, Bilgihan A. (2018). "The influence of eWOM communications: An application of online social network framework", Computers in Human Behavior, Vol. 80, pp. 243-54.
- Torres, R. (2010). "Today's Traveler Online: 5 Consumer Trends to Guide your Marketing Strategy", Paper presented at the Eye for Travel, Chicago: Travel Distribution Summit.
- مهدوی، عبدالله، ولی زاده، سیدپور، آفتابی، فروزان، حدیثه، استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه سلامت، هفتمین کنگره پژوهشی سالیانه دانشجویی، ۱۳۹۵
- Doreian P, Stokman FN, editors. Evolution of social networks. Psychology Press; 1997 .
- Musial K, Budka M, Juszczyszyn K. (2013). "Creation and growth of online social network", World Wide Web, Vol. 16, No. 4, pp. 421-47.
- Fast A, Jensen D, Levine BN. Creating social networks to improve peer-to-peer networking. In Proceedings of the eleventh ACM SIGKDD international conference on Knowledge discovery in data mining 2005 Aug 21 (pp. 568-573).
- محمدی، مصطفی؛ رودسری، سید محمد تقیان، نگرش گردشگران به نقش رسانه‌های اجتماعی در فرآیند برنامه‌ریزی سفر، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۳۹۵، دوره ۲، شماره ۸.
- Song Y, Gao M, Yu J, Xiong Q. (2018). Social Recommendation Based on Implicit Friends Discovering Via Meta-Path. In 30th International Conference on Tools with Artificial Intelligence (ICTAI), pp. 197-204 .
- فرناز بدیعی، عبدالحمید ابراهیمی، حسین دیده خانی، شناسایی و رتبه‌بندی راهکارهای توسعه گردشگری پزشکی؛ مطالعه موردی استان گلستان، ۱۳۹۵، دوره ۶، شماره ۴، صص ۲۵-۳۶
- محمدرضا حمیدیزاده، حمید جاویدی، فایق. مجرد، مزیت رقابتی بازاریابی گردشگری پزشکی ایران (مطالعه موردی عمل جراحی قلب باز و آب مروارید چشم)، مدیریت اطلاعات سلامت ۱۳۹۵، دوره ۱۳، شماره ۵، صص ۳۷۳-۳۷۹
- تنه‌اپور مژگان، صفائی علی اصغر. مطالعه تطبیقی الزامات شبکه اجتماعی سلامت به عنوان سامانه پرونده سلامت شخصی. مجله دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران. ۱۳۹۴؛ ۷۳ (۶): ۴۳۱-۴۴۱
- مرتضوی، سید سعید؛ آزادی پرند، فرشته. (۱۳۹۶). «شبکه اجتماعی سلامت: یک سیستم توصیه گر با رویکرد شبکه‌های اطلاعاتی ناهمگون»، دوره ۳، شماره ۲، صص ۱۶۷-۲۰۶.

نقد و بررسی فلسفی نظریه عمومی سیستم ها در سازمان و مدیریت

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۵/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۷/۳۰

کد مقاله: ۱۹۱۴۲

سید مهدی میرغفوری^۱، بهروز قاسمی^{۲*}

چکیده

در مقاله حاضر، سعی شده است ضمن بررسی مبانی فکری و فلسفی نظریه عمومی سیستم ها و نحوه پیدایش و تعمیم آن به مباحث سازمان و مدیریت، به شرح و نقد فلسفی این نظریه از منظر هستی شناسی، معرفت شناسی، انسان شناسی و روش شناسی پرداخته شود. البته بدیهی است که تشریح کامل این نظریه و نقد فلسفی و چرایی آن در قالب یک مقاله نخواهد گنجید؛ بنابراین تلاش شده است که به موارد مهم مربوط به این نظریه از جمله منشاء و پیشینه شکل گیری، اصول حاکم بر آن، تقسیم بندی سیستم ها از نظر صاحب نظران و اندیشمندان مختلف و نقاط ضعف و قوت این نظریه از دیدگاه تحلیل گران پرداخته شود.

واژگان کلیدی: نظریه عمومی سیستم ها، سیستم، تقسیم بندی سیستم ها، هستی شناسی، معرفت شناسی، انسان شناسی، روش شناسی

۱- دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت بازاریابی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

dr.behroozghasemi@yahoo.com

۱- مقدمه

نظریه و پردازی روشی برای تبیین واقعیت ها و داشتن مبنایی برای حل مشکلات و تصمیم گیری محسوب می گردد. نظریه پردازی دارای اهدافی است که برخی از آنها عبارتند از دستیابی به یک نظریه جامع، ارتقاء سطح شناخت علمی و ایجاد اعتبار علمی در رشته مورد بحث. در این چارچوب هدف از نظریه های سازمان و مدیریت نیز کمک به بررسی و درک مسائل و مشکلات سازمان ها در ساختار و چارچوب خاصی می باشد؛ بنابراین دستیابی به درک اینکه در سازمان چه اتفاقی می افتد و چرایی رخ دادن آن در سایه نظریه های سازمان و مدیریت ممکن می گردد. یکی از نظریه های سازمان و مدیریت که در دوره مدرن نظریه پردازی های سازمان و مدیریت و در حوزه پارادایم کارکردگرایی مطرح گردیده است، نظریه عمومی سیستم هاست که در ادامه این مقاله سعی شده است تا به مبنای این نظریه و سپس به نقد و تحلیل فلسفی آن پرداخته شود.

۲- ادبیات تحقیق

۲-۱- مبانی و چگونگی شکل گیری نظریه عمومی سیستم ها

۱- بارنارد و نخستین دیدگاه سیستمی

امروزه یکی از مسائل اصلی در مباحث سازمان و مدیریت این است که نظریات و موارد مطرح شده توسط صاحب نظران تا چه میزانی توانسته است ذخایر تجربی و علمی مربوط را در چارچوب نظریه مورد قبول بویژه نظریه های جامع و فراگیر ارائه دهد. برای دستیابی به ارزیابی مناسب در مورد هر نظریه لازم است تا آن نظریه از نظر دیدگاه فلسفی و تفکر اولیه در زمان پیدایش مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

بنابراین برای درک بهتر نظریه عمومی سیستم ها و سیر در مبانی فلسفی آن نیز شایسته است تا ابتدا سر منشاء و خاستگاه پیدایش فکری این نظریه بررسی گردد. چستر بارنارد به عنوان یکی از پیشگامان اولیه این نظریه در قالب پلی بین کلاسیک های قبل از خودش و رفتارگرایان پس از خودش ظاهر شد و در حقیقت وی صاحب نظری بود که اولین دیدگاه سیستمی را مطرح نمود. بارنارد در کتابش، "وظایف مدیر اجرایی" سازمان ها را به عنوان مجموعه ای از خرده سیستم های همکاری در نظر گرفت، یعنی سازمان مجموعه پیچیده ای از خرده سیستم های اجتماعی، شخصی، زیستی و فیزیکی است که در یک ارتباط منظم و خاص، نتایج فعالیت آن ها برای دستیابی به حداقل یک هدف معین با هم تلفیق می شود.

"چستر بارنارد همچنین بر محدودیت کامل فرد در داخل مرزهای سازمان تاکید زیادی داشت. الگوی موازنه دریافت-پرداخت بارنارد کمک نمود که فرد کاملاً در سازمان حل شده و موجب درونی شدن سودای سازمان در فرد گردد. بارنارد معتقد بود که شخصیت سازمانی آشکارا بر شخصیت فردی اولویت دارد. (مبانی فلسفی تئوری سازمان، دکتر حسن میرزایی اهرنجان، ۱۳۹۳، ص ۲۶۴)

بارنارد بر این موضوع که سازمان های رسمی، سیستم های اجتماعی ارگانیک و طبیعی رو به رشد هستند و مهمترین چالش مدیر دستیابی به همکاری میان گروهها و افراد در این سیستم اجتماعی است، تاکید داشت.

۲- لودویک فان برتالنفی و نظریه عمومی سیستم ها

مهمترین نظریه ای که در زمینه دیدگاه سیستمی به سازمان به طور مستقیم اثرگذار بود و در حقیقت خاستگاه و منشاء اصلی آن به شمار می رود، نظریه عمومی سیستم ها (GST: General System Theory) بود که در دهه ۱۹۵۰ میلادی توسط یک فیزیولوژیست آلمانی بنام لودویک فان برتالنفی در علم فیزیولوژی مطرح شد و سپس به سایر علوم از جمله مباحث سازمان و مدیریت تعمیم داده شد. برتالنفی قبلاً در دهه ۱۹۲۰ میلادی چنین ابراز داشته بود "از آنجایی که ویژگی اصلی یک موجود زنده سازمان آن است، بررسی اجزای منفرد و فرایندهای آن به رسم عادت همیشه، نخواهد توانست توصیف کاملی از آن پدیده زنده به دست بدهد. مطالعه و بررسی بدین شیوه به ما هیچگونه اطلاعاتی درباره هماهنگی میان اجزا و فرایندها ارائه نخواهد داد؛ بنابراین وظیفه اصلی علم بیولوژی باید کشف قوانین سیستم های بیولوژیک در تمام سطوح ساختار آنها باشد".

از نظر برتالنفی، در زیست شناسی، بدن موجود زنده یک سیستم تلقی می شود که از اجزاء یا سیستم های فرعی متعددی (مانند دستگاه اعصاب، دستگاه گردش خون، دستگاه گوارش و غیره) تشکیل یافته است. در نتیجه فعل و انفعال و تأثیر متقابل اجزاء وابسته، پدیده کل و به عبارتی سیستم ظاهر می شود. هدف نظریه عمومی سیستم های برتالنفی کشف قوانین و نظم ذاتی انواع پدیده ها بود. برتالنفی در مطالعات و تحقیقات بر روی ارگانیسم ها متوجه شد که اکثر قوانین جاری بر رفتار ارگانیسم ها بر رفتار تمام نظام های زنده نیز صدق می کند، در حالی که قوانین و فرضیه های سنتی مکانیکی حتی در توضیح رفتار ارگانیسم زنده نیز عاجز هستند. برتالنفی ناراضیاتی خود را از روش های شناخت مکانیکی چنین بیان می دارد: روش شناخت مکانیکی به ما در شناخت خواص

مخصوص ارگانیسم ها، شناخت سازمان فرایندهای ارگانیک بین آنها، شناخت کلیت ارگانیک، شناخت مسائل مربوط به مبدا و هدف جویی ارگانیک و بالاخره در شناخت ماهیت تاریخی ارگانیسم ها هیچ کمکی نمی کند.

بنابراین ما باید موضع جدیدی، مخالف با موضع مکانیسم اتخاذ کنیم که کلیات ارگانیک را پایه قرار دهد. "او همچنین بیان داشت که: "اکنون ما در صدد نگرشی بنیادی و جدید به جهان هستیم - جهان به شکل یک ساختار نظام مند. چنانچه این مسئله نهادینه شود بی شک بنیان های اصلی که تفکر علمی بر آنها بنا نهاده شده است، دستخوش تغییر اساسی خواهد گردید".

البته با وجود اینکه برتالنی در سمیناری فلسفی در سال ۱۹۳۷ میلادی در دانشگاه شیکاگو برای اولین بار ایده خود را تحت عنوان نظریه عمومی سیستم ها به طور شفاهی مطرح نموده بود، اما چندی پس از پایان جنگ جهانی دوم و برای اولین بار نسبت به انتشار مکتوب ایده خود اقدام نمود. برتالنی دلیل این تأخیر را جو نامساعد روشنفکری حاکی بر علم در سال های دهه ۱۹۳۰ میلادی و تنفر از تعبیرهای نظری و تجزیه و تحلیل تعمیم یافته موضوعات بیان نمود. ویژگی های یک سیستم را در نظریه عمومی سیستم های برتالنی می توان در اصول زیر خلاصه نمود:

کلیت پدیده -هدف جویی -جامع پذیری و تعمیم نظریه -مدل سازی و نگاه سیستمی به پدیده - اجزاء -شناخت روابط میان اجزاء -سلسله مراتب اجزاء -تاثیر اجزاء بر عملکرد سیستم -نظم -ورودیها و خروجی ها -تبدیل ورودی به خروجی و تغییر و تعدیل آن (فرایند) -هم پایانی اجزای سیستم - بازخور - پیچیدگی سیستم - و اینکه یک سیستم حداقل باید از دو جزء تشکیل شده باشد. برتالنی با نگاه فرارشته ای خود معتقد بود در نگرش سیستمی، اصولی وجود دارد که در علوم دیگر نیز می توان از آنها استفاده کرد؛ بنابراین نظریه عمومی سیستم های وی بعضی از موانع بین علوم را از میان برداشت و تحقیقات فرارشته ای را به عنوان انقلابی در روش علمی بررسی پدیده ها پیشنهاد نمود. از طرفی با کمک علم سایبرنتیکس به نظریه عمومی سیستم ها که بنیانگذار آن نوربرت وینر آمریکایی بود، دیری نپایید که کاربرد نظریه عمومی سیستم ها در علوم مختلف مشاهده گردید، برای مثال اینشتین در ریاضیات، کینز در اقتصاد و گشتالت در روانشناسی از این نظریه بهره بردند. به عنوان مثال، گشتالت در نظریه خود در روانشناسی ادراکی درصدد برآمد تا به روش تجربی اثبات کند که کل چیزی فراتر از مجموع اجزای فردی آن است.

سایبرنتیکس نیز از آنجایی که علمی بود که هم به ارتباطات و هم به کنترل مرتبط بود، برای تعمیم نظریه عمومی سیستم ها به سازمان مفید واقع شد چرا که از طرفی فرایندهای به هم مرتبط را تلفیق کرده و آنها را به تنوعی از سیستم ها تعمیم می داد و از طرف دیگر یکی از الزامات ضرورت های سیستم های سایبرنتیک خود تنظیمی بود. علم سایبرنتیک یا علم کنترل و ارتباطات دانشی است که مربوط به سیستم هایی می شود که بوسیله مکانیسم بازخور کنترل می شوند و مکانیسم کنترل خودکار دارند، مثل ترموستات در دستگاههای حرارتی و سیستم اتوپیلوت در هواپیماها.

همچنین با بررسی آثار گذشتگان مشخص می گردد که اندیشمندان بزرگی نظیر مولانا و ارسطو به تفکر سیستمی توجه کرده اند. مولانا در بحث وحدت و کثرت در عرفان و در ابیات زیر با تمثیل فیلی که در تاریکی هر فردی با لمس قسمتی از آن، توصیف و برداشت متفاوتی از آن را نسبت به فرد قبل از خود ابراز می داشت و به کلیت فیل توجهی نمی نمود، اینگونه بیان نموده بود:

همچنان هر یک به جزوی کو رسید	فهم آن می کرد و بر آن می تنید
از نظر که گفتشان شد مختلف	آن یکی دالش لقب داد آن الف
در کف هر کس اگر شمع بدی	اختلاف از گفتشان بیرون شدی
چشم حس همچون کف دست است و بس	نیست کف را بر همه آن دست رس

همچنین ارسطو در منطق کل گرای خود در فلسفه که ابراز می داشت "کل بالاتر و بیشتر از مجموع اجزای خود است"، به نوعی خیلی پیش تر از زمان ارائه نظریه عمومی سیستم ها توسط برتالنی از این تفکر و دیدگاه در تبیین افکار خود بهره برده بود. از این رو شاید بتوان گفت که این تفکر می تواند از دیرباز به بسیاری از رشته های علمی تعلق داشته باشد و شاید به همین دلیل به یک فرارشته تبدیل شده است.

در همین راستا در سال ۱۹۵۳ میلادی کنت بولدینگ، اقتصاددان ساکن آمریکا، طی نامه ای خطاب به برتالنی آلمانی اعلام داشت که وی نیز در علم اقتصاد و علوم اجتماعی به همان نتایج برتالنی در علم بیولوژی رسیده است و اطمینان دارد که افراد بسیار دیگری در سراسر جهان به نتیجه مشترک این دو دانشمند علم بیولوژی و اقتصاد رسیده اند.

برتالنی در سال ۱۹۶۸ میلادی هدف و چارچوب فکری خود را در رابطه با ارائه نظریه عمومی سیستم ها چنین بیان نمود: " (۳) تمایل عمومی به سمت ادغام و تلفیق علوم مختلف طبیعی و اجتماعی وجود دارد (۴). به نظر می رسد این تلفیق با محوریت نظریه عمومی سیستم ها صورت پذیرد. (۱) این نظریه احتمالاً ابزار مهمی برای جهت گیری به سمت نظریه ای دقیق در رشته های غیرفیزیکی و غیر زیستی علم خواهد بود (۲). این نظریه با ایجاد اصول مشترک در جهان، علوم منزوی و منفرد ما را به هدف اتحاد علوم نزدیکتر می سازد (۹). این نظریه می تواند ما را به ادغام بسیار ضروری در تحصیلات علمی رهنمون سازد."

از دهه ۱۹۵۰ میلادی به بعد نهضت تعمیم و کاربرد نظریه عمومی سیستم ها در مباحث سازمان و مدیریت نیز با رشد و بسط نظریه عمومی سیستم های برتالنفی و همراهی علم سایبرنتیک، در جهت رفع نارسائی های نظریه های کلاسیک و نئوکلاسیک سازمان و مدیریت آغاز گردید.

۳- تولد تفکر سیستمی در مباحث سازمان و مدیریت

همانطور که ذکر شد تفکر سیستمی در سازمان و مدیریت در خارج از محدوده مباحث علم مدیریت یعنی در علم سیستم، مجموعه ای «، فیزیولوژی متولد شد و در محیطی میان رشته ای رشد کرد. این مسئله با دقت در تعریف سیستم از اجزاء و روابط میان آنهاست که توسط ویژگیهایی معین، به هم وابسته یا مرتبط می شوند و این اجزا در کنار یکدیگر بیشتر نمود می یابد و مشخص می سازد که تحلیل گران این نظریه در مطالعه سازمان، «یک کل را تشکیل می دهند سعی داشتند که سازمان را به مثابه یک سیستم و دارای خصوصیات آن بویژه با پیش فرض وجود ارتباط میان واحدهای آن در نظر بگیرند. منظور از ارتباط، مسیرهای ارتباطی عناصر سیستم با یکدیگر می باشد که به طور کلی در این نظریه، سه نوع رابطه در عالم واقع و در درون و بیرون سیستم ها وجود دارد که عبارتند از:

۱) رابطه حیاتی (منطقی) رابطه ای است که در صورت قطع آن، اجزاء و سیستم های وابسته به آن نمی توانند به وظیفه خود عمل کنند و حیاتشان به مخاطره می افتد. رابطه حیاتی می تواند یک سویه باشد (مانند رابطه حیاتی میان یک انگل گیاهی و گیاه) و یا دو سویه (مانند رابطه حیاتی میان خرده سیستم های تولید و فروش).

۲) رابطه هم افزایی (سینرژیک) رابطه ای که در صورت وجود، با همکاری و تشریک مساعی مجموعه ای از خرده سیستم های نیمه مستقل، خروجی و بازده کل سیستم بیشتر از مجموع بازده و خروجی های هر یک از خرده.

نکته جالب توجه این است که سیستم های تشکیل دهنده سیستم کلان و اصلی خواهد بود: به عبارت دیگر هم $2+2 < 4$. افزایی یا سینرژی اساس علم شیمی است و در اینجا کاربرد نظریه عمومی سیستم ها علاوه بر علم سازمان و مدیریت در علمی دیگر بنام علم شیمی آشکار می گردد.

ویلیام ولف در شماره های اول مجله آکادمی مدیریت، اعلام کرد که "ما می توانیم یک سازمان را به عنوان یک موجود زنده توصیف کنیم؛ سازمان دارای یک محیط مشخص اجتماعی، یک ساختار رسمی و اهداف به رسمیت شناخته شده و انواع نیازهای گوناگون است." به همین ترتیب، میسون هایر در کتاب خود به نام "نظریه سازمان مدرن" "شکل" و "دیگر" خواص هندسی "یک سازمان را با این استدلال که سازمان ها دارای خواص و ویژگی های (رشد مشابه جهان موجودات بیولوژیکی هستند مورد بحث قرار داد. در اولین شماره "فصلنامه علوم اداری" (۱۹۵۶)

پارسونز در مقاله ای، سازمان را به عنوان یک "سیستم اجتماعی با محوریت حصول انواع نسبتا خاص اهداف تعریف کرد که نهایتا نقش خود را در یک سیستم جامع تر که معمولا خود جامعه است ایفا می کند."

بنابراین روشن است که طرفداران تعمیم نظریه عمومی سیستم ها در دانش سازمان و مدیریت معتقد بودند که نگرش سیستمی بهترین طریق برای وحدت بخشیدن به مفاهیم و نظریه های مدیریت و دستیابی به نظریه ای جامع در رابطه با سازمان و مدیریت است. در این نگرش سازمانها به مثابه سیستمهایی که اجزای آنها در تعامل با یکدیگر و محیط هستند، تلقی میشد و بر متناسب ساختن ساختار سازمانی با محیط خاص سازمان تاکید میشد. طرفداران این نظریه همچنین معتقد بودند که سیستم ها از نظر تعامل با محیط پیرامون خود به سیستم های باز و بسته تقسیم می شوند که در اینجا به طور خلاصه به توضیح این دو سیستم می پردازیم:

* سیستم بسته: سیستمی است که عملیات خودش را بطور خودکار، از طریق ابراز واکنش نسبت به اطلاعات تولید شده توسط خود، کنترل یا تعدیل می کند؛ به عبارت دیگر سیستم بسته همواره در حالت تعادل ایستا و ساکن با محیط است و فقط عناصر بسیار محدودی را می تواند از محیط جذب کند.

* سیستم باز: سیستمی است که با محیط خود تبادل انرژی، ماده و اطلاعات دارد. سیستم های باز می توانند به تبادل منابع و انرژی اضافی خود بپردازند. به بیانی دیگر این گونه سیستم ها تلاش می کنند با محیط اطراف به یک حالت تعادل پویا رسیده و با محیط خود کنش و واکنش متقابل داشته باشند. یکی از بارزترین ویژگی های سیستم های باز که آنها را از سیستم های بسته متمایز می کند مکانیسم های سازشی است که سیستم های بسته فاقد آن هستند. از این منظر، سیستم های باز باید دو مکانیسم سازشی را در خود داشته باشند:

۱- مکانیسمی برای برقراری حالت موازنه بین اجزای سیستم و زیرسیستم ها

۲- مکانیسمی برای تطبیق کل سیستم با تغییرات محیط تا سیستم در رابطه با محیط به تعادلی پویا دست یابد.

به طور خلاصه باید گفت که مهمترین ویژگی های سیستم های باز عبارتند از: آگاهی نسبت به محیط - بازخورد و مکانیسم های سازشی.

اگرچه باید در اینجا تاکید کرد که بسته یا باز بودن یک سیستم امری ذهنی و نسبی است و نه قطعی. به عبارت دیگر نمی توان ادعا کرد که یک سیستم صد در صد باز است یا بسته.

با توجه به تنوع دیدگاهها، طبقه بندی های مختلفی از سیستم ارائه شده است که در اینجا به اختصار به آنها اشاره می شود:

- سیستم های باز و بسته: با توجه به تعامل با محیط
- سیستم های زنده (طبیعی) و غیر زنده (مصنوعی): با توجه به حیات یا عدم حیات سیستم
- سیستم های ساده و پیچیده: با توجه به مسئله پیچیدگی سیستم و روابط میان اجزای آن
- سیستم های اصلی و فرعی: با توجه به شرح وظایف سیستم
- سیستم های انطباق پذیر و انطباق ناپذیر: با توجه به توانایی تغییر حالت در واکنش به تغییرات محیط
- سیستم های گسسته و پیوسته: با توجه به کیفیت تغییر حالات سیستم
- سیستم های قطعی و احتمالی: با توجه به میزان احتمال پیش بینی رفتار
- سیستم های مانا و پویا: با توجه به تغییر حالت در طول زمان
- سیستم های انتزاعی یا مفهومی و متجسم یا عینی: با توجه به ماهیت اجزاء سیستم
- سیستم های سخت و نرم: سیستم های سخت دارای اهداف مشخص تر بوده و قابل تعریف تر هستند و سیستم های نرم بر عکس.

در راستای رفع اختلاف ها و ابهام های پیش آمده در تقسیم بندی سیستم ها، یکی از مهمترین تقسیم بندی های سیستم ها از نظر نوع پیچیدگی توسط طرفدار معاصر برتالنفی، کنت بولدینگ، رئیس انجمن اقتصاد آمریکا، در نه سطح از پیچیدگی ارائه گردید. بولدینگ اعتقاد داشت که یکی از راههای ممکن برای ایجاد نظریه عمومی سیستم ها، آفرینش سلسله مراتبی از سیستم ها بر مبنای درجه پیچیدگی واحدهای اساسی هر سیستم است. وی تقسیم بندی خود را به صورت زیر مطرح نمود:

- ۱- سطح ایستا (چارچوب): مثل نقشه های زمین یا نمودار سازمانی
 - ۲- سطح چرخش ساعت (سیستم های متحرک و پویا): مثل گردش منظومه شمسی، ساعت
 - ۳- سیستم های سایبرنتیک (کنترل و ارتباطات): توسط مکانیسم بازخور کنترل می شوند و مکانیسم کنترل خودکار دارند، مثل ترموستات در دستگاههای حرارتی و سیستم اتوپیلوت در هواپیما
 - ۴- سیستم های باز (زنده): مثل خصوصیت تولید مثل در باخته ها و سلول ها
 - ۵- ارگانیسم گیاهی: مانند گیاهان که دارای خصوصیت رشد هستند
 - ۶- سطح زندگی حیوانی: مانند سگ، فیل و دیگر حیوانات
 - ۷- سطح زندگی انسانی: مانند فرد فرد انسانها
 - ۸- سیستم های سازمان اجتماعی: مانند کسب و کارها و دولت ها
 - ۹- سیستم مربوط به دنیای ناشناخته ها و متعالی (ماوراء الطبیعه): مانند متافیزیک، زیبایی شناسی
- لازم به ذکر است که در این تقسیم بندی هر چه از سطح اول به سطح آخر یعنی سطح نهم نزدیک می شویم بر پیچیدگی سیستم ها افزوده می گردد. علاوه بر رابطه با پیچیدگی سیستم باید گفت که پیچیدگی یک سیستم به دلیل تنوع، تعدد اهداف و اجزاء، روابط، منابع و سلسله مراتب اجزاء در آن سیستم می باشد. همچنین بررسی پیچیدگی یک سیستم علاوه بر زمان به روش و دقت زیادی نیاز دارد و افزایش سرعت، پیچیدگی را افزایش می دهد، بنابراین درک پیچیدگی یک سیستم کار سهل و آسانی نیست. برخی از صاحب نظران، گسترده بودن روابط را دلیل پیچیدگی در روابط می دانند. البته پیچیدگی معمولاً به دلیل عدم قطعیت و پیش بینی دشوار رفتار سیستم ایجاد می گردد. معمولاً سیستم هایی که شامل عوامل انسانی می شوند به علت رفتارهای پیچیده انسانی در زمره سیستم های پیچیده قرار می گیرند.
- ریچارد دفت نیز به عنوان یکی از صاحب نظران شناخته شده در عرصه سازمان و مدیریت، در کتاب خود تحت عنوان "تئوری و طراحی سازمان"، سیستم های فرعی سازمان را به صورت زیر دسته بندی نموده است:
- ۱- سیستم تعیین کننده مرز سازمان با محیط: مسئول مبادلات سازمان با محیط (مانند واحد بازاریابی بابت خروجی ها و واحد خرید بابت ورودی های سازمان)
 - ۲- سیستم تولید: مسئول تولید خدمات یا محصولات سازمان (مانند واحد تولید در شرکتهای تولیدی)
 - ۳- سیستم بقاء و نگهداری سازمان: مسئول تداوم و حسن عملیات سازمان (مانند واحد پرسنلی و واحد خدمات رفاهی سازمان)
 - ۴- سیستم سازگارکننده: مسئول تغییرات سازمانی و رصد فرصت ها، تهدیدها و پیشرفت های فناوری در محیط (مانند واحدهای مهندسی، تحقیق و توسعه، تحقیقات بازاریابی)
 - ۵- سیستم مدیریت: مسئول هدایت دیگر سیستم های فرعی (مانند هیئت مدیره، مدیر عامل و دیگر مدیران سازمان)

در نظریه های نوین سازمان و مدیریت، سازمان در عین حال که سیستمی باز (سیستمی که با محیط اطراف خود کنش نیز مطرح می شود که جنبه فنی سازمان را ابزارها، ماشینها، « فنی - اجتماعی » متقابل دارد) مطرح است، به عنوان سیستمی وسایل و روشهای عملیاتی تشکیل میدهد و جنبه اجتماعی سازمان نیز بیانگر روابط کارکنان در درون سازمان است که در برگیرنده آرمانها، عواطف و انتظارات کارکنان و مدیران می باشد.

در کتاب سازمان و مدیریت - سیستم و رفتار سازمانی، تالیف دکتر علی محمد اقتداری ۱۳۶۷، برای سیستم سازمانی دو جنبه در نظر گرفته شده است:

"اول جنبه فنی که شامل وظائف تخصصی، ساختمان و ماشین آلات، وسایل و ابزار و تکنیک های کار میشود و دیگری جنبه اجتماعی که مشتمل بر روابط کارکنان در داخل سازمان می گردد." در ادامه این کتاب آمده است: "اگر سازمان را به عنوان یک سیستم تلقی کنیم. سیستم مذکور از سیستم های فرعی متعددی مانند روابط بین افراد، سازمان رسمی، سازمان غیر رسمی، روابط ناشی از نقش و مقام و روابط حاصل از محیط فیزیکی کار و فناوری تشکیل می شود."

ملاحظه این دو جنبه در سازمان باعث گردید تا برخی صاحب نظران نظیر اریک تریست انگلیسی در آثار مکتوب خود از جمله کتاب "به سوی محیط شناسی اجتماعی" این طور استدلال کنند که یک گروه کاری نه یک سیستم فنی و نه یک سیستم اجتماعی، بلکه یک سیستم فنی - اجتماعی به هم پیوسته است. مقتضیات فنی، نوع سازمان کاری سازمان را مشخص می سازد، اما یک سازمان کاری، دارای ویژگی های اجتماعی و روانی خود که مستقل از خصوصیات فنی آن می باشد، نیز هست که این دو در مجموع تشکیل سیستم فنی - اجتماعی تحت نام سازمان را می دهند.

"پارسونز در کتاب سیستم اجتماعی خود در سال ۱۹۵۱ میلادی، حیات هر سیستم را منوط به وجود چهار نوع کارکرد می داند: سازگاری، دستیابی به هدف، انسجام و پایداری. سازگاری حاکی از تمایل هر سیستم در سازش دادن نیازهایش با شرایط خارجی است، کارکرد دستیابی به هدف گویای این است که هر سیستمی باید اهداف اولیه اش را تعریف کند و عمل آن در جهت دستیابی به آن هدف باشد، کارکرد انسجام و یگانگی بدین معناست که هر سیستمی ضمن این که عناصر خود را نظم می بخشد، باید روابط درونی بین آنها را نیز یکپارچه سازد، کارکرد، پایداری در جهت دوباره سازی، تبیین و به دست آوردن حرکت افراد و الگوهای فرهنگی عمل می کند". (ابراهیم پور ۱۳۸۵، مبانی فلسفی تئوری های سازمان و مدیریت با رویکرد کارکردگرایی و ساختارگرایی) استنفورد بیر انگلیسی نیز در اولین کتاب خود تحت عنوان سایبرنتیکس و مدیریت در سال ۱۹۵۹ میلادی، سیستم ها را بر اساس احتمال (قطعی - احتمالی) بودن از یک سو و پیچیدگی (ساده، پیچیده و بی نهایت پیچیده) از سوی دیگر تقسیم بندی کرده است. از نظر رفتار سیستم نیز باید اشاره کرد که سیستم ها در ارتباط با محیط پیرامون خود رفتارهای متفاوتی از خود بروز می دهند که عبارتند از واکنش، پاسخ و اقدام که مختصرا به توضیح آنها می پردازیم:

واکنش: عکس العملی است که از طرف سیستم به دلیل وقوع تغییر یا رخداد دیگری در سیستم یا محیط ابراز «لازم و کافی» می گردد. در واکنش، ساختار و حالت سیستم تغییر می کند. در این گونه مواقع، واکنش سیستم، امری است. پاسخ: پاسخ شبیه واکنش است با این تفاوت که امری لازم است ولی کافی نیست؛ زیرا سیستم، خواص ساختاری ساختار و حالت، «واکنش» خود را در برابر محرک، تغییر نمی دهد و فقط حالت سیستم تغییر می کند. در حالیکه در سیستم تغییر می کند. اقدام: رخدادی است که ضرورت آن ناشی از تغییر در سیستم یا محیط نیست؛ یعنی وقوع این رخداد، اجباری و لازم نیست بلکه سیستم به انتخاب خود آن را اراده و اعمال می کند. از این رو نمی توان برای آن حد کفایت و محدودیتی قائل شد. یکی از عبارات های معروف در حوزه نظریه عمومی سیستم ها عبارت زیر است:

«مجموع اجزاء کل نمی شود Sum of the parts is not whole» این جمله بدین معناست که یکی از. بین اجزای آن «برقراری ارتباط مناسب، معنادار و هم افزا» عوامل اصلی موفقیت یک مجموعه در راستای تحقق اهداف است. اگر بین اجزای یک سیستم ارتباط مناسبی برقرار باشد سبب می شود حاصل کار این مجموعه در کنار هم بیش از مجموع حاصل کار تک تک اجزا باشد و بالعکس ارتباط نامناسب بین اجزا سبب می شود حاصل کار این مجموعه در کنار هم کمتر از مجموع حاصل کار تک تک اجزا باشد. روابط مربوط به یک سیستم، اجزاء و محیط آن نیز می تواند به اشکال زیر باشد:

۱- روابط بین اجزا

۲- رابطه جزء با کل

۳- رابطه کل با محیط

۴- رابطه جزء با محیط

از طرفی در رابطه با سلسله مراتب در سیستم ها باید گفت که اصول زیر در این مورد مفروض است:

۱- هر سیستم زیر سیستمی از سیستم های بالایی خود است.

۲- هر سیستم از زیر سیستم هایی تشکیل شده است.

۳- تفاوت سیستم و زیر سیستم ذهنی و نسبی است.

- ۴- حرکت ها دال بر وجود سلسله مراتب ها هستند.
- ۵- جهت حرکت در سیستم، از کوچک به بزرگ است.

۴- تمایز در اجزای سیستم

برای هر سیستم باید هدفی تعریف شده باشد. پس از تعریف هدف سیستم در راستای تحقق آن هدف با توجه به شرایط محیطی کارکردهایی برای اجزای سیستم تعریف می شود. سپس هر یک از اجزای سیستم باید با توجه به توانمندی و تخصص خود، مسئولیت انجام یک یا چند مورد از این کارکردها را به صورت انفرادی یا به همراه اجزای دیگر سیستم بر عهده بگیرد. ایجاد و وجود چنین تمایزهایی^۱ در انجام وظایف مختلف به واسطه تفاوت تخصص و ویژگی های هر جزء الزامی و با توجه به متفاوت بودن کارکردها ضروری است. لازم به ذکر است که تخصیص کارکردها به اجزای سیستم در مهندسی سیستم^۲ مورد مطالعه قرار می گیرد و در زیر مجموعه تفکر سیستمی سخت که در قسمت های بعدی ذکر خواهد شد، جای می گیرد.

۵- برخی از نکات مهم مربوط به نگرش سیستمی و مقدمات تفکر سیستمی

در این قسمت با توجه به اینکه تعریف تفکر سیستمی عبارت است از “فرآیند درک ارتباط اجزاء بر هم در یک ”کل به برخی نکات قابل توجه از دیدگاه تفکر سیستمی به پدیده ها می پردازیم:

- ۱- اگر اجزای یک موجودیت و پدیده با یکدیگر تعامل نداشته باشند، آن پدیده تشکیل یک مجموعه را می دهد نه یک سیستم را؛ به عبارت دیگر، مشخصه مهم یک سیستم، تعامل و ارتباط اجزای آن با یکدیگر است.
- ۲- نشانه های بیماری سیستم ها و اسباب و علل این بیماری ها به لحاظ زمانی و مکانی الزاماً نزدیک به هم نیستند.
- ۳- در هر سیستم عواملی وجود دارند که در خلاف جهت نظم سیستم عمل می کنند و مختل کننده نظم سیستم هستند.
- ۴- «انترپوی» این عوامل را (Entropy) می خوانند. سیستم برای بقا و ایجاد نظم در عملکرد خود باید با انترپویک مبارزه کند.
- ۵- تغییرات کوچک نتایج بزرگی به بار می آورند ولی باید دانست محدوده عمل این تغییرات الزاماً آشکار و مشخص نیستند.
- ۶- تفکر سیستمی می گوید با استفاده از اهرم می توان با کاری کوچک نتیجه ای بزرگ گرفت اما چگونگی و محل استفاده از این اهرم مهم است.

۱- حرکت یک سکان کوچک یک کشتی غول پیکر را به حرکت در می آورد.

۲- تقسیم یک فیل بزرگ به دو قسمت، دو فیل کوچک پدید نمی آورد. سیستم ها یکپارچه هستند و تقسیم آنها عملکرد آنها را مختل خواهد کرد. همچنین باید قانون مرزهای سیستم را مد نظر داشت و بدانیم که حاشیه سیستم کجاست.

۳- چنانچه تفکر سیستمی در انسان ها نهادینه شود، آنگاه تخریب اجزای دیگر سیستم را تخریب خود می دانند؛ بنابراین کشتن یک پرند کشتن جزئی از خودشان محسوب خواهد شد، بنابراین هیچ گاه این کار را نخواهند کرد.

۴- برای برخورداری از تفکر سیستمی مقدماتی لازم است که این مقدمات عبارتند از:

- ۱- تعلیق عقاید شخصی: یعنی در مطالعه سیستم عقاید و تعصبات فرد بررسی کننده سیستم نباید دخیل گردد.
- ۲- قبول محدودیت های فکری و تصویری: فرد بررسی کننده سیستم باید محدودیت های ذهنی خود را بپذیرد.
- ۳- تجسم پدیده به صورت کل: در بررسی یک پدیده تحت نام سیستم، همیشه کلیت پدیده باید مد نظر فرد بررسی کننده باشد نه اجزای تفکیک شده آن.

۶- سازمان در قالب سیستم

نظریه عمومی سیستمها می گوید که فعالیت هر جزء از سازمان بر فعالیت سایر اجزاء آن اثر می گذارد؛ بنابراین، نگرش سیستمی موجب می شود که مدیران به سازمان بصورت کل و بخشی از یک سیستم بزرگتر و متاثر از محیط توجه کنند.

در نظریه های کلاسیک، سازمان به طور کلی به عنوان یک سیستم بسته مورد بررسی قرار می گرفت، ولی در نظریه های یک سیستم فنی-اجتماعی-سازمان، نوین^۳ - تلقی می شود که برای رشد و توسعه می باید همواره خود را با عوامل متغیر داخلی و خارجی سازگار و هماهنگ سازد.

چنانچه سازمان را به عنوان یک سیستم تلقی کنیم، سیستم مذکور از سیستمهای فرعی متعددی مانند روابط ناشی از پست و مقام^۱ و روابط حاصل از محیط فیزیکی کار و فناوری، تشکیل می شود. در داخل سیستم، دو نوع کش و واکنش وجود دارد، یکی

1 Differentiations
2 System Engineering
3 Socio-Technical

درونی و دیگری بیرونی. در درون هر یک از سیستم‌های فرعی، یک رشته فعل و انفعال بین اجزاء همان سیستم فرعی صورت می‌گیرد. انفعالات بیرونی به همبستگی‌های موجود بین سیستم‌های فرعی اطلاق می‌شود. به عنوان مثال، بین افراد از یکسو و سازمان رسمی - مشاغل - از سوی دیگر، یک رشته ارتباط و انتظارات متقابل وجود دارد. از سوی دیگر، بین افراد و سازمان غیررسمی همبستگی وجود دارد. سازمان غیررسمی رفتار خاصی را از اعضاء خود انتظار دارد و در مقابل افراد نیز توقع دارند که رضایتی از معاشرت با همکاران خود و روابط گروهی با آنان در حین کار به دست آورند. در نتیجه فعل و انفعال این دودسته انتظارات، فرد رفتار خود را با خواسته های گروه (هنجارهای گروهی) منطبق می‌کند و گروه نیز ممکن است متقابلاً انتظارات هنجارهای گروهی - Group Norms - را بر حسب شخصیت اعضاء تعدیل نماید.

به همین ترتیب، در محیط فیزیکی کار یک نوع همبستگی و ارتباط متقابل بین فرد و ماشین وجود دارد؛ به عبارت دیگر، شرایط فیزیکی و ابزار و وسائل و فناوری کار باید با توجه به ویژگی‌های فیزیولوژیکی، روانی و اجتماعی افراد در محیط خدمت انتخاب شوند.

برنز و استاکر از انستیتو تلوئیستاک در لندن در سال ۱۹۶۵ میلادی جزو اولین کسانی بودند که ارتباط بین ساختار سازمان و محیط را مورد بررسی قرار دادند. آنها این مسئله را مطرح کردند که ساختار و سیستم مدیریت و سازمان، وابسته به عوامل خارجی است. آنها بین سیستم های ارگانیک و مکانیک تمایز قائل شدند. آنها فرض کردند که سیستم های مکانیکی مناسب محیط های پایدارند، در حالی که سیستم های ارگانیکی در محیط های نامطمئن و متغیر به وجود می آیند. در سازمان های مکانیکی به سلسله مراتب زیاد، ارتباطات رسمی، تصمیم گیری های متمرکز و آیین نامه های زیاد مواجه می شویم، درحالیکه در سازمان های ارگانیکی به مشارکت همگانی، ارتباطات غیر رسمی، تصمیم گیری های غیر متمرکز و آیین نامه های کمتری بر می خوریم.

به طور خلاصه باید بیان داشت که نظریه عمومی سیستم ها در برخورد با سازمان از اصول زیر پیروی می کند:

۱- سازمان را به مثابه یک پدیده منظم تحت عنوان سیستم بررسی می کند (نگاه سیستمی به سازمان)

۲- روابط متقابل اجزای سازمان را می بیند (کند و کاو در روابط میان اجزاء)

۳- هدف اصلی درک کل سازمان است نه جزئیات آن. (کلیت سازمان Holism or Holistic View)

۴- نتیجه این نگرش، برنامه ریزی کل سازمان با در نظر گرفتن هدف کلی سازمان خواهد بود (نظام گرایی کلی در برنامه ریزی سازمانی)

۷- تفاوت اندیشه عصر ماشین با اندیشه سیستمی

در مقایسه تفکر انسان در عصر ماشین با نگرش فرد دارای اندیشه سیستمی باید عنوان نمود که شیوه و نحوه نگرشی که عصر ماشین مبلغ آن است نگاه مکانیکی و ماشینی است یعنی مسائل مورد مطالعه می باید به عنوان ماشینی فرض شود که اجزای آن برای شناخت ماهیت آن باید به اجبار به قطعات کوچکتر تقسیم شده باشد. تقسیم کار و تقلیل کارها به قطعات و اجزای خردتر حاصل تفکر این دوران است. گرچه این شیوه مزایایی در برداشت اما معایب آن نیز تا سال ها نادیده گرفته شد. تفکر های تحلیلی، تجزیه گرایانه و اصل علیت گرایی به این دوران تعلق دارد.

در مقابل، تفکر سیستمی چارچوب و روشی برای شناخت یک مسئله است که جنبه های تجزیه ای و تحلیلی و جنبه های ترکیبی آن مسئله را در برمی گیرد. به بیان ساده می توان گفت که تفکر سیستمی هم جنبه های تجزیه ای و تحلیلی (اجزاء مسئله) و هم جنبه های ترکیبی (کلیت مسئله) را در بر می گیرد. از سوی دیگر، نگاه سیستمی بر اساس این واقعیت استوار گشته است که ویژگی های خاص یک سیستم از ویژگی های عناصر تشکیل دهنده اش پدیدار نشده، بلکه خصوصیات یک سیستم ریشه در ماهیت پیوندها و روابط میان عناصرش دارد.

در جمع بندی این قسمت باید گفت تفکیک یا تحلیل پدیده ها جوهر اندیشه عصر ماشین و سنتز یا ترکیب جوهر رویکرد سیستمی است. اندیشه سیستمی به نحوه عملکرد یک سیستم در سیستم بزرگتر یا بالاتر توجه می کند، اما تفکر ماشینی به عمل هر یک از اجزا می نگرد. شاید جواب این سؤال بهتر بیانگر تفاوت این دو نگرش باشد: آیا نگاه سیستمی به جهان کائنات و موجودات هستی که هر سیستمی را جزئی از سیستم بزرگتر می بیند بهتر نشان دهنده هستی و اجزای ریز و درشت آن و ارتباط میان آنهاست یا تفکر علت و معلولی عصر ماشین؟

¹ Status and Roles

۸- تالکوت پارسونز و مدل AGIL

در این قسمت لازم است تا از نگاهی دیگر به بحث سیستم اجتماعی اشاره ای داشته باشیم تا بتوان با کمک آن به درک و تحلیل بهتری از تعمیم نظریه عمومی سیستم ها به سازمان دست یافت. تالکوت پارسونز فردی است که تلاش کرد علوم اجتماعی را یک علم کنش انسانی قلمداد کند. اولین کتاب وی به نام "ساختار کنش اجتماعی" حاصل تلاش طولانی و بی وقفه ای است که وی برای جایگزینی جامعه شناسی تجربی سنتی، با دیدگاهی که نظریه های موجود علوم اجتماعی را ترکیب می کرد، به کار بست.

۹- کارکردهای اساسی سیستم اجتماعی

به عقیده پارسونز علوم انسانی به شرطی علم تلقی می شوند که به تحلیل سیستمی روی آورند؛ یعنی شیوه ای که علوم طبیعی و زیستی در پیش گرفته اند. از نظر پارسونز سه شرط برای اثبات وجود یک سیستم لازم است:

شرط اول؛ ساخت یا ساختار است. سیستم باید آرایش سازمانی داشته باشد.

شرط دوم؛ مفهوم کارکرد کلی سیستم است.

شرط سوم؛ نظام کنش، فرایند یا فراگرد خود سیستم و درون آن است.

البته تعریف و مفهوم سیستم اجتماعی مورد اشاره پارسونز بسیار کلی است و شاید بتوان گفت که مصداق بارزی در عالم واقع ندارد و به سختی می توان آن را در تحقیقات تجربی بکار برد. جهت رفع این نقصان، برخی از دانشجویان پارسونز، از مدل AGIL در کارهای تجربی خود استفاده کردند. ارائه این مدل، در جهت تکامل یک مدل تحلیلی عمومی بود که تلاش می کرد تا برای تجزیه و تحلیل انواع اجتماعات از گروه های ابتدایی و کوچک گرفته تا جوامع پیچیده و بزرگ مناسب باشد؛ چرا که هر یک از آنها دارای ویژگی های سیستم اجتماعی هستند.

۱۰- مدل AGIL

مدل پارسونز با سر واژه های AGIL شناخته می شود که چهار وظیفه اساسی هر سیستم اجتماعی، اعم از جامعه، اقتصاد و یا یک سازمان را مطرح می کند که باید برای بقای سیستم انجام شوند. این وظایف بر اساس حروف اختصاری AGIL به ترتیب عبارتند از:

۳- سازش (انطباق) یا Adaptation؛

۴- کسب یا حصول هدف یا Goal Attainment؛

۱- یکپارچگی (انسجام) یا Integration؛

۲- مشروعیت یا Legitimacy

۲- پژوهش

۲-۱- نقد و بررسی فلسفی نظریه عمومی سیستم ها

برای تبیین مبانی فلسفی نظریه عمومی سیستم ها همانند دیگر نظریه ها نیاز بود تا این نظریه را ابتدا به خوبی بشناسیم و سپس آن را درست نقد کنیم. به بیان دیگر ابتدا باید پی می بردیم که این نظریه چگونه و برای چه منظوری ارائه شده است، سپس به نقد فلسفی و بیان قوت ها و ضعف های آن بپردازیم.

از اینرو در بخش اول این مقاله سعی شد تا در حد بضاعت ممکن به معرفی و تبیین مبانی شکل گیری نظریه عمومی سیستم ها و مفروضات و دیدگاه بنیانگذاران آن پرداخته شود. در اینجا به بخش دوم، یعنی نقد و بررسی مبانی فلسفی آن خواهیم پرداخت تا در پی آن نقاط ضعف و قوت آن نیز تا حد ممکن روشن گردد.

برای بررسی و نقد فلسفی نظریه عمومی سیستم ها به ناچار نیازمند یک معرفت و دیدگاه فرا نظری هستیم تا بتوانیم با کمک آن با نفوذ در زیرساخت ها و مبانی فلسفی این نظریه به نتیجه درستی در این زمینه دست یابیم. این نیاز به این دلیل است که اصولاً در علم مدیریت به چپستی و ماهیت نظریه ها پرداخته نمی شود و این موضوع در حوزه فلسفه علم مدیریت قرار می گیرد که در این بخش به آن می پردازیم.

در نظریه عمومی سیستم ها جهت تشریح واقعیتی به نام سازمان، از مدلی به نام سیستم استفاده شده است و پس از این مدل سازی سعی شده است تا بافت و وظایف و عملکرد سازمان در قالب یک سیستم درک شده و سپس رفتار سیستم به عنوان یک کل تشکیل شده از اجزای به هم پیوسته و مرتبط مورد مطالعه قرار گیرد و در نهایت رفتار سیستم برای دستیابی به اهداف تعیین شده با توجه به بازخور ارائه شده، مورد کنترل و بازبینی و اصلاح قرار گیرد. این نظریه تلاش می کند ارائه دهنده مدلی از ابعاد کلی واقعیت

سازمان و همچنین روشی برای مشاهده چیزهایی باشد که قبلاً در سازمان و طی نظریه‌های قبلی نادیده گرفته شده یا به آنها بی توجهی شده است. این نظریه سعی می‌کند تا پاسخ خود را به عنوان راهکاری برای سؤالات فلسفی همیشگی در مورد سازمان ارائه نماید. برتالنی به طور کلی با ارائه این نظریه و تعمیم آن به دیگر علوم تلاش نمود تا پاسخی به تعدد و تکثر مفردات تحقیقات و استنتاج‌های علمی و فناوری در نیمه اول قرن بیستم بدهد. به بیانی دیگر این نظریه به عنوان یک نظریه قانون بنیاد، در جستجوی قوانینی جهان شمول نظیر وحدت علوم و اثبات نظم موجود در هر پدیده بود که به عقیده برتالنی در همه پدیده‌های غیر طبیعی به سان پدیده‌های طبیعی وجود دارد.

فلسفه نظریه عمومی سیستم‌ها بر مبنای نگرشی جدید به جهان از طریق معرفی سیستم به عنوان یک پارادایم علمی جدید در تقابل با پارادایم تحلیلی و مکانیکی علم کلاسیک استوار گشته است و از نظر توماس کوهن مفهوم سیستم در زمان خود یک پارادایم جدید را بوجود آورد. نظریه عمومی سیستم‌ها بر جامعه‌شناسی نظم استوار است؛ یعنی بر نظم اجتماعی و وحدت اجزای پدیده مورد مطالعه تأکید دارد. همچنین این نظریه بر مبنای پارادایم کارکردگرایی (تجزیه و تحلیل ساختاری - کارکردی) با رویکرد واقع‌گرای شکل گرفته است. واقع‌گرایی به عنوان محور هستی‌شناسی این نظریه، در این جا به مفهوم وجود جهان خارجی مستقل از ذهن محقق است و جهان را دارای ساختاری ثابت، قابل مشاهده و منظم می‌پندارد. به بیانی دیگر، این دیدگاه تلاش می‌کند تا جهان را به شکل سیستم‌های ادغام شده و تحلیل‌ناپذیر مشاهده نماید. قانون توجه این دیدگاه بر کل مجموعه و همین‌طور بر روابط پیچیده درونی میان اجزای تشکیل‌دهنده سیستم مبتنی است. از طرفی فلسفه وجود هر سیستمی تحقق هدف تعیین شده برای آن است، بنابراین تعیین هدف برای هر سیستم اهمیت بسیار زیادی دارد. تعیین هدف برای هر سیستم نیز بستگی به جهان بینی و پارادایم فکری و استعارات سیستمی حاکم بر ذهن طراح آن سیستم دارد.

از منظر معرفت‌شناسی، این نظریه بر اساس اثبات‌گرایی بنا نهاده شده است. به بیان ساده‌تر از نظر بنیان‌گذاران این نظریه برای همه رشته‌های مورد تحقیق، یک روش علمی واحد وجود دارد. از این رو طبق این نظریه میان روش شناخت پدیده‌های طبیعی مانند بدن انسان با روش شناخت پدیده‌های اجتماعی مانند جامعه و سازمان تفاوتی وجود ندارد.

از بعد انسان‌شناسی، این نظریه به ماهیت جبرگرایی انسان اعتقاد دارد. بر اساس این پنداشت انسان موجودی صاحب اختیار نیست و فعالیت‌های او از قبل تعیین شده و محیط و شرایط بیرونی بر رفتارهای او غالب است؛ به عبارت دیگر انسان باید از سیستمی که در آن مشغول فعالیت است و سلسله فرایندهای آن به طور منظم شکل گرفته است، کاملاً تبعیت نماید و اصطلاحاً در آن حل شود.

این نظریه از نظر روش‌شناسی بر خلاف روش‌شناسی تجویزی روش‌های دقیق و تحلیلی علوم کلاسیک، مستلزم روش اکتشافی و عنصر شهود و ادراک درونی مطالعه‌کننده و محقق برای مدل‌سازی و فهم سیستم می‌باشد و در حقیقت عقلانیت نهفته در تفکر سیستمی عقلانیت جوهری است. در دیدگاه سیستمی پدیده مورد مطالعه در مرحله تشخیص و شناخت سیستم با مانع‌سازی‌های بنیادی در مقابل مدل‌سازی کمی مقاومت می‌کند. در این شرایط لازم است تا با روش‌های اکتشافی کیفی برای شناخت موجودیت پدیده به عنوان سیستم و محیط کلان آن یعنی محیط بیرون سیستم اقدام گردد. در حقیقت در اینجا به عنصر الهام و شهود درونی انسان نیاز است؛ به عبارت دیگر فردی که یک سازمان را به عنوان سیستم مورد مطالعه قرار می‌دهد تا تکیه بر نقشه شناختی خود (Cognitive Map) و روش شناختی ساختاری - سیستمی، مدلی سیستمی از کلیت سازمان و محیط آن ترسیم می‌نماید، به این معنا که مدل ترسیمی وی بسته به نوع دیدگاه و زاویه‌ای است که وی سازمان مورد مطالعه و روابط درونی و بیرونی آن را در موقعیت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، فناوری و سیاسی و غیره می‌بیند. نظر سه نفر از تحلیل‌گران درباره روش‌شناسی این نظریه بدین گونه است: "یکی از روش‌های ساخت این روش‌شناسی در گرایش به آن است که این روش‌شناسی را بر اساس اصل یکسان‌دیدی قوانین در قلمروهای مختلف واقعیت بنا نهیم. برتالنی و طرفداران نظریه عمومی سیستم‌ها که یکی از وظایف اصلی این نظریه را در کشف و تجزیه و تحلیل قوانین و روابط مشترک در قلمروهای مختلف واقعیت دیدند، به این جنبه اهمیت ویژه‌ای دادند. از اینرو، دیدگاه برخورد سیستمی به عنوان چیزی اساساً میان رشته‌ای و دیدگاه انتقال قوانین و مفاهیم از یک قلمرو از شناخت به قلمروی دیگری مطرح است (نظریه سیستم‌ها، مسائل فلسفی و روش شناختی، سادوسکی، بلاوبرگ، یودین، ترجمه کیومرث پیرانی، ص ۳۸-۳۹)

از نقطه نظر متد یا روش باید گفت که نظریه عمومی سیستم‌ها روش اجرایی خاصی را بویژه برای شناخت اجزاء و درک پیچیدگی روابط میان اجزای سیستم تجویز و پیشنهاد نمی‌کند. البته در اینجا باید خاطر نشان کرد که روش‌های غیرمنعطف و ریاضی وار را که سعی دارند همه چیز را به صورت ریاضی درک کرده و به صورت ماشینی Hard Systems Thinking نامند و به کارگیری روش‌ها و متدهای حوزه تفکر سیستمی سخت به علت عدم توانایی فهم منعطف و دینامیک روابط بین اجزاء، احتمالاً به عدم درک صحیح رفتار سیستم منجر خواهد گردید.

به طور کلی باید گفت که طبق اصول نظریه عمومی سیستم‌ها در روش مطالعه یک سیستم باید موارد زیر رعایت گردد:

۱- شناسایی ساختار پدیده به عنوان یک چیز ثابت که چارچوب آن پدیده را تشکیل می دهد. (باید رفتار کل سیستم، اجزای سیستم و روابط بین اجزا و مرز آن را شناخت).

۲- باید سیستم بزرگتری را که پدیده مورد مطالعه جزئی از آن است، شناسایی کرد.

۳- توصیف کارکردگرایی آن پدیده. (باید رفتار پدیده مورد نظر را در مفهوم نقش یا کارکرد آن در قالب سیستم بزرگتر تعریف کرد).

۴- سیستم (پدیده مورد نظر) را می باید در زمان واقعی بررسی کرد.

۵- از دید این تفکر، وقوع یک عارضه، می تواند معلول عوامل و عناصر متعددی باشد (تعدد متغیرها)

ماهیت سازمان در دیدگاه تحلیل گران نظریه عمومی سیستم ها ماهیتی طبیعی است که سازمان به واسطه آن به عنوان یک پردازشگر، ورودی ها را در قالب کالا یا خدمات و یا هر دو، به خروجی هایی تبدیل می کند؛ به عبارت دیگر سازمان یک پدیده طبیعی دارای نظم همچون موجودات زنده و بیولوژیک است که برای دستیابی به اهداف مورد نظر شکل گرفته است. این مسئله یکبار دیگر یکی از اهداف اصلی نظریه سیستم ها که همانا تعمیم و یکناسازی علوم طبیعی با علوم اجتماعی یعنی ایجاد وحدت در میان علوم و حداقل کردن تکرار در حوزه مطالعات نظری در علوم مختلف بوده است را آشکار می سازد.

از دیدگاه تحلیل گران، یکی دیگر از مزایای نظریه عمومی سیستم ها این است که این نظریه راه برون رفت محقق و مدیر از نگرش های محدود مکانیکی به سازمان به سمت استفاده از علوم مختلف برای شناخت و هدایت اثربخش سازمان محسوب می گردد. به اعتقاد این گروه، این نظریه به صورت بنیادی تصویری متفاوت از واقعیت سازمان های اجتماعی به دست می دهد و می تواند به عنوان مبنایی برای پیشرفت های اساسی در مباحث سازمان و مدیریت قرار گیرد. البته برخی از این تحلیل گران نیز معتقدند که اندیشه سیستمی روشی برای تصمیم گیری درست تر و اتخاذ تصمیمات مناسب تر را برای مجریان سازمان فراهم می سازد. آنها بر این باورند که اگر اندیشه تحلیلی را شیوه میکروسکوپی بنامیم اندیشه سیستمی روش ماکروسکوپی یک بزرگ نگر است و باید توجه داشت که روش تحلیلی و روش سیستمی الزاما متناقض با یکدیگر نیستند، بلکه می توانند مکمل یکدیگر باشند. اگر در روش تحلیلی هدف روشن ساختن جزئیات است در روش سیستمی هدف درک عملکرد کلی سیستم یا همان سازمان است.

به طور خلاصه در مورد مزایای کلی نگرش سیستمی در سازمان می توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- این تفکر ترکیبی از روش قیاسی و روش استقرایی می باشد، زیرا در این نگرش، علاوه بر اینکه سازمان مورد مطالعه با سیستم شناخته شده قبلی مورد مقایسه قرار می گیرد، با در نظر گرفتن کلیت سازمان، سازمان به واحدهای تشکیل دهنده تقسیم شده و روابط میان واحدهای آن مورد بررسی قرار می گیرد (مطالعه کل و مطالعه کل گسسته)

۲- تمرکز و توجه به اهداف کلان سازمان می تواند یکی دیگر از مزایای این نوع نگرش محسوب شود. به عبارتی این تفکر، امکان لازم را برای مدیران ایجاد می کند تا اهداف خود را در سطح کلان ببینند.

۱- ارزیابی کل سازمان و اندازه گیری اثربخشی زیرسیستم ها نیز می تواند یکی دیگر از مزایای نگرش سیستمی محسوب گردد، زیرا امکان ارزیابی سازمان و تعیین میزان اثر بخشی خرده سیستم ها (زیرسیستم ها) را برای مدیران و مجریان فراهم می کند. در دیدگاه برخی از طرفداران نظریه عمومی سیستم ها، عدم توفیق در استفاده بهینه از این نظریه در سازمان ها از دلایلی چند ناشی می گردد. برای نمونه شاید عدم توانایی افراد در عملیاتی سازی آن بدلیل این است که فکر می کنند همه چیز را در مورد این نظریه می دانند. دلیل دیگر نیز این می تواند باشد که افراد چیز زیادی در مورد سیستمی که آن را بررسی می کنند، نمی دانند، به عبارت دیگر شناخت بسیار کمی نسبت به آن دارند.

در مقابل، برخی دیگر از تحلیل گران این نظریه معتقد هستند که در این دیدگاه، سازمان سیستمی هدفمند که از اجزای فرعی به هم مرتبط تشکیل یافته و هر گونه خلل در این اجزای آن می تواند بر کل سیستم و دستیابی به اهداف آن اثر منفی داشته باشد، معرفی شده است. یکی از انتقاداتی که این دسته از تحلیل گران بر این نوع دیدگاه به سازمان وارد می دانند این است که شناسایی کلیه عوامل مرتبط در سازمان و تعیین نوع روابط و میزان اثر آنها بر یکدیگر کار بسیار مشکلی است و امکان تحقق و موفقیت در آن بسیار کم است. در نتیجه، این مسئله فرد را در شناخت سازمان با پیچیدگی های بیشتری روبرو می نماید چرا که در نظریه های قبلی رابطه یک به یک پدیده ها و متغیرها و به عبارتی دو متغیر مورد بررسی و مطالعه قرار می گرفت در حالیکه در نظریه عمومی سیستم ها می باید رابطه چند به چند و تأثیر چند متغیر را بر یکدیگر در سازمان مورد بررسی قرار داد و به عبارت دیگر محقق یا مدیر با مسئله ای به نام تعدد متغیرها روبروست. از طرفی آنها بیان می دارند که در این نظریه نوعی تناقض فلسفی نیز به چشم می خورد زیرا توصیف سیستم علی رغم دیدگاه کل نگر این نظریه، مشروط به توصیف اجزای کوچک تر و روابط میان آنهاست، بنابراین در اینجا نوعی توقف کل بر جزء و جزء بر کل مشاهده می گردد. در حقیقت هر چه سیستم بزرگتر باشد به همان میزان بر پیچیدگی آن نیز افزوده می شود و این مسئله باعث دشوارتر شدن شناخت سیستم و روابط میان اجزای آن خواهد گردید. به بیان ساده تر باید گفت که درک پیچیدگی، پیچیده است.

مسئله دیگر این است که پایش و اندازه گیری برخی از عوامل مؤثر در سیستم‌های فرعی و اجزاء آنها و یا به بیانی دیگر، شنجش متغیرهای متعددی که در عملکرد سازمان و طرز عمل سیستم و خرده سیستم‌ها مؤثر هستند، به صورت اعداد و ارقام تقریباً غیرممکن می باشد و همین موضوع باعث محدودیت کاربرد نظریه عمومی سیستم‌ها در مطالعات جامع سازمانی گردیده است.

همچنین تحلیل گران عقیده دارند که نظریه عمومی سیستم‌ها یک روش اجرایی و مشخص مدیریت را تجویز نمی نماید و بیشتر به یک نگرش کلی شباهت دارد. به بیان دیگر این نظریه صرفاً چارچوب اندیشیدن را به مدیران و محققان ارائه می‌کند و روش خاصی را برای اعمال مدیریت و حل مسئله پیچیدگی سازمان پیشنهاد نمی دهد. بعلاوه این تحلیل گران بیان می دارند که نگرش سیستمی به سازمان نیازمند تسلط مدیر یا محقق به علوم مختلف و دیدگاه چند رشته ای است که این مسئله با توجه به محدودیت‌های موجود در توانمندی‌های انسان و دامنه وسیع و اشتقاق علوم در عصر حاضر، برای خیلی از مدیران و محققان می تواند چالش برانگیز و تقریباً غیر ممکن باشد. به بیان

ساده تر فردی که یک سازمان را از دیدگاه سیستمی مورد مطالعه قرار می دهد به دلیل الزامات این نظریه در شناخت اجزای سیستم و روابط میان آنها و همچنین عدم تسلط فرد به علوم مختلف، به احتمال زیاد با محدودیت شناختی نسبت به سازمان روبرو می گردد.

همچنین یکی از انتقادات بنیادین وارد بر این نظریه این است که در این نظریه با رویکرد پوزیتیویستی از مدل علوم طبیعی و نظامند به عنوان ابزار بررسی سازمان استفاده شده است و واقعیت دارای ساخت اجتماعی، یعنی سازمان را با ابزارهای علوم طبیعی بررسی می‌کند. در این نظریه بیش از اندازه بر روابط موجود میان اجزای تشکیل دهنده یک سازمان و مکانیزم‌های جاری آن توجه شده و واقعیت سازمان را در تصویری ثابت و در یک برش زمانی خاص و به عنوان یک پدیده طبیعی مورد بررسی قرار می دهد. این مسئله به طور کلی بر این فرض استوار است که هدف اصلی سازمان استمرار و دوام قالب‌های سازمانی موجود و ایستایی و نظم میان اجزای آن است. در حالیکه، سازمان به عنوان ساختاری اجتماعی، یک پدیده ساختگی و مصنوعی و ساخته دست بشر است و از نظر سیستمی یک سیستم کامل محسوب نمی گردد، زیرا پس از اتمام ساعت کاری، اجزا و واحدهای آن از هم گسیخته و در آغاز روز کاری مجدد به هم پیوسته و متصل می گردند، همچنین یک سازمان می تواند قرن‌های متمادی به عمر خود ادامه بدهد، در حالیکه یک سیستم طبیعی و زنده هم عمر محدودتری دارد و هم اصولاً پیوسته است و در بین اجزای آن زمانی از هم گسیختگی و تلاشی مشاهده می گردد که اصطلاحاً زمان مرگ و زوال آن فرا رسیده باشد.

گرت مورگان در کتاب خود تحت عنوان سیمای سازمان، در مورد استعاره و تشبیه سازمان به ارگان زنده پرسش‌هایی چالش برانگیز را مطرح کرده است که در اینجا به دو مورد آنها اشاره می‌شود:

۱- آیا در واحدهای مختلف سازمان‌ها به همان اندازه سایر سیستم‌های طبیعی و زنده مثل بدن انسان هارمونی و هماهنگی وجود دارد تا با اتکاء به آن بتوان نظریه عمومی سیستم‌ها را به سازمان‌ها تعمیم داد؟!

۲- آیا تصور دستیابی سازمان‌ها به هماهنگی و نظم سیستم‌های طبیعی نظیر بدن انسان بیش از حد رویایی و خیال پردازانه نیست؟

در مورد تقسیم بندی سیستم‌ها بویژه در تقسیم بندی آنها به سیستم‌های باز و بسته گفته می‌شود که اگرچه بولدینگ با تقسیم بندی سیستم‌ها از نظر پیچیدگی که قبلاً ذکر آن رفت، کمک زیادی به رفع ابهام‌های موجود در تقسیم بندی سیستم‌ها نموده است، اما برای مثال در تقسیم بندی سیستم‌ها به باز و بسته، باز یا بسته بودن یک سیستم امری نسبی و ذهنی است نه قطعی و مطلق؛ بنابراین اصولاً نمی توان به طور صد در صد خاصیت بسته یا باز بودن را به یک سیستم نسبت داد به طوری که در این باره معیار و نمونه مطلق بویژه در علوم انسانی -اجتماعی شاید مصداق واقعی نداشته باشد. برای مثال درباره سیستم‌های باز باید گفت که تصور سیستمی که بتواند تمام اثرات محیط را دریافت کند و به آنها پاسخ دهد ناممکن است. همچنین بسته بودن یک سیستم می تواند منوط به وجود یک و یا چندپارامتر خاص باشد که وجود همه پارامترها به جز یکی آن سیستم را از طرفی در دسته بندی سیستم‌های بسته و از طرفی نبود آن یک پارامتر سیستم را در دسته بندی سیستم‌های باز قرار می دهد؛ بنابراین نمی توان به طور یقین ادعا کرد سیستمی مطلقاً باز است و یا مطلقاً بسته است.

مسئله دیگری که در نظریه عمومی سیستم‌ها مطرح است این است که باید انسان را به بهترین شکلی کنترل کرد تا اطمینان حاصل شود که اعمال وی در راستا و همسو با منافع و اهداف سیستم قرار گرفته است. همچنین نقل قولی هم در تایید مورد بالا به این مضمون هست که "وقتی به سازمان به عنوان سیستمی نگاه کنیم که از اجزای تشکیل دهنده‌ای ترکیب یافته است هر کدام از آن اجزاء برای خودش مهم است و هر کدام از اجزاء وظیفه مستقل و مجزایی دارد و کارکردهای متفاوت اجزاء در یک کل به هم پیوسته اند. گرایش شدیدی در قرار دادن بالاترین تاکید و ارزش، به جای تک تک اجزاء سیستم یا سیستم‌های فرعی، به استقرار موازنه، تعادل و یا هماهنگی میان سیستم‌های فرعی وجود دارد و این برای اطمینان از کارکرد آنها به طریقی است که به منافع و بقاء کل سیستم منجر شود" (مبانی فلسفی تئوری سازمان، دکتر حسن میرزائی اهرنجانی ۱۳۹۳، ص ۲۷۲) تناقضی که در این

مورد آشکار می گردد این است که ضرورت و وجوب چنین برخوردی با انسان در سیستم در دیدگاه نظریه عمومی سیستم ها، آیا در تقابل و تضاد با این مسئله که باید در سطح کلان جامعه از منزلت و استقلال انسان در برابر خطر دیوانسالاری حمایت کرد، نیست؟!

به بیان دیگر، چگونه می توان سیستمی شدن انسان را در سازمان امکان پذیر ساخت؟ آیا اصولاً این کار با توجه به ماهیت ذاتی انسان به عنوان موجودی دارای معرفت، اندیشه، عواطف و کنش ها امکان پذیر است؟! به نظر می رسد که در اینجا به جنبه های شناختی، روانی و ارزشی انسان در دیدگاه سیستمی چندان توجهی نشده است و انسان به راحتی پدیده و متغیری قابل کنترل و تابع سیستم و جبرگرا در در نظر گرفته شده است. در این دیدگاه انسان موجودی تحت تاثیر محیط و کاملاً منفعل نسبت به آن چیزی که سیستم برایش تعیین و مشخص کرده است، تعریف شده است. نگاه سیستمی تلاش دارد تا فرد را در سازمان به گونه ای شکل دهد که در نهایت فقط منشأ فایده بیشتر برای سازمان شود. تحلیل گران این نظریه معتقدند که نظریه پردازان این نظریه به صورت خودآگاه یا ناخودآگاه بدنبال تحقیر انسان در محیط کار بوده اند. برخی از این تحلیل گران ابراز می دارند که یک نظریه سازمانی خوب باید دانش و قدرت را از انحصار طبقه ای خاص خارج کرده و به اکثریت منتقل نماید و این مسئله در نظریه عمومی سیستم ها به چشم نمی خورد.

در نهایت دیدگاه تحلیل گران در مورد معایب کلی نگرش سیستمی در سازمان را می توان در موارد زیر جمع بندی و خلاصه کرد:

۱- این رویکرد، نوعی روش مدیریت نبوده بلکه یک نگرش کلی است. به بیان دیگر، این نوع نگرش ساختار کلان را تشریح می کند و درباره ساختارهای خرد پدیده مورد مطالعه هیچگونه اطلاعاتی را ارائه نمی نماید (نگرش کلی، نه یک روش اجرایی).
۲- نگرش سیستمی چشم انداز بسیار وسیعی را در بر می گیرد، چشم اندازی که نه تنها علم مدیریت بلکه علوم دیگر نظیر علم فیزیولوژی و فیزیک و... را نیز شامل می شود و این مسئله مدیران و محققان مدیریت را دچار ابهام می سازد (ضرورت برخورداری از مطالعات میان رشته ای).

۳- فرضیه سازی از طریق طراحی ذهنی یک مدل ریاضی از سازمان (مدل سازی ذهنی از سازمان و فرایندهای آن صرفاً بعنوان یک نمودار هندسی).

۴- لزوم شناخت ارتباط میان اجزای سازمان برای شناخت کل سازمان و در نتیجه افزایش دشواری و پیچیدگی مسئله شناخت سازمان (پیچیدگی و ابهام بیشتر بدلیل دشواری شناخت روابط میان واحدهای مختلف سازمان)

۵- با توجه به عدم وجود روش شناسی اختصاصی و منطقی برای مطالعه سیستم ها، به ناچار باید از راه حل های جایگزینی استفاده کرد که این مسئله احتمالاً به بی نظمی در مطالعه ماهیت و مشخصات سیستم ها می انجامد و از اثربخشی پژوهش درباره سیستم های مورد مطالعه خواهد کاست.

۶- مسئله معرفی یک نظریه به عنوان یک نظریه تعمیم یافته علمی فقط از طریق یک روش شناسی جامع برای پژوهش و مطالعه سیستم ها امکان پذیر است که نظریه عمومی سیستم ها فاقد چنین روش شناسی می باشد. "ساختار به طور عام و ساختار یک سیستم کلی (همبسته) به طور خاص چیست؟ روش های شناخت آن کدامند؟ استراتژی بررسی ساختار چیست؟ (نظریه سیستم ها، مسائل فلسفی و روش شناختی، سادوسکی، بلاوبرگ، یودین، ترجمه کیومرث پریانی، ص ۶۶) این سؤالات نیز از آن دسته سؤالاتی هستند که این نظریه از نظر برخی صاحب نظران، هنوز نتوانسته است به آنها پاسخ مفصل و روشنی بدهد. در پایان این بخش به نقل قولی از توماس کوهن بسنده می کنیم. وی معتقد است: "انقلاب های علمی، هم بهره هایی دارند، هم زیان هایی و دانشمندان تمایل دارند که به ویژه نسبت به زیان ها نابینا باشند". (ساختار انقلاب های علمی، توماس کوهن، ترجمه سعید زیبا کلام، ص ۲۰۶)

نتیجه گیری

آنچه که در این مقاله مطرح شد، نظریه عمومی سیستم ها در سازمان بود که اولین بار در دهه ۱۹۵۰ میلادی توسط یک فیزیولوژیست آلمانی بنام لودویگ فان برتالفی در علم فیزیولوژی مطرح گردید. در بخش اول مقاله، پس از بررسی اصول و مبانی این نظریه، به تعریف سیستم و انواع طبقه بندی سیستم ها پرداخته شد که در میان آنها به یکی از مهمترین طبقه بندی ها، موسوم به طبقه بندی نه گانه که توسط اقتصاددانی بنام بولدینگ مطرح شده بود، اشاره گردید. سپس بحث سازمان در قالب یک سیستم و تفاوت میان سازمان های ارگانیکی و مکانیکی مطرح شد. در بخش دوم مقاله نیز به مبانی هستی شناسی، معرفت شناسی، روش شناسی و در پایان به نقد و تحلیل فلسفی نظریه عمومی سیستم ها و نقاط ضعف و قوت آن از دیدگاه صاحب نظران و تحلیل گران پرداخته شد. شایسته است در این بخش اشاره ای هم به هشدار کاتز و کان درباره نظریه عمومی سیستم ها شود. آنها می گویند

"تاکنون توهمی برای علوم اجتماعی به این گستردگی، پیوستگی و بی ثمری که طی آن از مدل زیستی و فیزیولوژیکی برای شناخت ساختارهای اجتماعی استفاده گردیده باشد، فلج کننده و دست و پاگیر نبوده است. استعاره موجود زنده، با مقایسه نپخته اجزای بدن موجود زنده با اجزای یک سیستم اجتماعی علی رغم ظرافتی که در خود نهفته دارد اما همان مقدار نیز گمراه کننده است". سیلورمن نیز معتقد است. "شاید ضروری است که تشابه میان سازمان و موجود زنده را کنار بگذاریم، سازمان ها شاید سیستم باشند، اما الزاما سیستم های طبیعی نیستند."

در اینجا باید اشاره ای هم به دستاوردهای مثبت این نظریه در پارادایم های سازمان و مدیریت داشته باشیم. این دستاوردها عبارتند از:

۱- بکارگیری و استفاده از علوم دیگر جهت تجزیه و تحلیل دقیق تر سازمان که در نظریه های قبلی چندان توجهی به آن نمی شد.

۲- کمک به نظریه های سازمان و مدیریت از طریق رفع نارسائی های نظریه های قبلی و کمک به نظریه بعد از خود یعنی نظریه مدیریت اقتضائی، زیرا نظریه پردازان مدیریت اقتضائی تمرکز صرف بر عملیات داخلی سازمان را کافی نمی دانند و تلاش برای شناخت خرده سیستم های سازمانی را برای تعامل با سیستم های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و فرهنگی محیط بیرونی ضروری میدانند که این مسئله نمایانگر کاربرد سیستم های باز مطرح در نظریه عمومی سیستم ها در نگرش اقتضائی می باشد.

در پایان در مورد کاربرد نظریه عمومی سیستم ها در سازمان ها می توان این گونه پیشنهاد کرد که محدودیت ها و کاستی های این نظریه را بپذیریم و تلاش کنیم تا با بهبود کاستی های آن، نگرش های کاملتر و جامع تری را برای بکارگیری آن فراهم نماییم و به قول آنا تول راپوپورت "از این نظریه استفاده کنیم اما در تعمیم آن به شدت مراقب و دقیق باشیم."

به طور کلی شاید بهتر باشد از نظریه های موجود نظیر نظریه عمومی سیستم ها کمال استفاده را ببریم و در انتظار ارائه کاملترین نظریه بنامیم چرا که کاملترین نظریه اساسا وجود ندارد و نخواهد داشت!

در پایان پر بدیهی است که در مقاله حاضر به دلیل محدودیت ها و بضاعت موجود به تمام ابعاد فلسفی و تحلیلی نظریه عمومی سیستم ها پرداخته نشده است و اندیشمندان و صاحب نظران محترم به یقین خواهند توانست با پژوهش های تکمیلی و آتی خود بویژه در حوزه کاربردی سازی این نظریه در سازمان ها، نسبت به رفع کاستی های آن اهتمام ورزند.

منابع

- هج، ماری جو. نظریه سازمان (مدرن، نمادین- تفسیری و پست مدرن). مترجم: دکتر حسن دانایی فرد. چاپ سیزدهم. انتشارات موسسه کتاب مهربان نشر ۱۳۹۸
- میرزائی اهرنجانی، حسن. مبانی فلسفی تئوری سازمان. انتشارات سمت ۱۳۹۳
- اقتداری، علیمحمد. سازمان و مدیریت - سیستم و رفتار سازمانی. چاپ نوزدهم. انتشارات مولوی تابستان ۱۳۶۷
- سادوسکی، وادیم نیکولایویچ - بلاوبرگ، ایگور ویکتوریچ- یودین، اریک گریگوریویچ. نظریه سیستم ها: مسائل فلسفی و روش شناختی. ترجمه کیومرث پریانی. چاپ اول نشر تندر ۱۳۶۱
- ابراهیم پور، حبیب. مبانی فلسفی تئوری های سازمان و مدیریت با رویکرد کارکردگرایی و ساختارگرایی. فرهنگ. مدیریت، سال چهارم، شماره سیزدهم، تابستان ۱۳۸۵ صفحه ۸۳-۱۱۲
- Morgan, Gareth. Images of organizations. sage publications, 1997
- Daft, Richard L. Organization Theory and Design Third Edition. West Publishing Company, 1989
- DuBrin, Ireland, Williams.. Management & Organization South Western Publishing C. 1989
- Bertalanffy, Ludwig. The History and Status of general Systems Theory. Academy of Management Journal, vol.15, No. 4, 1972
- Laszlo, Alexander & Krippner, Stanley. Systems Theories: Their Origins, Foundations, and Development. Systems Theories and A priori of Perception. Amsterdam: Elsevier Science, 1998. Ch. 3, pp. 47 -74.
- Kast, E. Fremont Rosenweig, E. James Rosenweig.. General System Theory: Applications for Theory: Organization and Management. Academy of Management Journal. 1972, December pp. 447 -465.
- www.business.illinois.edu/workining_papers/papers/10-0102.pdf: gabor, andrea & Mahoney, T. joseph. chester barnard and the system approach to nurturing organization.

تبیین مدل سطح‌بندی دوره‌های آموزش سازمانی با رویکرد تأثیر تحصیلات بر موفقیت شغلی

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۸/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۹/۳۰

کد مقاله: ۴۰۱۸۱

پرستو صلواتی^{۱*}، امیر بهبودی^۲، فاطمه سهرابی^۳

چکیده

در این پژوهش ضمن بررسی تأثیر تحصیلات بر موفقیت شغلی کارکنان مراکز درمانی، به تبیین مدلی برای سطح‌بندی آموزش سازمان در مرحله نیازسنجی آموزشی پرداخته می‌شود. پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی-همبستگی و از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل دو بخش است. در بخش اول با توجه به بزرگ بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و سپس نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است، بدین‌صورت که از میان مراکز درمانی مختلف مرکز بهداشت و درمان شهرستان درگز و گناباد و بیمارستان امام رضا (ع)، نمونه‌ای تصادفی از کارکنان و مدیران این مراکز درمانی به تعداد ۴۰ نفر موردبررسی قرار گرفتند. در بخش دوم با توجه به خطای کمتر خبرگان و محدود بودن زمان پژوهش، ۷ تن از اساتید مدیریت منابع انسانی دانشگاه‌های علامه طباطبائی، تهران و تربیت مدرس به‌عنوان خبره به‌منظور نظرسنجی در نظر گرفته شدند. با استفاده از نرم‌افزار SPSS و با به‌کارگیری آزمون همبستگی، ارتباط بین تحصیلات و دروس دانشگاهی با موفقیت شغلی بررسی گردید. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که دروس دانشگاهی (تحصیلات) بر موفقیت شغلی کارکنان به میزان ۲۴٪ تأثیرگذار است. از بین دروس اصلی، تخصصی و پژوهشی، دروس تخصصی به میزان ۵۵٪ نسبت به دروس پژوهشی با ۵۳٪ و دروس اصلی با ۴۳٪، بیشترین ارتباط را دارد. همچنین، از نرم‌افزار Expert Choice، جهت رتبه‌بندی شاخص‌های مورداستفاده در مدل سطح‌بندی آموزشی توسط خبرگان استفاده شد تا از اوزان به‌دست‌آمده برای هر شاخص در تبیین مدل سطح‌بندی آموزشی استفاده گردد.

واژگان کلیدی: منابع انسانی، آموزش سازمانی، موفقیت شغلی، سطح‌بندی آموزش، تحصیلات

۱- کارشناس ارشد برنامه ریزی درسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران
parastoo829@gmail.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران

۳- کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران

توسعه منابع انسانی به عنوان سرمایه های اصلی و عامل استراتژیک در کامیابی، ماندگاری و پایداری سازمان ها در سال های اخیر از سوی صاحبان، مدیران و کارشناسان سازمان ها، مؤسسات و شرکت های بزرگ دنیا مورد توجه قرار گرفته است، به گونه ای که امروزه ارزش سازمان ها را نه بر مبنای دارایی های مشهود بلکه بر مبنای میزان دانش منابع انسانی آن ها برآورد می کنند؛ به همین منظور گرایش و سرمایه گذاری در حوزه آموزش و توسعه منابع انسانی مهم ترین مسئله مدیران سازمان های بالنده و پویای امروزی است و بیش از سایر امور جلب توجه می نماید. در دنیای امروز که کارکنان و مدیران شاهد تغییرات روزگار هستند، کار اصلی به گونه ای به اجرا درمی آید که کارکنان همواره باید نوآوری های روزمره داشته باشند، به فراگیری چیزهای تازه بپردازند، پیوسته بازآموزی شوند و مهارت جدید بیاموزند (تقی پور ظهیر و دیگران، ۱۳۹۲). از طرفی تحقق جامعه دانش محور مستلزم وجود سازمان هایی است که تمام فرایندهای آن دانش آفرین باشد و کاربرد آن را سرلوحه کار خود قرار دهند. در این میان آموزش سازمان ها باید در استقرار ابتکار مدیریت دانش به عنوان قابلیت اصلی نسبت به بخش هایی دیگر سازمان ها پیشگام شده و نقش رهبری را در این زمینه ایفا نماید. هدف از فعالیتهای دانش مدار در یک سازمان، اطمینان از رشد فعالیت ها در جهت حفظ دانش حیاتی در همه سطوح و به کارگیری دانش موجود در همه چرخه ها، استفاده مداوم دانش مربوطه، توسعه دانش جدید از طریق یادگیری بر اساس تجارب درونی و دانش بیرونی می باشد (حسن لو و گلرد، ۱۳۹۷). آموزش فرآیند سیستماتیک تغییر رفتار کارکنان در یک جهت برای تحقق اهداف سازمانی است. آموزش فرایند یادگیری است که منجر به توسعه توانایی ها، اطلاعات، مهارت ها و نگرش کارکنان می شود. به منظور دستیابی به آموزش مؤثر، اولین گام تعریف مسئله است که با نیازسنجی آموزشی انجام می شود، زیرا که نیازسنجی در مدیریت سازمانی بسیار مهم می باشد. نیازسنجی آموزشی گام عملی دریافتن برنامه آموزشی مناسب برای سازمان و کارکنان است. هدف از نیازسنجی آموزشی تفاوت آنچه وجود دارد و آنچه برای عملکرد موفقیت آمیز نیاز می باشد است (آسترکی، ۱۳۹۴). آموزش، علاوه بر اینکه از حقوق اصلی و اولیه انسان است، رکنی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه نیز محسوب می شود. هرچه دانش و مهارت های کارکنان با نیازهای جامعه، پیشرفت های علمی و تغییرات فن آوری هماهنگی و انطباق بیشتری داشته باشد درجه اطمینان از موفقیت فرد و سازمان بالاتر می رود (زند و دیگران، ۱۳۹۲). در جهان امروز سازمانی می تواند ادعای رقابت با سایر سازمان ها را داشته باشد که نیروی انسانی آن ضرورت تغییر و تحول را درک نموده و برای بقا سازمان خود تلاش کند. آموزش مداوم کارکنان برای ارتقاء دانش و مهارت ضروری است تا توانایی آنان را برای رقابت افزایش دهد و از این رو لازم است که هر سازمانی نیروهایی باقابلیت بالا در بخش های مختلف داشته باشد. درواقع، هدف از آموزش آن است که توانایی کارکنان متناسب با نیازهای آتی سازمان و دستیابی به آن افزایش یابد و آموزش تأثیر عمده ای در بهبود عملکرد افراد دارد (حاجی لو و دیگران، ۱۳۹۶). به عبارت دیگر، آموزش و بهسازی منابع انسانی به عنوان یکی از استراتژی های اصلی سازمان ها برای سازگاری مثبت با شرایط تغییر قلمداد می شود و حیات سازمان ها تا حدود زیادی به دانش و مهارت های مختلف کارکنان بستگی دارد. آموزش ضمن خدمتی که با دوره های حساب شده ادامه یابد، ضمن کوشش در افزایش توان مهارت و دانش کارکنان، در حل مسائل و مشکلات محیط کار نیز چاره ساز است و می تواند به بقای سازمان خود، رقابت پذیری، اعتبار و شهرت آن بیفزاید. از این رو تلاش مستمر در بهبود کیفیت آموزش ضمن خدمت می تواند منافع قابل ملاحظه ای به همراه داشته باشد (رحیملو، ۱۳۹۵). بررسی ها نشان داده است که آموزش کارکنان منجر به حفظ تداوم و بقای سازمان می شود. برای مثال یک بررسی سه ساله در سنگاپور نشان داده است که ۱۷ درصد شرکت های تجاری و صنعتی این کشور ورشکست شده اند درحالی که این نسبت در مورد شرکت هایی که برنامه آموزش کارکنان را انجام داده اند کمتر از ۱ درصد بوده است. همچنین طبق آمار انجمن مدیریت آمریکا تا سال ۲۰۰۰ هفتاد و پنج درصد همه کارگران کنونی آن کشور نیاز به بازآموزی داشته اند. کشور سوئد نیز برای پاسخ گویی به چنین دگرگونی هایی سیاست فعال نگه داشتن نیروی انسانی را در پیش گرفته و سالانه دو تا سه درصد از تولید ویژه ملی خود را برای بازآموزی صاحبان مشاغل هزینه می کند (زند و دیگران، ۱۳۹۲). در شیوه های آموزش سنتی تأکید بر برگزاری و افزایش آمار فعالیت های آموزشی می باشد اما در آموزش پیشرفته امروزی نیازسنجی آموزشی سنگ زیربنای آموزش محسوب می شود و در اکثر سازمان ها تلاش می شود آموزشی متناسب با نیاز واقعی افراد ارائه گردد و ایجاد این تناسب موجب برانگیختگی نگرش، بینش و رفتار واقعی افراد خواهد شد (تقی پور ظهیر و دیگران، ۱۳۹۲). در بحث مدیریت آموزش سازمانی موارد مختلفی در نظر گرفته می شود؛ تعیین اهداف کمی، مشخص کردن خط مشی ها و سیاست های اجرایی، تعیین رویه ها، زمان بندی و تعیین منابع مورد نیاز اعم از انسانی، فیزیکی، مالی، قوانین و مقررات؛ اما در کنار همه این موارد، موضوع «سطح بندی» در مرحله نیازسنجی آموزش، یکی از اساسی ترین مواردی است که به حاشیه کشیده می شود و کمتر توجهی بدان می گردد. درواقع، آنچه در حوزه مدیریت آموزش سازمان در راستای هدف اصلی آموزش که توانمندسازی کارکنان، مدیران و کارشناسان می باشد و کمتر دیده می شود، بحث سطح بندی افراد به لحاظ یادگیری هایشان است. چنانچه استراتژی کلان سازمان، بهسازی نیروی انسانی و توسعه توانمندی

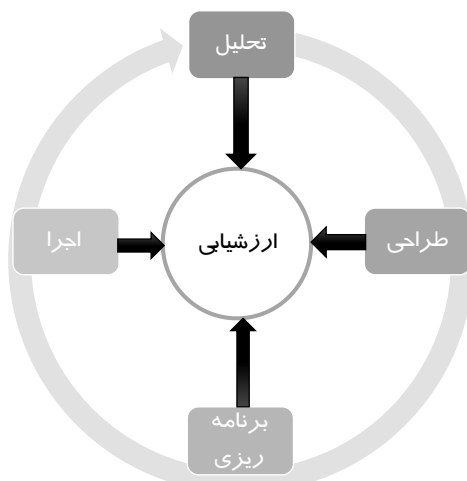
تخصصی ایشان باشد، در آن صورت یکی از سیاست‌های آموزشی متناظر با این استراتژی تلفیق مبانی نظریه‌ای علمی با عمل و کاربرد آن است؛ بنابراین سطح‌بندی آموزش افراد به لحاظ نوع آموزش داده‌شده به هر فرد ضرورت می‌یابد (رئوفی، ۱۳۸۳). نتایج حاصل از پایان‌نامه نجاتی (۱۳۹۵) نشان داد که اثربخشی دوره‌های آموزشی جز با موفقیت بین فردی، با موفقیت شغلی، موفقیت مالی و موفقیت سلسله مراتبی رابطه معناداری و مثبتی داشته است ولی اثربخشی دوره‌ها، بهبود عملکرد افراد را به دنبال نداشته است (نایب پور و دیگران، ۱۳۹۱). در تحقیق آسترکی (۱۳۹۴)، بین آموزش ضمن خدمت و توانمندسازی فردی، توانمندسازی سازمانی، تحقق اهداف سازمانی، کارایی کارکنان و نیازهای آموزشی کارکنان در میان کارکنان واحدهای دانشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی استان لرستان رابطه معنی‌داری وجود داشت. زندگی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی نیازهای آموزشی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شیراز» در راستای ارائه الگوی مناسب آموزشی و بهسازی منابع انسانی به این نتیجه دست یافتند که تفاوت معنادار آماری بین سطح موجود و مطلوب دانش، مهارت و نگرش کارکنان وجود دارد و شکاف بین وضعیت موجود و مطلوب ملموس و قابل تأمل است. حاجیلو و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی و شناسایی نیازهای آموزشی کارکنان شهرداری تهران در مورد مسائل زیست‌محیطی بر اساس مدل آموزشی مبتنی بر مدل DACUM پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین سطوح مختلف تحصیلی کارکنان تفاوت معناداری وجود دارد، به این معنی که کارکنان دارای دیپلم تحصیلی نیاز بیشتری به آموزش در مقایسه با دو گروه دیگر با تحصیلات لیسانس و بالاتر دارند. نایب‌پور و همکاران (۱۳۹۱) نیز در تحقیقی که به بررسی تأثیر آموزش تحصیلات تکمیلی انتظامی بر موفقیت شغلی دانشجویان پرداخته بودند، به این نتیجه رسیدند که دروس پژوهشی در مقطع تحصیلات تکمیلی، بیشتر از دروس اصلی و تخصصی در موفقیت شغلی افراد تأثیر داشته است. نتایج حاصل از تحقیق جمشیدیان و رضایی (۱۳۸۳)، گواهی بر این موضوع است که آموزش ضمن خدمت، نیروی انسانی را برای رسیدن به اهداف و مأموریت‌های سازمان تقویت می‌نماید، به‌علاوه موجب افزایش مهارت‌های شغلی نیروی انسانی اعم از مدیران و کارکنان می‌شود، حیطة دانش و معلومات مربوط به وظیفه کارکنان را گسترش داده و بر مهارت‌های شغلی آن‌ها می‌افزاید. در تحقیق رئوفی و تاریخی قوچانی دروس (۱۳۸۳) نیز مشخص شد که کارکنان آموزش‌دیده در برقراری روابط انسانی و ایجاد محیطی صمیمی نسبت به کارکنان آموزش ندیده عملکردی بهتر داشته و اثربخش‌تر هستند، همچنین کارکنان آموزش‌دیده در زمینه استقبال از تغییرات و نوآوری‌ها در سازمان عملکرد بهتری دارند، از طرفی کارکنان آموزش‌دیده در زمینه اعتماد به نفس در انجام امور نسبت به کارکنان آموزش ندیده از عملکرد بهتری برخوردارند و همچنین کارکنان آموزش‌دیده در زمینه رعایت شرح وظایف شغلی نسبت به کارکنان آموزش ندیده دارای عملکرد بهتری هستند. کاری (۱۳۸۳) نیز در پایان‌نامه خود به بررسی تأثیر آموزش عرضی افسران جز خراسان بر موفقیت شغلی آنان در دانشکده دافوس پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که آموزش ضمن خدمت؛ عملکرد شغلی، مهارت‌های شغلی و قدرت انطباق سازمانی و خانوادگی افسران را افزایش نداده است ولی بین سطح تحصیلات و موفقیت شغلی ارتباط وجود دارد.

اما چیزی که از آن به نیازسنجی آموزشی یاد می‌کنیم از مراحل پنج‌گانه فرآیند آموزش با رویکرد سیستمی (مدل ADDIE) است (Reiser, 2007). این مدل که به‌وسیله ارتش آمریکا در دانشگاه ایالت فلوریدا شکل گرفته است، در پنج مرحله به شرح زیر تدوین گشته است:

تجزیه و تحلیل: این مرحله شامل نیازسنجی، شناسایی مسئله، تحلیل آن و هدف‌گذاری می‌باشد.
طراحی: این مرحله دربردارنده اهداف یادگیری بر اساس اصطلاحاً تقابل اندازه‌گیری، مشخص نمودن اهداف یادگیری، مشخص کردن فعالیت‌های یادگیری و مشخص نمودن رسانه آموزشی می‌باشد.
برنامه‌ریزی: فرآیند ایجاد و آزمون تجارب یادگیری، این مرحله شامل آماده کردن مواد آموزشی آن‌گونه که در مرحله طراحی آمده است.

اجرا: ارائه تجارب یادگیری از طریق رسانه مناسب.

ارزشیابی: دربردارنده هم ارزشیابی تکوینی و نهایی و هم بازنگری می‌باشد (Clark, 2006).



شکل ۱. مدل طراحی آموزشی ADDIE (Reiser, 2007)

جهت برنامه‌ریزی آموزشی نیاز به اطلاعاتی درست و مطمئن داریم که می‌توان از طریق نیازسنجی آموزشی کسب کرد. از این روی در این پژوهش سعی شده است با تبیین مدلی برای سطح‌بندی آموزش افراد، در مرحله نیازسنجی آموزشی، اثربخشی و کارایی دوره‌های آموزش سازمان به لحاظ محتوای مورد انتظار از دوره‌ها افزایش یابد. همچنین، با بررسی ارتباط بین تحصیلات و موفقیت شغلی، از این عامل به‌منظور طراحی بخشی از برنامه آموزشی سازمانی با رویکرد سیستمی در مراکز درمانی استفاده گردد، به‌طوری‌که اثربخشی آموزش کارکنان این سازمان افزایش‌یافته و هزینه‌ای که صرف آموزش می‌گردد کارایی بیشتری نیز داشته باشد.

۲- روش‌شناسی

پژوهش حاضر توصیفی-پیمایشی-همبستگی و از نوع کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شامل دو بخش است. بخش اول کارکنان و مدیران شعب مراکز درمانی و بخش دوم خبرگان و متخصصان مدیریت منابع انسانی است. در بخش اول با توجه به بزرگ بودن جامعه آماری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و سپس نمونه‌گیری تصادفی استفاده شده است، بدین‌صورت که از میان مراکز درمانی مختلف مرکز بهداشت و درمان شهرستان درگز و گناباد و بیمارستان امام رضا (ع)، انتخاب‌شده و بدین ترتیب نمونه‌ای به‌صورت تصادفی از کارکنان و مدیران این مراکز درمانی به تعداد ۴۰ نفر موردبررسی قرار گرفتند. در بخش دوم با در نظر گرفتن این مسئله که خطای خبرگان و متخصصان کم‌تر است و با توجه به محدود بودن زمان پژوهش، ۷ تن از اساتید مدیریت منابع انسانی دانشگاه‌های علامه طباطبائی، تهران و تربیت مدرس به‌عنوان خبره به‌منظور نظرسنجی در نظر گرفته شدند. در این پژوهش از روش پیمایش با کمک ابزار پرسشنامه به‌منظور گردآوری داده‌ها استفاده گردید. روایی پرسشنامه‌ها توسط متخصصان مورد تأیید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه اول نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ عدد ۰.۸۲ به دست آمد و از آنجا که عددی بزرگ‌تر از ۰/۷ است پایایی آزمون نیز موردقبول است. در پرسشنامه اول داده‌های موردنیاز با طرح ۱۰ سؤال، برای آزمون فرضیه‌های پژوهشی، گردآوری شدند و با به‌کارگیری آزمون همبستگی پیرسون، ارتباط بین تحصیلات و دروس دانشگاهی با موفقیت شغلی بررسی گردید. پس‌از آن از خبرگان خواسته شد با در نظر گرفتن تحصیلات افراد، عواملی را که در سطح‌بندی دوره‌های آموزشی سازمان در مرحله نیازسنجی آموزشی تأثیرگذار می‌دانند اعلام کنند. بعد از جمع‌آوری نظرات خبرگان عواملی که بیشتر تکرار شده بودند، در اختیار خبرگان قرار گرفت تا بار دیگر نظر خود را در مورد عوامل پیشنهادی بازگو کنند، برای این کار پاسخ‌ها به‌صورت طیف لیکرت ۵ وضعیتی: موافق نیستم، کمی موافقم، متوسط، موافقم، خیلی موافقم، در نظر گرفته‌شده و با در نظر گرفتن میانگین نظر ایشان شاخص‌ها انتخاب گردیدند. همچنین جهت امتیازدهی به شاخص‌های به‌دست‌آمده از خبرگان خواسته شد تا شاخص‌ها را با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)^۱، اولویت‌بندی کنند تا بدین‌صورت با استفاده از اوزان به‌دست‌آمده، وزن هر یک از شاخص‌ها در تبیین فرآیند سطح‌بندی لحاظ گردد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار آماری SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی استفاده شد. همچنین از نرم‌افزار Expert Choice، جهت رتبه‌بندی شاخص‌های مورد استفاده در مدل سطح‌بندی آموزشی توسط خبرگان استفاده شد.

1. Analytical Hierarchy Process

۳- یافته‌های تحقیق

به‌منظور این گمانه که دروس دانشگاهی بر موفقیت شغلی کارکنان مراکز درمانی تأثیرگذار است، از تحلیل همبستگی پیرسون استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۱) آمده است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده ارتباط معنادار و مستقیمی بین دروس اصلی، دروس تخصصی و دروس پژوهشی با موفقیت شغلی کارکنان شعب مراکز درمانی وجود دارد.

جدول ۱- شناسایی ارتباط بین متغیرهای مطالعه با موفقیت شغلی

متغیرها	موفقیت شغلی	
	شدت همبستگی*	سطح معناداری
دروس تخصصی	۰,۵۵۴	۰,۰۰۰
دروس اصلی	۰,۴۳۵	۰,۰۰۲
دروس پژوهشی	۰,۵۳۵	۰,۰۰۰

*همبستگی بین متغیرها در سطح معنی‌داری ۱ درصد

همچنین، از تکنیک رگرسیون به‌منظور تأثیر ارتباط بین تحصیلات با موفقیت شغلی استفاده گردید. مطابق جدول (۲) تحصیلات به میزان ۲۴٪ بر موفقیت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.

جدول ۲- خلاصه رگرسیون چندگانه به‌منظور شناسایی تأثیر دروس دانشگاهی بر موفقیت شغلی

متغیر وابسته	متغیر مستقل	B	Beta	t	Sig	R2	AdR2
موفقیت شغلی	دروس دانشگاهی	۰,۵۳۵	۰,۵۰۷	۳,۶۳۰	۰,۰۰۱	۰,۲۵۸	۰,۲۳۸

چنانچه نتایج جدول (۲) نشان می‌دهد، دروس دانشگاهی (تحصیلات) بر موفقیت شغلی کارکنان شعب مراکز درمانی تأثیرگذار بوده و ۲۴ درصد از تغییرات آن را تبیین می‌نماید. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و با در نظر گرفتن فاکتور تحصیلات و عنایت به نظر خبرگان از طریق دو بار نظرسنجی از خبرگان حوزه مدیریت منابع انسانی، ۴ شاخص: سابقه مرتبط، مقطع تحصیلی، سطح سازمانی و ارتباط تحصیلی با دوره به‌عنوان شاخص‌های تعیین‌کننده سطح‌بندی دوره‌های آموزشی در مرحله نیازسنجی آموزشی در نظر گرفته شدند. سپس جهت وزن دهی شاخص‌های مدل سطح‌بندی آموزشی افراد از روش تحلیل سلسله مراتبی استفاده گردید که نتایج رتبه‌بندی به کمک نرم‌افزار Expert Choice، در شکل (۲) آمده است.



شکل ۲- اوزان شاخص‌های سطح‌بندی آموزشی

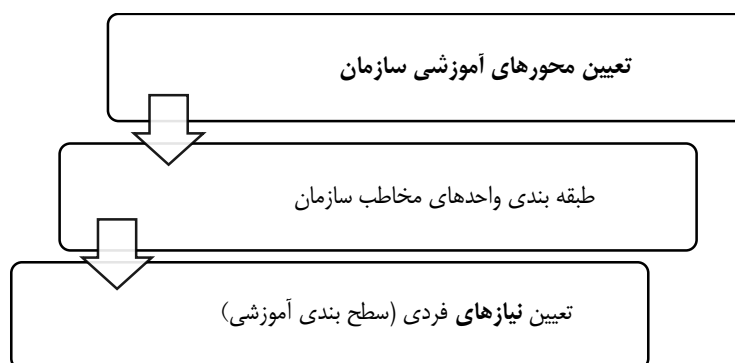
برای تسهیل در فرآیند سطح‌بندی آموزشی، با رند کردن اوزان به‌دست‌آمده، وزن هر یک از شاخص‌ها مطابق با جدول (۳) در نظر گرفته شد:

جدول ۳- اوزان شاخص‌های سطح‌بندی

شاخص	وزن شاخص
سابق کار مرتبط	۰,۳۵
مقطع تحصیلی	۰,۱۵
سابقه مرتبط سطح سازمانی	۰,۲
ارتباط تحصیلی با دوره	۰,۳
مجموع	۱

از طرفی، سطح‌بندی دوره‌ها به‌منظور تفکیک دوره‌های آموزشی، متناسب با نیاز افرادی که قرار است تحت آموزش قرار گیرند، صورت می‌پذیرد. این سطح‌بندی شامل سه سطح به شرح زیر می‌باشد:
سطح یک (تئوریک): دوره‌های که در این سطح برگزار می‌شود شامل مفاهیم اولیه و آکادمیک هست.

سطح دو (کاربردی): در این سطح مفاهیم و مقدمات به صورت خلاصه گفته می شود و بیشتر به مباحث کاربردی و عملیاتی توجه می شود.
سطح سه (کلان): در این سطح به مسائل راهبردی و کلان توجه می شود.



شکل ۳- نیازسنجی آموزشی

با در نظر گرفتن شاخص هایی که از طریق نظرسنجی خبرگان مدیریت منابع انسانی به دست آمد، هریک از این شاخص ها به ۵ دسته تقسیم بندی شده، برای هر یک از دسته ها امتیازی لحاظ شده است که کمترین آن امتیاز ۳ و بیشترین آن امتیاز ۱۵ است. جدول (۴) دسته بندی و امتیاز هر دسته را نشان می دهد. (وزن هر یک از شاخص ها برای جلوگیری از خطای محاسبه در عدد ۱۰ ضرب شد).

جدول ۴- دسته بندی شاخص ها و امتیاز بندی هر دسته

وزن	امتیاز هر دسته					شاخص
	۱۵	۱۲	۹	۶	۳	
۳,۵	۱۵ به بالا	۱۵-۱۰	۱۰-۵	۵-۲	۲-۰	سابقه کاری مرتبط (برحسب سال)
۱,۵	دکتری	ارشد	کارشناسی	کاردانی	دیپلم	مقطع تحصیلی
۲	مدیریت عالی	مدیریت میانی	سرپرستی	کارشناسان	کارکنان	سطح سازمانی
۳	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	ارتباط رشته تحصیلی با دوره

با استفاده از امتیازات جدول (۴) و وزن هر شاخص، فرآیند سطح بندی دوره های آموزشی شکل می گیرد. برای سطح بندی کافی است با توجه به اطلاعات هر فرد که قرار است مورد آموزش قرار گیرد، امتیاز هر شاخص برای وی را در وزن آن شاخص ضرب کرد. به طور مثال فردی را در نظر بگیرید که دارای سابقه کاری ۴ ساله، مدرک تحصیلی کارشناسی، سطح سازمانی کارشناس و ارتباط رشته تحصیلی وی با دوره متوسط باشد به شرح زیر سطح آموزش دوره مورد نظر برای وی مشخص می گردد:

$$۶۴,۵ = ۳,۵ * ۳ + ۱,۵ * ۶ + ۲ * ۲ + ۳ * ۳$$

حال مطابق با جدول (۵) عدد به دست آمده را با سطح مورد نظر تطبیق می دهیم:

جدول ۵- امتیاز بندی سطوح آموزشی

۱۵۰-۱۰۱	۱۰۰-۵۱	۵۰-۱
سطح سه	سطح دو	سطح یک

بنابراین برای آموزش فرد مورد نظر با توجه به عدد به دست آمده (۶۴,۵) دوره آموزشی در سطح دو قرار می گیرد به این معنا که دوره مورد نظر به لحاظ آموزشی باید به صورت کاربردی و عملیاتی باشد.

نتیجه‌گیری

با توجه به تغییرات سریع علم و دانش و پیچیده شدن فضای رقابتی، فراگیری دانش علوم جدید به ضرورتی برای حیات سازمان‌ها تبدیل شده است و تربیت نیروی انسانی کارآمد بیش از پیش احساس می‌گردد، به‌طوری‌که به‌عنوان دغدغه‌ای برای سازمان‌های بزرگ محسوب می‌شود. شواهد زیادی در دست است که نشان می‌دهد بهسازی کارکنان فرآیندی است که از طریق آموزش انجام می‌شود. آموزش و بهسازی مجموعه‌ای از تلاش‌های برنامه‌ریزی شده یک سازمان برای تسهیل یادگیری کارکنان در خصوص شایستگی‌های شغلی آن‌ها می‌باشد (رحیملو، ۱۳۹۵). آموزش کارکنان فرآیندی است برای سازگاری آنان برای تحول سازمانی و انطباق با محیط بیرونی، بنابراین برنامه‌های آموزش کارکنان نیازی حیاتی برای همه سازمان‌هاست. سازمان‌ها با موجهی از اطلاعات و دانش روبرو هستند و تجهیز افراد سازمان به دانش روز از اهداف مهم سازمان‌ها و مهم‌ترین سلاح رقابتی است (تقی پور ظهیر و دیگران، ۱۳۹۲). از طرفی برنامه‌های آموزشی اثربخشی سازمانی کارکنان را افزایش می‌دهد، منجر به ارتقای خبرگی کارکنان شده و مهارت‌های میان فردی آنان را توسعه می‌دهد. ارزیابی نیازهای آموزشی اولین گام طراحی برنامه‌های آموزشی است که به افراد و گروه‌ها کمک می‌کند تا فعالیت‌هایشان را رضایت‌بخش و در جهت تحقق اهداف معمول سازمان انجام دهند که می‌تواند موجب افزایش روحیه کارکنان شده و به‌عنوان محرک عمل نماید و کارایی کارکنان را در انجام وظایف افزایش دهد (Sian & Khanna, 2020). برنامه‌های آموزش کارکنان در یک سازمان می‌تواند نیاز به نیروی انسانی متخصص در آینده را نیز رفع کند و تضمینی برای حل مشکلات کارکنان باشد. هدف نظام آموزش و بهسازی در یک سازمان به‌عنوان یکی از کارکردهای مهم مدیریت منابع انسانی، فراهم آوردن زمینه‌ای است که بر اساس آن توانایی‌های بالقوه افراد به فعل درآید و استعدادها را شکوفا گردد (بیات، ۱۳۹۶). باوجوداین، به‌رغم ارزش استراتژیک آموزش در بهسازی منابع انسانی و توسعه سازمان، هر نوع آموزش و با هر کیفیت، به چنین نتایجی دست نمی‌یابد. یک دلیل این است که در دوره‌های آموزشی همه اهداف تحقق نمی‌یابد، به این معنا که اثربخشی آن صددرصدی نیست؛ بنابراین بدیهی است که جستجو برای یافتن راهکارهای ارتقا اثربخشی دوره‌ها، یک موضوع چالشی برای مدیران واحد آموزش است. لذا اثربخشی و کارایی دوره‌های آموزشی اهمیت بسزایی برای سازمان‌ها در پی دارد، چراکه سازمان‌ها با صرف هزینه و زمان برای کارکنان سعی در بهبود توانمندی‌های آن‌ها داشته تا توانمندی آن‌ها منجر به افزایش موفقیت سازمان گردد. ازاین‌رو در این پژوهش، با در نظر گرفتن رابطه تحصیلات بر موفقیت شغلی کارکنان شعب مراکز درمانی، ضمن تحلیل دروس دانشگاه و تحصیلات بر موفقیت شغلی با رویکرد به بعد تحصیلات کارکنان، مدلی برای فرآیند برنامه‌ریزی آموزش سازمان ارائه شده است. مدلی که با تمرکز بر بحث نیازسنجی آموزشی کارکنان باهدف افزایش بهره‌وری دوره‌های آموزش سازمانی و بالا بردن یادگیری سازمان به سطح‌بندی دوره‌های آموزش سازمانی می‌پردازد، به‌این ترتیب که با توجه به فاکتورهای تعیین‌شده و اهمیت و وزن آن‌ها و درنهایت امتیاز به‌دست‌آمده، دوره آموزشی متناسب با هر فرد تعیین می‌شود. همچنین، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که دروس دانشگاهی (تحصیلات) بر موفقیت شغلی کارکنان به میزان ۲۴٪ تأثیرگذار است. از بین دروس اصلی، تخصصی و پژوهشی، دروس تخصصی به میزان ۵۵٪ نسبت به دروس پژوهشی با ۵۳٪ و دروس اصلی با ۴۳٪، بیشترین ارتباط را دارد. ازاین‌رو هرچه کارکنان تخصص و خبرگی بیشتری داشته باشند، در شغل و انجام وظایف نیز موفق‌تر خواهند بود؛ که نتایج حاصل از این تحقیق به‌نوعی با پژوهش حاجیلو و همکاران (۱۳۹۶)، نایب پور و همکاران (۱۳۹۱) و کاری (۱۳۸۳) همسو می‌باشد. امید است تا با در نظر گرفتن تحصیلات افراد در برگزاری دوره‌های آموزشی اثربخشی و کارایی دوره‌ها بیش از قبل افزایش یابد.

منابع

- تقی پور ظهیر علی، نادری عزت‌الله، کیخسروی ابوذر، (۱۳۹۲)، «نیازسنجی آموزشی مدیران و کارکنان شرکت مهندسی مشاور مهتاب قدس در حوزه مدیریت دانش»، فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی، سال پنجم، شماره دوم، ۱۸، صص ۳۷-۵۰.
- حسن لو ام‌البین و گلرد پروانه، (۱۳۹۷)، «بررسی رابطه مدیریت دانش و بهره‌وری سازمان با نقش واسطه‌ای نوآوری در اداره کل آموزش و پرورش استان زنجان»، مجله توانمندسازی سرمایه انسانی، شماره ۳، دوره ۱، صص ۲۲۵-۲۳۵.
- آسترکی مرضیه، (۱۳۹۴)، «رابطه بین دوره های آموزش ضمن خدمت و کارائی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی استان لرستان»، نوآوری های مدیریت آموزشی، دوره ۱۰، شماره ۴، شماره پیاپی ۴۰، صص ۲۹-۱۹.
- زندی بهمن، موسوی نژاد روح الله، احمدی قراچه محمدعلی، جمالزاده محمد، (۱۳۹۲)، «بررسی نیازهای آموزشی کارکنان دانشگاه علوم پزشکی شیراز در راستای ارائه مناسب الگوی آموزشی و بهسازی منابع انسانی»، فصلنامه علمی دانشگاه علوم پزشکی تربت حیدریه، دوره اول، شماره ۲، صص ۷۰-۷۶.
- حاجی لو آرزو، بهمن پور هومن، زعیم دار مژگان، (۱۳۹۶)، «شناسایی نیازهای آموزشی محیط زیستی کارکنان و ارایه الگوی آموزشی براساس مدل DACUM (مطالعه موردی: شهرداری منطقه ۲ تهران)». فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۲۰(۶)، صص ۲۸۳-۲۶۷.
- جمشیدیان رضایی، (۱۳۸۳)، «آموزش ضمن خدمت و تاثیر آن بر افزایش کارایی در بخش پلیس»، فصلنامه علوم انسانی دانشگاه اصفهان، ۹، صص ۸۴-۷۵.
- رثوفی محمد حسین، تاریخی قوچانی دروس امیر، (۱۳۸۳)، «تأثیر آموزش ضمن خدمت بر میزان کارایی و بهره وری مدیران و کارکنان مدارس»، مطالعات تربیتی و روانشناسی، دوره ۵، شماره ۱، صص ۷۹-۶۷.
- نایب پور محمد، ذوقی لیلا، صالحی سهراب، (۱۳۹۱)، «بررسی تأثیر آموزش تحصیلات تکمیلی انتظامی بر موفقیت شغلی دانشجویان»، انتظام اجتماعی، دوره ۴، شماره ۳، صص ۱۴۴-۱۲۷.
- خوشنویس زاده محمدرضا، (۱۳۸۷)، «اهمیت آموزش های ضمن خدمت در سازمان ها».
- کاری حبیب، (۱۳۸۳)، «بررسی میزان تأثیر آموزش عرضی افسران جز خراسان بر موفقیت شغلی آنان». پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده فرماندهی ستاد دانشگاه علوم انتظامی.
- بیات سمیه، (۱۳۹۶)، «تأثیر آموزش ضمن خدمت بر عملکرد کارکنان شهرداری منطقه ۹ تهران»، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور استان تهران، مرکز پیام نور تهران جنوب.
- رحیملو رضا، (۱۳۹۵)، «تأثیر آموزش ضمن خدمت معلمان بر عملکرد آنان (مطالعه موردی دبستان های منطقه چهار آموزش و پرورش تهران)»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ایوان کی، دانشکده صنایع و سیستمها
- نجاتی طاهره، (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه بین اثربخشی دوره های آموزش ضمن خدمت با موفقیت کارراهه شخصی در یکی از سازمان های وابسته به وزرات نیرو»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.
- Sain, S & Khanna, A. (2020). Training Needs Assessment: Importance and Relevance, Studies in Indian Place Names (UGC Care Journal), ISSN 2394-3114 Vol.40 Issue 10, February 2020 JTA Multidisciplinary International Conference 2020, Jamia Millia Islamia, New Delhi.
- Reiser, R. (2007). Trend and Issues in Instructional Design and Technology. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Clark, D. (2006). Introduction to Instructional System Design.

بررسی نقش گردش شغلی در توانمندسازی و خلاقیت کارکنان (مورد مطالعه: صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر کشور)

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۹/۱۶

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۱۶

کد مقاله: ۲۸۸۴۲

حاتم شکری^۱

چکیده

امروزه جریان توانمندسازی و خلاقیت و نوآوری در سازمان به عنوان یک راهبرد مناسب برای تطبیق سازمان‌ها با شرایط پیچیده محیط فعالیت خود می‌باشد. در حقیقت امروزه شعار "فنا می‌شوید اگر خلاق نباشید" برای سازمان‌ها یک هشدار جدی است. همچنین موفقیت در دنیای رقابتی، از آن شرکت‌های بیمه‌ای است که کارکنان خلاق‌تر، متعهد و وفادار را بزرگ‌ترین سرمایه خود بدانند. هدف اصلی پژوهش بررسی نقش گردش شغلی در توانمندسازی و خلاقیت کارکنان شرکت های بیمه با تأکید سازمان‌های هولوگرافیک در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر هست. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی پیمایشی می‌باشد، جامعه آماری در این تحقیق جامعه آماری در این تحقیق کلیه کارکنان مدیران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر کشور می‌باشند، نمونه آماری این مطالعه شامل ۱۴۰ نفر است. ابزار گردآوری اطلاعات این پرسشنامه است. داده های این پژوهش با استفاده از آزمون همبستگی و رگرسیون داده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین گردش شغلی و توانمندسازی و خلاقیت کارکنان مدیران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین خلاقیت و توانمندسازی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: گردش شغلی، خلاقیت، توانمندسازی

سازمان‌ها برای بقا و تداوم نقش مثبت و سازنده خود نیازمند افکار، اندیشه‌ها و نظرات نو و تازه هستند تا با دریافت دیدگاه‌های نو بتوانند پویایی خود را تضمین کنند؛ وگرنه به زوال و نابودی محکوم خواهند شد همچنانکه مقاومت سازمان‌ها در مقابل تغییرات و تحولات مختلف محیطی موجب حذف آنها و یا کم رنگ شدن نقششان شده و حتی در ادامه قادر به حفظ وضع موجود نیز نخواهند بود. امروزه جریان نوجویی و خلاقیت و نوآوری در سازمان به‌عنوان یک راهبرد مناسب برای تطبیق سازمان‌ها با شرایط پیچیده محیط فعالیت خود می‌باشد. در حقیقت امروزه شعار "فنا می‌شوید اگر خلاق نباشید" برای سازمان‌ها یک هشدار جدی است (الوانی، ۲۰۰۷). یکی از عوامل موثر در بروز خلاقیت در سازمان، زمینه سازی و بستر سازی در جهت ایجاد فرهنگی است که در آن کارکنان در تلاش برای رشد استعدادها و بروز داشته‌های ذهنی خود برآیند تا با تاثیر پذیری و تاثیر گذاری بر افکار یکدیگر و تکمیل ایده‌ها بتوانند پیشرفت سازمان متبوع و در کل به پیشرفت جامعه کمک کنند. از شرایط لازم برای پدیدار شدن افکار نو، وجود آرامش در محیط سازمان برای تفکر عمیق کارکنان می‌باشد. خلاقیت هم به استعداد فرد و داشته‌های ذهنی افراد نیاز دارد و هم به محیط مناسب برای بروز این استعدادها وابسته است. یکی از چالش‌های مهم مدیران عصر حاضر در صنعت بیمه عدم استفاده کافی از منابع فکری، توان ذهنی و ظرفیت‌های بالقوه منابع انسانی است. همچنین عدم چرخش شغلی مناسب در سازمان است. در اغلب سازمان‌ها از توانایی‌های کارکنان استفاده بهینه نمی‌شود و مدیران قادر نیستند ظرفیت‌های بالقوه آنان را بکار گیرند؛ به عبارت دیگر با اینکه افراد توان بروز خلاقیت و ابتکار بیشتری را دارند اما در محیط سازمانی به دلایلی از این قابلیت‌ها به طور مطلوب بهره‌برداری نمی‌شود.

گردش کارکنان در سازمان یکی از ابزارهای موثر مدیریت اثربخش بوده و معمولاً به صورتهای مختلف انجام می‌گیرد. ترفیع انتقال، گردش در مشاغل و جدایی موقت یا دائم از خدمت، گردش عمده منابع انسانی در سازمان به حساب می‌آید. انتصاب صحیح از جمله اقداماتی است که در کاربرد مطلوب منابع انسانی می‌تواند نقش اساسی ایفا نماید؛ اما انتصاب هرگز برای ابد انجام نمی‌شود. بلکه بر اساس شایستگی‌ها، تجربیات و دانشی که افراد در طول خدمت کسب می‌کنند باید به مشاغل بالاتر ارتقاء یافته و یا اینکه در مشاغل با مسئولیت‌های مختلف جابجا شوند. گردش‌های عمودی (ترفیع و تنزیل) و گردش‌های افقی (انتقال) و سایر گردش‌ها، اگر به طور صحیح و منظم انجام شود، نه تنها اثربخشی منابع انسانی را بالا می‌برد، بلکه سازمان را از رکود و یکنواختی خارج کرده و باعث رضایت کارکنان و در نتیجه افزایش کارایی و اثربخشی موسسه می‌گردد (میر سپاسی، ۱۳۸۲، ص ۳۷۱) گردش شغلی به‌عنوان روشی از طراحی شغلی در نظر گرفته می‌شود که کارمندان مهارت‌های شغلی را از بخش‌های مختلف یاد می‌گیرند و خستگی ناشی از وظایف شغلی تکراری را با ایجاد تغییر در وظایف برطرف می‌کنند. اندیشمندان مدیریت تحول و بهسازی سازمان، توانمندسازی منابع انسانی را به‌عنوان یک راهبرد اثرگذار به عملکرد و بهسازی انسانی معرفی نموده‌اند و معتقدند که توانمندسازی منابع انسانی یکی از نگرش‌های عصر جدید است که امروزه توسط سازمان‌ها به کار گرفته می‌شود و در واقع پاسخ به نیاز حیاتی مدیریت معاصر است (کین لاو، ۱۹۹۸). از آنجا که امروزه مبحث توانمندسازی در سازمان‌ها از اهمیت فزاینده‌ای یافته است با توجه به تعدد صندوق‌های بیمه‌های اجتماعی و رشد چشم‌گیر رقابت در صنعت بیمه و تأکید بر اهمیت توانمندسازی صندوق‌های بیمه اجتماعی علل‌الخصوص صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر بیش از پیش ضرورت پیدا می‌کند. لذا توجه به بحث تواناسازی روان‌شناختی کارکنان نه تنها مفید می‌باشد بلکه به یک ضرورت و الزامی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است؛ و با توجه به این الزام به نظر می‌رسد که بین گردش شغلی، توانمندسازی کارکنان و خلاقیت در صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر با تأکید بر ساختار سازمانی رابطه معنا داری وجود دارد و همچنین ضرورت و اهمیت پرداختن به خلاقیت در در سازمان‌ها امروزه بر کسی پوشیده نیست و خلاقیت به‌عنوان مزیت رقابتی در عملکرد شرکت‌ها و مدیریت اثر بخش مطرح است. تحقیقات نشان داده که کسب و کارهایی موفق هستند که از خلاقیت بیشتری برخوردار باشند. شواهد مختلفی وجود دارند که سازمان‌ها تحت تاثیر خلاقیت رشد فراوانی را داشته‌اند به دلیل اهمیت و تاثیر گذاری بسیار زیاد خلاقیت بر رشد و توسعه سازمان همواره افزایش خلاقیت در سازمان یکی از موضوعات مورد تحقیق بوده است. از آنجاکه هولوگرافی یک مفهوم مهمی است لازم بود تا برای بررسی تاثیر آن بر خلاقیت ابتدا ابعاد و مولفه‌های اصلی هولوگرافی شناسایی و در مرحله بعد بررسی شود که چه ابعادی از هولوگرافی بر خلاقیت تاثیر گذار هستند تا از طریق تقویت آنها در سازمان خلاقیت بهبود یابد و با افزایش میزان توانمندی کارکنان مزیت رقابتی در بین شرکت‌های بیمه ایجاد شود.

به هر حال این نتایج اتفاقی و غیر ارادی به دست نمی‌آیند برای عملی کردن این قبیل رویکردهای مدیریتی، توانمندسازی بایستی احساس نیاز به توانمندسازی را در بین کارکنان پرورش دهند و در نهایت رفتارهای کارکنان را با چرخش شغلی مناسب در جهت نتایج مورد انتظار برانگیزانند. لذا در این تحقیق به بررسی نقش گردش شغلی در توانمندسازی و خلاقیت کارکنان صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر می‌پردازیم.

۲- مبانی نظری

۱-۲- جابجایی شغلی (گردش شغلی)

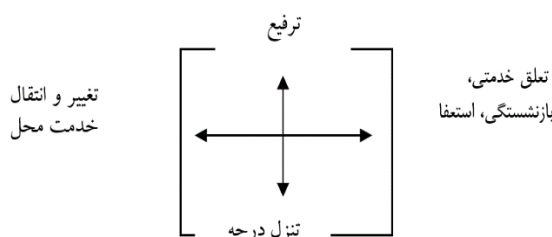
منظور از گردش، تغییر شغل کارمند- مدیر است که به اشکال ترفیع، تنزل درجه، استعفاء و بازنشستگی و اخراج و براساس قوانین و مقررات صورت می گیرد. چرخش شغلی اشاره به جنبش منظم کارمندان از یک شغل به شغل دیگر و یا هر گونه تغییر در تخصیص، محتوای کار و یا بخش در درون سازمان است.

هم چنین می توان آن را یک تغییر سیستماتیک در کارمند دانست که به وسیله انتقال وی بین مناطق مختلف مسئولیت به منظور افزایش تجربه کارکنان در کار تصور کرد (لازیم و همکارن، ۲۰۱۳). گردش صحیح پرسنل در مشاغل مختلف باعث می شود که تناسب مشاغل با شاغلین آن ها به طور مستمر حفظ شود. با توجه به این که انسان در جهت تعالی و تکامل حرکت می کند، ثابت نگه داشتن مداوم پرسنل در پست ها و مشاغل سازمانی نه به نفع سازمان و نه به نفع کارکنان آن می باشد.

گردش کارکنان در سازمان یکی از ابزارهای موثر مدیریت اثربخش بوده و معمولاً به صورت های مختلف انجام میگیرد. ترفیع، انتقال، گردش در مشاغل و جدایی موقت یا دائم از خدمت، گردش عمده منابع انسانی در سازمان به حساب می آید. انتصاب صحیح از جمله اقداماتی است که در کاربرد مطلوب منابع انسانی می تواند نقش اساسی ایفا نماید؛ اما انتصاب هرگز برای ابد انجام نمی شود. بلکه بر اساس شایستگی ها، تجربیات و دانشی که افراد در طول خدمت کسب می کنند باید به مشاغل بالاتر ارتقاء یافته و یا این که در مشاغل با مسئولیت های مختلف جابجا شوند. گردش های عمودی (ترفیع و تنزیل) گردش های افقی (انتقال) و سایر گردش ها، اگر به طور صحیح و منظم انجام شود، نه تنها اثربخشی منابع انسانی را بالا می برد، بلکه سازمان را از رکود و یکنواختی خارج کرده و باعث رضایت کارکنان و در نتیجه افزایش کارایی و اثربخشی موسسه می گردد (میر سپاسی، ۱۳۸۲، ص ۳۷۱).

از دیدگاه مدیریت منابع انسانی، بسیاری از محققان چرخش شغلی در چشم انداز گسترده تر توضیح داده اند. به عنوان مثال، نئو و فورد در سال ۱۹۹۲ چرخش شغلی را به عنوان فرصت هایی برای کارمند توضیح داده اند که برای به دست آوردن یک درک کلی از اهداف سازمانی، تولید یک دانش گسترده تر از مناطق مختلف عملکردی، به منظور توسعه شبکه هایی از تماس های سازمانی و به منظور ارتقاء مهارت های کارکنان تلقی کرده اند. به همین منظور است که در این استدلال کارکنان می توانند از اطلاعات و مهارت های به دست آمده در یک کار به منظور بهبود عملکرد خود را در کارهای دیگر استفاده کنند. بخش عمده ای از این آموزش بین وظیفه از طریق چرخش شغلی در داخل و بین تیم های کاری در بخش تولید، مدیریت و بازاریابی در یک سازمان صورت می گیرد (لازیم و همکارن، ۲۰۱۳).

گردش از لحاظ سازمانی به چهار نوع کلی بالا، پایین، افقی و خارج از سازمان تقسیم می شود. همان طور که در شکل مشاهده می شود اشکال مختلف گردش با این چهار نوع مذکور این گونه مطابقت داده شده اند (سعادت، ۱۳۸۴، ص ۳۴). ترفیع (بالا)، تنزیل درجه (پایین)، انتقال و تغییر محل خدمتی^۱ (افقی)، تعلیق خدمتی، اخراج و استعفا (خارج از سازمان).



نمودار ۱. انواع گردش در سازمان

لازم به ذکر است برنامه های کاربردی مربوط به طراحی شغل با رویکرد مدیریت علمی در سال ۱۹۰۰ شروع به شکل گرفتن کرد. مطالعه دانشمندان مدیریت مانند تیلور و گیلبرت در موضوع طراحی شغل سنگ بنای مدیریت علمی شد. مدل های مربوط به طراحی شغل؛ چرخش شغلی، بزرگ شدن شغل، غنی سازی شغل، مهندسی شغل، کیفیت کاری، رویکرد پردازش اطلاعات اجتماعی و ویژگی های کار طبقه بندی بود. رویکردی که توسط هاکنم و اولدمن در سال ۱۹۷۶ بود، اثرات بسیار مهمی در افزایش بهره وری از منابع انسانی داشت.

1- Relocation

۲-۲- توانمندسازی

بیشتر مدیران تصویری کنندبامفهوم توانمندسازی آشنا هستند؛ درحالی که فقط تعدادمحدودی از آنان با مفهوم وکاربردآن آشنایی دارند. بسیاری از سازمان‌ها علاقه مندند فرایند توانمندسازی را اجراکنند؛ زیرامعتقدندکارکنان توانمند می توانند در نیل به اهداف سازمانی موثر عمل کنند (ابطحی وعابسی، ۱۳۸۶:۱). توانمندسازی یعنی، پیش ازآنکه به کارکنان بگوئید چه کار انجام دهند آنها بتوانند وظایفشان را به خوبی درک کنند (خسروی پوروموسوی، ۱۳۹۱:۲۱).

پویسانت نیز تواناسازی را شامل تقویت مهارت کارکنان و ایجاد اعتمادبه نفس درآنهانسبت به خودشان و تلاش درجهت اثربخشی فعالیتهای سازمان می‌داند (قربانی، ۱۳۹۱:۱۸۷). تواناسازی به این معنی است که افراد را به طور ساده تشویق کنیم تا نقش فعال تری در کار خود ایفا نمایندو تا آنجا پیش روند که مسوولیت بهبود فعالیت خود را به عهده گیرند و بدون مراجعه به مسوولان بالاتر بتوانند تصمیماتی کلیدی اتخاذ نمایند (مصلحی و سموعی، ۱۳۹۱:۶). واژه انگلیسی Empower در فرهنگ فشرده آکسفورد (قدرتمند شدن، مجوزدادن، قدرت بخشیدن و تواناشدن) معناشده است. این واژه دراصطلاح، دربرگیرنده قدرت وآزادی عمل بخشیدن برای اداره خوداست ودر مفهوم سازمانی به معنای تغییردرفرهنگ و شهامت در ایجاد و هدایت یک محیط سازمانی است؛ به بیان دیگر، توانمندسازی به معنای طراحی ساختارسازمان است به نحوی که درآن افرادضمن کنترل خود، آمادگی پذیرش مسئولیتهای بیشتری رانیزداشته باشند. توانمندسازی درکارکنان شرایطی را ایجاد میکندکه آنان زندگی کاری خودرادرپرتوان کنترل می کنند و به رشدکافی برای پذیرش مسئولیتهای بیشتر در آینده دست می‌یابند (لالیان پوروهمکاران، ۱۳۹۰:۲۵-۲۶).

ریموند توانمندسازی رابه معنی دادن اختیار و مسئولیت به کارکنان برای تصمیم گیری در همه جنبه‌های ایجاد محصول یا خدمت برای مشتری می داند وی تأکید می کند کارکنان باید در مقابل نتایج مسئول باشند (علی احمدی، ۱۳۸۹:۶۸). در توانمندسازی، کارکنان نه تنها نیازمند اختیارند بلکه می باید آموزش کافی و اعتبار مالی و اطلاعات اساسی نیزداشته باشند تا بتوانند در زمینه تصمیم‌های خود پاسخگو باشند (خانعلیزاده، ۱۳۸۹:۲۴).

توانمندسازی کارکنان عبارت است از مجموعه سیستمها، روش‌ها و اقداماتی که از راه توسعه قابلیت و شایستگی افراد در جهت بهبود و افزایش بهره وری، بالندگی و رشد و شکوفایی سازمان و نیروی انسانی با توجه به هدفهای سازمان به کار گرفته می‌شود (طالبیان و وفایی، ۱۳۸۸:۱۶).

گاسلر تعریف می‌کند توانمندسازی به‌عنوان تزریق قدرت به کارکنان است. بر اساس نظریه‌های پست مدرن درمدیریت، توانمندسازی می‌تواند به‌عنوان یک سبک مدیریت در نظر گرفته شده است که در آن مدیران و منابع انسانی دعوت به تعامل بیشتر در فرآیندهای حرفه‌ای از طریق مشارکت در فرایند تصمیم گیری شده است (حسنی، ۲۰۱۲:۱۹۹۸). کانگر وکانگو عنوان می‌دارند، هرگونه استراتژی یا تکنیک مدیریتی که منجر به افزایش حق تعیین سرنوشت و کفایت نفس کارکنان گردد توانمندی آنها را در پی خواهد داشت؛ بنابراین توانمندی عبارتست از: فرایند تقویت کفایت نفس افراد سازمان از طریق شناسایی و معرفی شرایطی که باعث احساس ((عدم برخورداری از قدرت)) در آنها شده و تلاش در جهت رفع آن، با کمک اقدامات رسمی سازمان و هم با بهره گیری از فنون غیر رسمی تهیه و تدارک اطلاعاتی که به کفایت آنها درسازمان کمک کند (وینگ کنگ جیسون لاو، ۲۰۱۰:۶). توانمندی به معنی قدرت بخشیدن است. بدین معنی که به افراد کمک کنیم تا احساس اعتماد بنفس خود را بهبود بخشیده و براحساس ناتوانی و درماندگی خود چیره شوند (کاستیواومیکس، ۲۰۰۹).

۲-۳- خلاقیت

آماییل (۱۹۷۹) صاحبنظر خلاقیت در تعریف خلاقیت بر مواردی چون سطوح خلاقیت و محیط تأکید دارد. بدین معنی که خلاقیت عبارت است از تولید ایده های تازه و ارزشمند توسط یک فرد یا گروه کوچکی از افراد که با هم کار می کنند. آماییل در یک تعریف دیگر خلاقیت را متشکل از سه عنصر "مهارتهای مربوط به حوزه فعالیت"، "مهارتهای تفکر خلاق" و "انگیزش درونی" می داند.

از خلاقیت تعریف‌های زیادی شده است. در اینجا برخی از تعاریف مهم را مورد بررسی قرار می‌دهیم:

خلاقیت یعنی تلاش برای ایجاد یک تغییر هدفدار در توان اجتماعی یا اقتصادی سازمان

خلاقیت بکارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید است

خلاقیت یعنی توانایی پرورش یا به وجود آوردن یک انگاره یا اندیشه جدید (در بحث مدیریت نظیر به وجود آوردن یک محصول جدید است).

خلاقیت عبارت است از طی کردن راهی تازه یا پیمودن یک راه طی شده قبلی به طرز نوین.

۳- روش شناسی پژوهش

به طور کلی پژوهش حاضر از نوع تحقیقات علمی و کاربردی بوده و از لحاظ روش جمع‌آوری اطلاعات پژوهش حاضر این تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی می‌باشد. روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری تصادفی ساده است، در این تحقیق از آنجایی که جامعه مورد نظر، کارکنان صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر می‌باشند، با توجه به اینکه جامعه مورد نظر محدود می‌باشد، با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران، برای رعایت احتیاط در این تحقیق نسبت موفقیت را حداکثر در نظر گرفتیم و با در نظر گرفتن ضریب خطا 5٪، حجم نمونه ۱۴۰ بدست آمده است.

یکی از متداول ترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات پیمایشی پرسشنامه است که در این پژوهش برای سنجش گردش شغلی از پرسشنامه ۱۱ سوالی چن و همکاران (۲۰۱۳) و برای سنجش متغیر توانمندسازی از پرسشنامه ۱۵ سوالی وتن و کمرون (۱۹۹۸) و جهت سنجش خلاقیت از پرسشنامه ۱۱ سوالی رندسپ (۱۹۷۹) استفاده شد.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- آزمون نرمال بودن متغیرها

موضوع نرمال بودن توزیع داده‌ها از مهمترین مقولات در انتخاب نوع آمار (پارامتری یا ناپارامتری) و آزمون فرضیه‌ها می‌باشد. انواع روشهای گرافیکی و عددی برای تشخیص نرمال بودن وجود دارد ما در اینجا از روش آزمون کولموگروف-اسمیرنوف تک نمونه‌ای استفاده می‌کنیم.

لذا در نتایج تحلیل‌ها آزمون چنانچه مقدار معنی دار از ۰/۰۵ بیش تر باشد. در آن صورت توزیع مشاهده شده با توزیع نظری یکسان است و تفاوتی بین این دو وجود ندارد؛ یعنی توزیع به دست آمده به توزیع نرمال نزدیک است؛ اما چنانچه مقدار معنی دار از ۰/۰۵ کوچکتر باشد آن گاه توزیع مشاهده شده با توزیع نظری متفاوت است یعنی توزیع فوق یک توزیع نرمال نبوده است.

H_0 = تفاوت بین فراوانی‌های مشاهده شده و مورد انتظار وجود ندارد (توزیع نرمال است)
 H_1 = تفاوت بین فراوانی‌های مشاهده شده و مورد انتظار وجود دارد (توزیع نرمال نیست)

۴-۲- آزمون نرمال بودن (کولموگروف - اسمیرنوف) برای متغیرهای تحقیق

نتایج آزمون نرمال بودن (کولموگروف - اسمیرنوف) به صورت خلاصه در جدول زیر ارائه می‌شود.

جدول ۱ آزمون کولموگروف - اسمیرنوف (K-S)

متغیر	Sig (سطح معنی داری)	α (مقدار خطا)	نتیجه آزمون
گردش شغلی	۰/۴۲۱	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است
احساس شایستگی	۰/۱۲۶	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است
احساس مؤثر بودن	۰/۳۰۴	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است
احساس اعتماد	۰/۱۰۸	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است
استقلال در کار	۰/۴۰۲	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است
احساس معنی دار بودن	۰/۱۶۳	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است
خلاقیت	۰/۱۲۹	۰/۰۵	داده‌ها نرمال است

با توجه به نتایج از آنجایی که عدد معنی دار از ۰/۰۵ بیش تر است. لذا توزیع مشاهده شده با توزیع نظری یکسان است و تفاوتی بین این دو وجود ندارد، یعنی توزیع داده‌ها نرمال است.

۴-۳- تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق

برای بررسی فرضیات تحقیق ابتدا از آمار توصیفی شامل جدول توزیع فراوانی، شاخص‌های مرکزی و نمودار دایره‌ای برای توصیف داده‌ها استفاده گردید. سپس با استفاده از شاخص‌های آمار استنباطی به تحلیل داده‌های به دست آمده پرداخته‌ایم. در بخش آمار استنباطی از آزمون همبستگی و رگرسیون برای سنجش فرضیات استفاده گردید و از این طریق فرضیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و نتایج به دست آمده از مشاهدات نمونه قابل تعمیم به جامعه آماری گردید.

آزمون‌های مذکور این امکان را فراهم می‌آورد تا با لحاظ کردن سطح معنی‌داری (کمتر از ۰/۰۵)، بتوان معنی‌دار بودن فرضیه‌ها را بررسی و ارائه نمود. این تحقیق شامل دو فرضیه می‌باشد که تجزیه و تحلیل مربوط به فرضیات در ادامه خواهد آمد.

۴-۴-۱-آزمون همبستگی پیرسون متغیرهای تحقیق

۴-۴-۱-۱-ضرایب همبستگی بین گردش شغلی و خلاقیت با توانمندسازی

جدول ۲- ضرایب همبستگی بین گردش شغلی و خلاقیت با توانمندسازی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	ضریب همبستگی با توانمندسازی	سطح معناداری
گردش شغلی	۳/۴۵	۷/۳	۰/۴۳۰	۰,۰۰۰۱
خلاقیت	۴/۴۳	۶/۵	۰/۵۰۲	۰,۰۰۰۱

همان گونه که در جدول مشاهده می شود ضریب همبستگی بین گردش شغلی و توانمندسازی برابر با ۰/۴۳ است که در سطح $p < 0.0001$ معنا دار است. بدین معنا که هر چه میزان گردش شغلی افزایش یابد توانمندسازی کارکنان افزایش می یابد. همچنین ضریب همبستگی بین خلاقیت و توانمندسازی برابر با ۰/۵۰۲ می باشد که در سطح $p < 0.0001$ معنا دار می باشد؛ یعنی هر چه میزان خلاقیت کارکنان افزایش یابد توانمندسازی کارکنان افزایش می یابد. البته ضریب همبستگی خلاقیت با توانمندسازی به مراتب بیشتر از گردش شغلی و توانمندسازی است.

۴-۴-۱-۲-ضرایب همبستگی بین ابعاد توانمندسازی با گردش شغلی

جدول ۳ ضرایب همبستگی بین ابعاد توانمندسازی با گردش شغلی

ابعاد توانمندسازی	ضریب همبستگی با گردش شغلی	سطح معناداری
احساس موثر بودن	۰/۵۱۱	۰/۰۰۰
احساس شایستگی	۰/۴۳۸	۰/۰۰۰
احساس اعتماد	۰/۳۶۲	۰/۰۰۰
استقلال در کار	۰/۴۰۱	۰/۰۰۰
احساس معنی دار بودن	۰/۵۳۳	۰/۰۰۰

۴-۴-۱-۳-ضرایب همبستگی بین ابعاد توانمندسازی با خلاقیت

جدول ۴ ضرایب همبستگی بین ابعاد توانمندسازی با خلاقیت

ابعاد توانمندسازی	ضریب همبستگی با خلاقیت	سطح معناداری
احساس موثر بودن	۰/۴۸۶	۰/۰۰۰
احساس شایستگی	۰/۵۰۹	۰/۰۰۰
احساس اعتماد	۰/۴۵۷	۰/۰۰۰
استقلال در کار	۰/۵۲۸	۰/۰۰۰
احساس معنی دار بودن	۰/۴۹۲	۰/۰۰۰

۵-بررسی فرضیه

۵-۱-بررسی فرضیه اول

H_0 : بین گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در رابطه با اثبات فرضیه اول در جدول زیر آمده است.

جدول ۵: نتیجه حاصل از آزمون همبستگی بین گردش شغلی و خلاقیت کارکنان

ضریب همبستگی	عدد معنی داری (Sig)	نتیجه آزمون
۰/۵۲۴	۰/۰۰۰	رد فرض صفر

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول فوق، مقدار عدد معنی داری مشاهده شده کمتر از $0/001$ می باشد و با توجه به اینکه از سطح معنی داری استاندارد ($0/05$) کمتر است، بنابراین با اطمینان 95% می توان گفت که فرض صفر مورد تایید قرار نمی گیرد که این بدان معناست که میان دو متغیر گردش شغلی و خلاقیت کارکنان ارتباط معنی داری وجود دارد و از آنجا که علامت ضریب همبستگی مثبت است می توان نتیجه گرفت که رابطه گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه ای مستقیم است. لذا فرضیه اول تایید می شود.

۵-۲- بررسی قطعیت وجود رابطه خطی بین دو متغیر فرضیه اول (گردش شغلی و خلاقیت کارکنان)

H_0 : بین متغیر گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه ای خطی وجود ندارد.

H_1 : بین متغیر گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه ای خطی وجود دارد.

جدول ۶: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای گردش شغلی و خلاقیت کارکنان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R^2	F	Sig.	نتیجه
گردش شغلی	خلاقیت کارکنان	۰,۵۲۴	۰,۲۷۴	۱۴۴,۲۶۳	۰,۰۰۰	رد فرض صفر

با توجه به جدول فوق و با توجه به مقدار عدد معنی داری مشاهده شده که کمتر از $0/001$ می باشد و با توجه به اینکه از سطح معنی داری استاندارد ($0/05$) کمتر است، بنابراین با اطمینان 95% می توان گفت که فرض صفر مورد تایید قرار نمی گیرد که این بدان معناست که میان دو متغیر گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه ای خطی و مستقیم وجود دارد، به طوری که به ازای یک واحد تغییر گردش شغلی، $0/۵۲۴$ واحد تغییر در احساس موثر بودن ایجاد می شود که این مسئله با فرض ثابت بودن بقیه متغیرها می باشد. در جدول زیر نتایج دیگری از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای گردش شغلی و خلاقیت کارکنان ارائه شده است.

جدول ۷: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای گردش شغلی و خلاقیت کارکنان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	تحلیل رگرسیون	ضرایب استاندارد نشده		آماره t	Sig.
			B	Std. Error		
گردش شغلی	خلاقیت کارکنان	مقدار ثابت	۲,۱۹۸	۰,۱۶۶	۱۳,۲۷۴	۰,۰۰۰
		گردش شغلی	۰,۴۸۳	۰,۰۴۰	۱۲,۰۱۱	۰,۰۰۰

۵-۳- بررسی فرضیه دوم

H_0 : بین خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه معناداری وجود ندارد.

H_1 : بین خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج حاصل از آزمون همبستگی پیرسون در رابطه با اثبات فرضیه دوم در جدول زیر آمده است.

جدول ۸: نتیجه حاصل از آزمون همبستگی بین خلاقیت و توانمند سازی کارکنان

ضریب همبستگی	عدد معنی داری (Sig.)	نتیجه آزمون
۰/۴۵۳	۰/۰۰۰	رد فرض صفر

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول فوق، مقدار عدد معنی داری مشاهده شده کمتر از $0/001$ می باشد و با توجه به اینکه از سطح معنی داری استاندارد ($0/05$) کمتر است، بنابراین با اطمینان 95% می توان گفت که فرض صفر مورد تایید قرار نمی گیرد که این بدان معناست که میان دو متغیر خلاقیت و توانمند سازی کارکنان ارتباط معنی داری وجود دارد و از آنجا که علامت ضریب همبستگی مثبت است می توان نتیجه گرفت که رابطه خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه ای مستقیم است. لذا فرضیه دوم تایید می شود.

۴-۵- بررسی قطعیت وجود رابطه خطی بین دو متغیر فرضیه دوم (خلاقیت و توانمند سازی کارکنان)

H₀: بین متغیر خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه‌ای خطی وجود ندارد.

H₁: بین متغیر خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه‌ای خطی وجود دارد.

جدول ۹: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای خلاقیت و توانمند سازی کارکنان

متغیر مستقل	متغیر وابسته	R	R ²	F	Sig	نتیجه
خلاقیت	توانمند سازی کارکنان	۰,۴۵۳	۰,۲۰۵	۹۸,۶۹۷	۰,۰۰۰	رد فرض صفر

با توجه به جدول فوق و با توجه به مقدار عدد معنی داری مشاهده شده که کمتر از ۰/۰۰۱ می‌باشد و با توجه به اینکه از سطح معنی داری استاندارد (۰/۰۵) کمتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که فرض صفر مورد تایید قرار نمی‌گیرد که این بدان معناست که میان دو متغیر خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه‌ای خطی و مستقیم وجود دارد، به طوری که به ازای یک واحد تغییر خلاقیت، ۰/۴۵۳ واحد تغییر در توانمند سازی کارکنان ایجاد می‌شود که این مسئله با فرض ثابت بودن بقیه متغیرها می‌باشد. در جدول زیر نتایج دیگری از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای خلاقیت و توانمند سازی کارکنان ارائه شده است.

جدول ۱۰: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون بین متغیرهای خلاقیت و توانمند سازی کارکنان

Sig.	آماره t	ضرایب استاندارد نشده		تحلیل رگرسیون	متغیر وابسته	متغیر مستقل
		Beta	Std. Error			
.000	۱۰,۴۵۳		.۱۹۷	۲,۰۶۰	توانمند سازی کارکنان	خلاقیت
.000	۹,۹۲۵	.۴۵۳	.۰۴۸	.۰,۴۷۹		

نتیجه گیری

نتایج تجزیه و تحلیل داده ها در فرضیه اول پژوهش نشان داد که بین گردش شغلی و خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. لذا نتیجه پژوهش حاضر با نتایج حاصل از تحقیقات لین (۱۹۹۹)، چوی و تامپسون (۲۰۰۵)، مهرانگیز (۱۳۸۸)، میرکمالی و ناستی زایی (۱۳۸۹) مطابقت همسو می‌باشد؛ بنابراین مدیران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر می بایست به خلاقیت کارکنان اهمیت به سزایی دهند. یا به عبارت دیگر به شاخص هایی همچون رویه های صحیح حل یک مساله خاص، استقبال از ایده های کارکنان برای انجام کارها، پیگیری تلاش های کارکنان برای انجام کار، تقویت احساسات شهودی کارکنان، تلاش جهت رسیدن به کمال تقلا و کوشش کارکنان توجه خاص مبذول نمایند.

نتایج تجزیه و تحلیل داده ها در فرضیه دوم پژوهش نشان داد که بین خلاقیت و توانمند سازی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. لذا نتیجه پژوهش حاضر با نتایج حاصل از تحقیقات چوی و تامپسون (۲۰۰۵) اسپریتزر (۱۹۹۵)، مهرانگیز (۱۳۸۸)، میرکمالی و ناستی زایی (۱۳۸۹)، میرموسوی (۱۳۹۲) مطابقت همسو می‌باشد؛ بنابراین مدیران صندوق بیمه اجتماعی کشاورزان روستاییان و عشایر می بایست به توانمندسازی کارکنان اهمیت به سزایی دهند. یا به عبارت دیگر به شاخص هایی همچون احساس موثر بودن، احساس شایستگی، احساس اعتماد، استقلال در کار، احساس معنی دار بودن توجه خاص مبذول نمایند.

منابع

- آذر، عادل، مؤمنی، منصور، (۱۳۸۹)، «آمار و کاربرد آن در مدیریت»، جلد اول، چاپ دهم، تهران: انتشارات سمت.
- سعادت، اسفندیار. «مدیریت منابع انسانی»، تهران، انتشارات سمت. ۱۳۸۴.
- سکاران، اوما. روش های تحقیق در مدیریت. ترجمه محمد صائی و محمود شیرازی. چاپ اول، تهران: موسسه آموزش عالی پژوهش و برنامه ریزی مدیریت، ۲۰۰۰.
- غلامی، حسین و نورعلیزاده، حمیدرضا (۱۳۸۲). مقایسه روشهای ارزیابی عملکرد. اولین کنفرانس مدیریت عملکرد. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- کریمی، تورج. «مدل های نوین ارزیابی عملکرد سازمانی»، ماهنامه تدبیر، سال هفدهم، شماره ۱۷۱، ۲۰۰۶.
- مومنی، منصور، (۱۳۹۰)، تحلیل آماری با استفاده از SPSS، انتشارات کتاب نو، تهران، چاپ اول.
- میرسیاسی، ناصر (۱۳۸۲). استراتژی منابع انسانی و روابط کار، تهران، انتشارات میر
- میرکمالی، سید محمد (۱۳۸۹). فرهنگ مدیریت آموزشی. تهران: انتشارات یسطرونمجیدی، عبدالله. «تاثیر جابجایی در تعهد سازمانی و رضایت شغلی»، دانشگاه تربیت مدرس، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، تیرماه ۱۳۷۷.
- میرموسوی، سید محسن (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین رفتارهای رهبری کارآفرینانه با توانمندسازی روانشناختی کارکنان مراکز علمی-کاربردی جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت معلم - تهران - دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
- Abtahi, S.H, (2006), "Employees Empowerment" Research & Training Institution of Energy Ministry.
- Ainuddin, R. A., Beasmish, P. W., Hulland, J. S., & Rouse, M. J. (2007). Resource attributes and firm performance in international joint ventures. *Journal of World Business*, 42(1)
- Alvaani, S. M, (2007), "General Management" Ney Publishing Tehran, Iran
- Asree, S., Zain, M. and Razalli, M.R. (2010), "Influence of leadership competency and organizational culture on responsiveness and performance of firms", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22 No.4, pp. 500-516.
- Avolio, B.J, Zhu, W. & Bhatia, P. (2007) "Transformational Leadership & Organizational Commitment, Mediating Role Of Psychological Empowerment, *Journal of Organizational Behavior*. Vol.25. Pp.951-968
- Bhadury, J., Rdoivlsky, Z., (2006), "Hob Rotation Using the Multi-period Assignment Model, *international Journal of production Research*. 44 (20) 4431-4444.
- Bozbura, T. (2007). Prioritization of Human Capital Measurement Indicators Using Fuzzy AHP. *Knowledge Management Tools and Techniques*, 123 -136.
- Chen SY, Wen-Chuanwu C, Chang CS, Lin CT. Job rotation and internal marketing for increased job satisfaction and organizational commitment in hospital nursing staff. *J Nurs Manag* 2013(26)
- Fernandes, K., Raja, V., & Whalley, A. (2006). Lessons from Implementing the Balanced Scorecard in a Small and Medium Size Manufacturing Organization. *Technovation*, 26, 623-634.
- Ghinetti P. (2007) The Public-Private Job Satisfaction Differential in Italy, *Labour* 21 (2) 361-388.
- Harely, B, (2006), The Myth Of Empowerment, Work Organization Hierarchy & Employee Autonomy in Contemporary Australian Work Places, The University of Melbourne Australia
- Jean – Sebastian Boundaries, Gaudreau P, Savoie. A, Morin. A, J.S. (2009); "Employee Empowerment: from managerial practice to employee behavioral empowerment" *Leadership & Organization Development Journal*, vol.30. No.7 pp. 625-638
- Jordan; s. Brauner; E (2008). Job rotation in organizations. *PFLGE*; 21. (2)
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1992), "The Balanced scorecard: Measures that Drive performance", *Harvard Business Review*, January-February, pp.71-9.
- Md Lazim Mohd Zin, Faridahwati Mohd. Shamsudin, Handrakantan Subramaniam. "Investigating The Influence Of Job Rotation On Career Development Among Production Workers In Japanese Companies, *International Journal Of Business And Society*, Vol. 14 No. 1, 2013, 135 – 148.
- Sekiner, S.U., kurt, M., (2007), A Simulated Annealing Approach To The Solution Of Job Rotation Scheduling problem, *Applied Mathematics and C,mputation* 188:31-45.
- Sekiner, S.U., kurt, M., (2008), Ant colony optimization for the job rotation Scheduling problem, *Applied Mathematics and C,mputation* 201:149-60.

- Srivastava, A., Bartol, K.M. and Locke, E.A. (2006), "Empowering leadership in management teams: effects on knowledge sharing, efficacy, and performance", Academy of Management Journal, Vol. 49, pp. 1239-1251.
- Tangen, S. (2008), "Professional practice performance Measurement: from philosophy to practice", International Journal of Productivity and performance Management, Vol.53No.8,pp726-37.

مدیریت منابع انسانی در هزار سوم

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۸/۱۴

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۹/۳۰

کد مقاله: ۳۳۱۰۴

ناصر میقانی^۱

چکیده

این مقاله موضوع مدیریت منابع انسانی را معرفی می‌کند و به برخی از تعاریف و همچنین برخی مفاهیم مربوط شامل تاریخچه، فلسفه، اهداف، وظایف، رویکرد و فعالیت‌ها اشاره می‌کند. منابع انسانی مهم‌ترین دارایی یک سازمان است و مدیریت اثربخش آن‌ها کلید موفقیت سازمان است. سازمان‌های امروزی، برای دستیابی به سهم قابل قبولی از بازار، نیاز دارند تا از سیستم‌های اطلاعاتی که قادرند همه فعالیت‌ها و وظایف موجود در یک سازمان را تحت پوشش دهند، به نحو مطلوبی استفاده کنند. یکی از ابزارهای مهم فناوری اطلاعات و ارتباطات که نقش مهمی در یکپارچگی اطلاعات در سازمان دارد و می‌تواند بازوی مهمی برای سازمان‌ها در پیوستن به بازارهای جهانی باشد، سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی^۱ می‌باشد. این سیستم هم‌اکنون به‌عنوان یکی از مؤثرترین ابزار برنامه‌ریزی منابع سازمان مطرح بوده و شامل یک نظام به هم پیوسته اطلاعاتی، مهندسی و مدیریتی است که همه نیازهای یک سازمان را بانگ‌رشی فرآیندی در جهت نیل به اهداف سازمان و یکپارچه سازی تمام عملیات برآورده می‌کند. در این سیستم، به اشتراک گذاری داده‌ها بین کاربران این امکان را ایجاد می‌کند تا به سادگی و به سرعت داده‌های مورد نیاز واحدهای دیگر را در اختیارشان قرار دهند و همچنین مدیران بخش‌های دیگر نیز قادر خواهند بود تا به صورت یک سیستم جامع و یکپارچه با یکدیگر در ارتباط باشند و گزارشات مورد نیاز خود را از یک سیستم واحد استخراج نمایند. در ابتدا برای اینکه بتوانیم فهم دقیق‌تری از کارکرد سیستم‌های اطلاعاتی که در زمینه مدیریت منابع انسانی به ما کمک میکنند داشته باشیم، بهتر است نگاهی به تعریف مدیریت منابع انسانی به معنی عام آن داشته باشیم. طبق یک تعریف، مدیریت منابع انسانی شامل شناسایی، انتخاب، استخدام، تربیت و پرورش نیروی انسانی به منظور نیل به اهداف سازمان می‌باشد.

واژگان کلیدی: مدیریت منابع انسانی، مدیریت کارکنان، امور کارکنان، مدیریت منابع انسانی سبز

۱- کارشناسی ارشد شهرسازی گرایش برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

۱- مقدمه

مدیریت منابع انسانی، همان طور که از نامش پیداست، به طور کلی با مدیریت مردم در ارتباط است. مدیریت منابع انسانی شامل تمام تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و اقداماتی است که روی ماهیت ارتباط بین سازمان و کارمندان آن یا منابع انسانی تأثیر می‌گذارد. مدیریت منابع انسانی به طور طبیعی به عنوان یک رشته از مدیریت پرسنلی شناخته می‌شود که ریشه در کار اصلاح گران اجتماعی، مدیران دفاتر رفاهی، توافق مذاکره کنندگان و تحلیل گران نیروی انسانی دارد. «فولر» هم روی تفاوت واقعی بین مدیریت منابع انسانی و مدیریت سنتی پرسنلی تأکید کرده است.

دیدگاه‌ها و رویه‌های کل گرای مدرن مدیریت منابع انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بیان می‌کند که بسیاری از وظایف مدیریت مردمی به وسیله دپارتمان متخصصان پرسنلی، موردقبول واقع شده‌اند و هم‌اکنون به وسیله مدیران صفی به عنوان جزئی از کار عادی آن‌ها اداره می‌شود. وظایف پرسنلی به صورت گسترده در حمایت مشاوره تکنیکی درونی، تکامل می‌یابد و این کار همگام با پیشرفت در وظایف مدیران صفی صورت گرفته است؛ و درواقع مدیریت منابع انسانی یک موضوع مفهومی بین آن دو است (شیراوانی، علیرضا، ۱۳۹۵).

۲- تعریف

مدیریت منابع انسانی معطوف به سیاست‌ها، اقدامات و سیستم‌هایی است که رفتار، طرز فکر و عملکرد کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهند (نو و دیگران ۲۰۱۷). مدیریت منابع انسانی عبارتست از رویکردی استراتژیک به جذب، توسعه، مدیریت، ایجاد انگیزش و دستیابی به تعهد منابع کلیدی سازمان؛ یعنی افرادی که در آن یا برای آن کار می‌کنند (آرمسترانگ ۲۰۱۴). مدیریت منابع انسانی فرایندی شامل چهار وظیفه جذب، توسعه، ایجاد انگیزش و نگهداشت منابع انسانی است (دی سنزو و رابینز ۱۹۸۸، ۴). مدیریت منابع انسانی یعنی مدیریت کارکنان سازمان (اسکارپلو و لدوینکا ۱۹۸۸). مقصود از مدیریت منابع انسانی سیاست‌ها و اقدامات مورد نیاز برای اجرای بخشی از وظیفه مدیریت است که با جنبه‌هایی از فعالیت کارکنان بستگی دارد، به ویژه برای کارمندیابی، آموزش دادن به کارکنان، ارزیابی عملکرد، دادن پاداش و ایجاد محیطی سالم و منصفانه برای کارکنان سازمان. برای مثال این سیاست‌ها و اقدامات دربرگیرنده موارد زیر می‌شود:

- تجزیه و تحلیل شغل (تعیین ماهیت شغل هر یک از کارکنان)
- برنامه‌ریزی منابع انسانی و کارمندیابی
- گزینش داوطلبان واجد شرایط
- توجیه و آموزش دادن به کارکنان تازه استخدام
- مدیریت حقوق و دستمزد (چگونگی جبران خدمت کارکنان)
- ایجاد انگیزه و مزایا
- ارزیابی عملکرد
- برقراری ارتباط با کارکنان (مصاحبه، مشاوره و اجرای مقررات انضباطی)
- توسعه نیروی انسانی و آموزش
- متعهد نمودن کارکنان به سازمان (دسلر ۱۳۹۸).

۳- فلسفه مدیریت منابع انسانی

منابع انسانی مهم‌ترین دارایی یک سازمان است و مدیریت اثربخش آن‌ها کلید موفقیت سازمان است. اگر سیاست‌ها و رویه‌های مربوط به کارکنان سازمان با همدیگر تطابق و سهم قابل ملاحظه‌ای در دستیابی به اهداف سازمان و برنامه‌های استراتژیک داشته باشند دستیابی به موفقیت سازمانی محتمل‌تر است.

فرهنگ و ارزش‌های کلی، شرایط سازمانی و رفتار مدیریتی که از آن فرهنگ نشأت می‌گیرد تأثیر زیادی بر دستیابی به تعالی مطلوب می‌گذارد. چنین فرهنگی نیازمند مدیریت شدن است بدین معنی که باید تلاشی مستمر برای ایجاد پذیرش و انجام آن‌ها صرف شود.

دستیابی به یکپارچگی نیازمند تلاش مستمر است. منظور از یکپارچگی این است که تمام اعضای سازمان با داشتن حسی از مقصود مشترک با یکدیگر کار کنند.

۴- رویکردهای مدیریت منابع انسانی

دو رویکرد کلی در مدیریت منابع انسانی وجود دارد: رویکرد سخت و رویکرد نرم.

۴-۱- رویکرد سخت:

به کارکنان مانند دیگر منابع نگاه می‌شود که باید معادله ورودی- خروجی برقرار شود و به صورت کارآمد اداره شوند.

۴-۲- رویکرد نرم:

بیشتر به این حقیقت توجه می‌کند که نمی‌توان با کارکنان مانند دیگر منابع رفتار کرد زیرا برخلاف دیگر منابع، منابع انسانی دارای قوه تفکر بوده و عکس‌العمل نشان می‌دهند. در این رویکرد بر استراتژی‌هایی برای دستیابی به تعهد از طریق آگاه ساختن کارکنان از مأموریت، ارزش‌ها، برنامه‌های سازمان، شرایط محیطی، چگونگی انجام امور با مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری و گروه بندی کارکنان در تیم‌های کاری بدون نظارت رسمی تأکید بیشتری می‌شود. در واقع رویکرد سخت بر فرایند مدیریت امور کارکنان تمرکز می‌کند، در حالی که رویکرد نرم بر طرز تلقی کارکنان و چگونگی رفتار با آنان تأکید می‌نماید. رویکرد سخت سیستم‌ها، رویه‌ها و دستورالعمل‌ها و چگونگی انجام فرایندها را مورد بررسی قرار می‌دهد و رویکرد نرم عوامل انسانی و رفتاری را در نظر می‌گیرد (آرمسترانگ، ۲۰۱۴).

۵- اهداف مدیریت منابع انسانی

هدف مدیریت منابع انسانی، عبارت است از افزایش کارایی نیروهای انسانی سازمان و بالاتر بردن سطح رضایت افراد در تمام سطوح از سازمان که در نهایت موجب رسیدن سازمان به اهدافش می‌شود. این هدف می‌تواند راهنمای مطالعه و به کار بردن اصول و مبنای مدیریت منابع انسانی باشد. مطالعات مدیریت منابع انسانی می‌تواند به این پرسش پاسخ دهد که مدیران منابع انسانی چه وظایفی را انجام می‌دهند و چه می‌توانند بکنند. معمولاً ۴ هدف برای مدیریت منابع انسانی قایل می‌شوند:

۱- هدف اجتماعی: عبارت است از احساس مسئولیت در قبال نیازهای جامعه و ایجاد اعتبار برای سازمان و کارکنان در جامعه.
۲- هدف سازمانی: عبارت است از احساس مسئولیت در قبال هدفهای سازمانی و حداکثر استفاده از تخصص و تعهد نیروهای انسانی در رسیدن به آن هدفها.

۳- هدف وظیفه‌ای: عبارت است از احساس مسئولیت در قبال وظایفی که بر عهده واحد امور اداری سازمان گذاشته شده است.
۴- هدف اختصاصی: منظور از آن احساس مسئولیت در قبال هدفهای شخصی کارکنان شاغل در سازمان است. اهداف اساسی مدیریت منابع انسانی حصول نتایج مطلوب از تلاش‌های جمعی کارکنان سازمان است که می‌توان به صورت زیر آن را بیان نمود: تأمین نیروی انسانی با حداقل هزینه، پرورش و توسعه استعدادها و مهارت‌های افراد، حفظ و نگهداری نیروهای لایق و ایجاد روابط مطلوب بین آنان، تأمین احتیاجات مادی و معنوی و جلب رضایت پرسنل بطوری که همسویی لازم بین اهداف شخصی آن‌ها و هدفهای سازمان ایجاد گردد. (توسط عباس یوسف وند)

۶- وظایف مدیریت منابع انسانی

همانطور که در تعاریف مدیریت منابع انسانی آمد وظایف کلی عبارتند از: جذب، توسعه ایجاد انگیزش و نگهداشت؛ اما این وظایف را می‌توان به حوزه‌های فعالیت زیر دسته‌بندی کرد:

۱. سازماندهی: طراحی سازمان، طراحی شغل، تجزیه و تحلیل شغل، طبقه‌بندی مشاغل.
۲. جذب منابع انسانی: برنامه‌ریزی، کارمندیابی، انتخاب، استخدام.
۳. توسعه و منابع انسانی: مدیریت عملکرد، آموزش.
۴. مدیریت پاداش: حقوق و دستمزد، ارزشیابی مشاغل، پاداش، مزایا.
۵. روابط کارکنان: روابط صنعتی، مشارکت، ارتباطات.
۶. بهداشت، ایمنی و رفاه: بهداشت و ایمنی، رفاه.

۷. امور اداری استخدام و کارکنان: چارچوب قانونی و مقررات دولتی، رویه‌ها و اقدامات استخدام، سیستم اطلاعاتی منابع انسانی البته مدل‌های متفاوت دیگری نیز برای دسته‌بندی وجود دارد (جزنی، ۱۳۹۸) اما همه آن‌ها تقریباً همین اجزاء را شامل می‌شوند
۸. عوامل بیرونی: قوانین و مقررات، بازار نیروی کار، فرهنگ جامعه، سهامداران، رقابت، مشتریان، فناوری
۹. عوامل درونی: اهداف اساسی یا رسالت سازمان، خط‌مشی‌ها، جو و فرهنگ سازمانی

۷- ویژگی فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی

مدیریت منابع انسانی شامل انجام فعالیت‌هایی است که دارای مبانی، مفاهیم، فرایندها و ابزارهای متفاوتی هستند تا حدی که در سازمان‌های بزرگ برای برخی از آن‌ها واحدهای مستقلی تشکیل می‌دهند. با وجود تفاوت ماهیتی بین این فعالیت‌ها، بیشتر آن‌ها دارای ارتباط از جهت عملیات و اطلاعات هستند. نوزده فعالیت مشخص از مدیریت منابع انسانی عبارتند از:

۱. تجزیه و تحلیل مشاغل
۲. طراحی شغل
۳. طبقه‌بندی مشاغل
۴. ارزشیابی مشاغل
۵. برنامه‌ریزی نیروی انسانی
۶. کارمندیابی
۷. انتخاب
۸. انتصاب
۹. اجتماعی کردن
۱۰. آموزش کارکنان
۱۱. ارزیابی عملکرد
۱۲. بهداشت و ایمنی
۱۳. بیمه و بازنشستگی
۱۴. رفاه
۱۵. انگیزش، مشارکت و روابط کارکنان
۱۶. حقوق و دستمزد
۱۷. پاداش
۱۸. جابجایی
۱۹. انضباط

۸- مدیریت منابع انسانی در قالب یک سیستم

هیچ یک از منابع مطالعه شده در این زمینه، مجموعه فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی را در قالب سیستمی از فرایندهای مرتبط و به هم پیوسته ترسیم و تشریح نکرده‌اند. یکی از دلایل این واقعیت این است که فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی به قدری متفاوت، متنوع و دارای مبانی مختلف هستند که تجمع تمام آن‌ها در قالب یک سیستم امکان‌ناپذیر است.

همانند تقسیم‌بندی رویکردهای سخت و نرم به مدیریت منابع انسانی، فعالیت‌های آن را هم می‌توان در دو دسته سخت و نرم گنجانده. به عنوان مثال مبحث انگیزش کارکنان یک فعالیت کاملاً نرم است در حالی که فعالیت حقوق و دستمزد یک فعالیت کاملاً سخت است. البته این دسته‌بندی فرضی است چرا که میزان سختی یا نرمی دارای طیفی خواهد بود. به هر حال علیرغم نبود چنین تصویر سیستماتیک از فعالیت‌های سخت مدیریت منابع انسانی، می‌توان سیستمی برای آن طراحی کرد که شامل فعالیت‌های رویه‌پذیر باشد.

۹- سیستم اطلاعات منابع انسانی

تعاریف مختلفی از سیستم اطلاعات منابع انسانی وجود دارد. در بیون (۲۰۱۲) تعاریف زیر آمده است:

- یک سیستم رایانه‌ای فقط برای جمع‌آوری، ذخیره، نگهداری، بازیابی داده‌های مورد نیاز یک سازمان از کارکنانش. علاوه بر استفاده فوق برای کمک به برنامه‌ریزی، امور اداری، تصمیم‌گیری و کنترل فعالیت‌های مدیریت منابع انسانی طراحی می‌شود.

- یک سیستم اطلاعات منابع انسانی باید رویکردی یکپارچه برای جمع‌آوری، ذخیره، تحلیل و کنترل جریان اطلاعات منابع انسانی در داخل یک سازمان تعریف شود.

دی کنزو (۲۰۱۴) سیستم اطلاعات منابع انسانی را سیستمی تعریف می‌کند که اطلاعات جاری و دقیق برای مقاصد کنترل و تصمیم‌گیری فراهم کند. به گفته آن‌ها طبق یک پیمایشی که اخیراً انجام شده است بیشتر فناوری اطلاعات استفاده شده، برای نگهداری اطلاعات کارکنان، نظارت بر عملیات حقوق و دستمزد، نگهداری اطلاعات مربوط به غیبت‌ها و مرخصی‌ها و انجام امور اداری و استخدام و برنامه‌های آموزشی بوده است. اسکارپلو و لدوینکا (۱۹۸۸) سیستم اطلاعات منابع انسانی را بخشی از سیستم اطلاعاتی سازمان می‌دانند که اطلاعات لازم را برای تصمیم‌گیری در امور منابع انسانی ارائه می‌دهد. تفاوت در سطح استفاده از سیستم اطلاعات منابع انسانی در تعاریف فوق، اشاره به این مطلب دارد که می‌توان سیستم اطلاعات منابع انسانی را در قالب یکی از سیستم‌های اطلاعاتی مانند سیستم پردازش عملیات، سیستم اطلاعات مدیریت، سیستم پشتیبان تصمیم‌گیری یا دیگر انواع سیستم‌های اطلاعات سازمانی طراحی کرد.

۱۰- مدیریت منابع انسانی سبز (Green HRM)

مدیریت منابع انسانی سبز (GHRM) را می‌توان به‌عنوان مجموعه سیاست‌ها، شیوه‌ها و سیستم‌هایی تعریف کرد که باعث تحریک رفتار سبز کارکنان یک سازمان به منظور ایجاد یک محیط کار حساس از نظر زیست محیطی، دارای منابع کارآمد و دارای مسئولیت اجتماعی و سازمانی می‌شود.

۱۱- چرا مدیریت منابع انسانی سبز مهم است؟

مدیریت منابع انسانی سبز به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که تلاش می‌کند تا سیاست‌ها، فرایندها و نیروهای سازمان را سبز نماید، به این معنا که توجه آن‌ها را به مسایل زیست محیطی اطراف خود متمرکز کند. در نتیجه این فرهنگ در سازمان نهادینه خواهد شد که برای مثال بسیاری از مستندات نیازی به پرینت و نگهداری کاغذی ندارند و باید در مصرف کاغذ صرفه‌جویی کرد تا درخت کمتری قطع گردد.

در نتیجه هر فردی با نقشی که در فرایند مدیریت سبز ایفا می‌کند، نفع شخصی، اجتماعی، محیط طبیعی و کسب و کار را بهبود داده و زندگی سالم‌تری برای خود و اطرافیان خود تامین خواهد کرد. به این کارکنان یقه سبز گفته می‌شود. این کارکنان نسبت به پیامدهای کلیدی از جمله استفاده موثر از منابع، کاهش ضایعات و کاهش آلوده‌سازی محیط کار حساس بوده و سعی در اجتماعی‌سازی این ارزش‌های سبز در سازمان دارند. به طور کلی، مدیریت منابع انسانی سبز به این موضوع اشاره دارد که باید سیاست‌ها، قوانین، اهداف و رویه‌های سازمان مجدداً با دیدگاه صحیح مصرف کردن، اسراف نکردن، ذخیره منابع طبیعی، محیط سبز و پاک برای زندگی و کاهش آلودگی‌های محیط زیست اصلاح و مورد بازبینی قرار گیرد.

با توجه به نقش سازمان‌ها در اجتماع و از آنجایی که بیشتر وقت افراد جامعه در محیط کاری می‌گذرد، بنابراین این مسئولیت بر عهده سازمان‌هاست تا با ایجاد و تقویت فرهنگ حفظ و نگهداشت محیط زیست، نیروهای یقه سبزی را تربیت و آموزش دهند که علاوه بر محیط سازمان، در خانواده و اجتماع نیز این فرهنگ سبز را انتقال دهند.

چند مورد از وظایف مدیریت منابع انسانی که منجر به سبز شدن جو سازمانی می‌شود عبارتند از: استفاده از ابزارهای الکترونیکی برای انتقال و ذخیره اطلاعات همانند اسکن بجای زیراکس کاغذی (در موارد استخدام، بایگانی و ...) یا انتقال مستندات به صورت الکترونیکی به سازمان‌های دیگر، برگزاری دوره‌های آموزشی در درون سازمان برای نیروها به منظور آموزش نحوه استفاده صحیح از منابع و انرژی، ایجاد و پیاده‌سازی ارزش‌های سبز «green values» در سطح فردی، گروهی و سازمانی. مدیریت منابع انسانی سبز در دستیابی به اهداف وسیع‌تری از جمله صرفه‌جویی در هزینه، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، کسب و مدیریت استعداد و کسب مزیت نسبت به رقابت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. طبق گفته‌های پارول دستوال، مدیریت منابع انسانی سبز مزایای زیر را نیز دارد: به حفظ کارمندان کمک می‌کند و گردش کار را کاهش می‌دهد، باعث بهبود شهرت یک شرکت در بازار می‌شود و احتمالاً می‌تواند فروش را افزایش دهد، باعث افزایش کیفیت خدمات و محصولات در داخل و خارج از کشور می‌شود، مشارکت ذینفعان را بهبود می‌بخشد، این امر باعث می‌شود هزینه‌های کلی یک شرکت کاهش یابد زیرا در مورد استفاده از انرژی، آب و مواد اولیه کارآمدتر می‌شود، یک مزیت رقابتی برای شرکت‌های صنعتی محسوب می‌شود، نوآوری را تحریک می‌کند، زیرا کارکنان ملزم به بهبود سیمای اکولوژیک سازمان‌های خود هستند و این باعث پیشرفت بیشتر شرکت‌ها و بهبود کیفیت و افزایش روش‌ها می‌شود، کمک می‌کند تا خطرات به طور موثرتری مدیریت شود.

در پایان، به کارگیری نیروی کار سبز که با درک، منجر به بهبود سیاست‌های سازگار با محیط زیست می‌شوند، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از تأثیراتی که در اثر عملکرد سبز خود بر جامعه می‌گذارند، افتخار کنند. علاوه بر این، این کار به نوآوری سازمان‌ها کمک می‌کند (به شکلی که به آن‌ها اجازه می‌دهد از نظر اقتصادی مقرون به‌صرفه باشند) و رویه‌ها و محصولات جدید و سازگار با محیط زیست را ارائه دهند که مسلماً طرفداران بسیاری خواهند داشت.

۱۲- چالش‌های منابع انسانی

چشم‌انداز کسب و کار به سرعت در حال تغییر است، بدین معنی که در حال حاضر چالش‌های بسیاری بر سر راه فرایندهای سازمان و به طبع منابع انسانی آن وجود دارد. تام مارسدن، مدیر خدمات حرفه‌ای الکساندر من می‌گوید: «دپارتمان‌های منابع انسانی واقعاً باید ارزش واقعی کسب و کار را به سازمان‌های خود اضافه کنند.

«گرچه محدودیت‌های رکود هنوز تمام نشده است، شرکت‌ها در حال تشخیص این هستند که برای حفظ نیروی کار و سرمایه انسانی خود باید قدم‌هایی بردارند. این امر می‌تواند از طریق تأکید بیشتر بر برنامه‌های آموزش و مشارکت یا سرمایه‌گذاری در مناطقی باشد که هزینه‌ها را بهینه می‌دهند، مانند سیستم‌های فن‌آوری یکپارچه یا برنامه‌های جذاب جذب داوطلبین».

بنابراین چالش‌هایی در برابر مدیریت منابع انسانی بوجود می‌آید که باید به آن‌ها توجه شود زیرا که شناخت درست و به موقع برای بهبود و مدیریت عملکرد هر سازمان مهم است. این چالش‌های منابع انسانی ممکن است چالش‌های زیست محیطی، چالش‌های سازمانی و چالش‌های فردی و غیره باشد. همیشه به یاد داشته باشید که این چالش‌ها مربوط به یک بعد نیستند. بلکه آن‌ها به سمت موضوعات چند بعدی سوق می‌یابند که باید با توجه و مدیریت صحیح برطرف شوند. در زیر دسته‌های گسترده‌ای از چالش‌های مدیریت منابع انسانی در دنیای رقابتی امروز قرار دارند.

چالش‌های مدیریت منابع انسانی (چالش‌های منابع انسانی) به سه دسته زیر تقسیم می‌شوند:

- چالش‌های زیست محیطی
- چالش‌های سازمانی
- چالش‌های فردی

الف-چالش‌های زیست محیطی

چالش‌های زیست محیطی مربوط به منابع خارجی است که در محیط خارج از سازمان قرار دارند و می‌تواند بر عملکرد مدیریت سازمان تأثیر بگذارد. این منابع خارجی تقریباً از کنترل مدیریت سازمان خارج نیستند. این‌ها می‌تواند تهدیدی برای مدیریت تلقی شده و باید به شیوه‌ای پیشگیرانه اداره شود.

در زیر لیستی از چالش‌های مدیریت منابع انسانی وجود دارد که به‌عنوان چالش‌های زیست محیطی در نظر گرفته شده است.

۱- تغییرات سریع: مدیریت منابع انسانی باید بتواند همگام با تغییرات مداوم همسان باشد؛ بنابراین، مدیریت سازمان‌ها باید به سرعت با تغییر نیاز محیط سازگار شوند.

مدیریت منابع انسانی یک سازمان در پاسخ به تغییرات محیطی نقش اساسی ایفا می‌کند. اداره منابع انسانی باید چنین سیاستی را اتخاذ کند که بتواند از فرصت‌های جدید محیط استفاده کند و سازمان را در برابر تهدیدهای تازه ظهور حمایت کند.

۲-تنوع نیروی کار: محیط در حال تغییر فرصت‌ها و تهدیدهایی را برای مدیریت منابع انسانی سازمان فراهم می‌کند. مدیر منابع انسانی باید سیاستی را اتخاذ کند تا بتواند نیروی کار متنوع را در سازمان جذب نماید.

۳- جهانی‌سازی: یکی از مسائلی که سازمان‌ها با آن مواجه هستند، پدیده جهانی شدن است که لازمه آن رقابت میان کسب و کارهای داخلی و خارجی است.

۴- قانون‌گذاری: قوانین کار خاصی وجود دارد که توسط دولت به دلیل مزایای کارمندان شاغل اعلام می‌شود. برخی از این قوانین به نفع منافع سازمان‌ها نیستند، بنابراین یکی از چالش‌های مهم مدیریت منابع انسانی، اجرای کلیه آن قوانین کار در سازمان‌ها است. در صورت نقض هر یک از این قوانین، اقدامات جدی توسط مقامات مربوطه انجام می‌شود که ممکن است به مجازات جدی برای مدیریت سازمان منجر شود.

۵-فن‌آوری: فناوری همچنین با سرعت بسیار بالا به ویژه در زمینه رایانه و ارتباطات در حال رشد است. روش‌های جدیدی در حال ظهور هستند که به سرعت بر روی سبک‌های گذشته مسلط شده و آن‌ها را منسوخ می‌کنند.

بنابراین مهارت‌های مورد نیاز کارکنان نیز با تغییر فن‌آوری در حال تغییر است و این کار آن‌ها را مجبور می‌کند مهارت‌ها را سه تا چهار برابر ارتقا دهند؛ بنابراین مسئولیت مدیریت منابع انسانی این است که نیازها را شناسایی و با برنامه‌ریزی برای آموزش نیروها، دائماً مهارت کارمندان خود را به روز کند.

۶-نقش‌های شغلی و خانوادگی: در سال‌های اخیر، تعداد والدین شاغل در حال افزایش هستند که در آن هر دو زن و شوهر کار می‌کنند. این مسئله بار سنگینی را برای زنان ایجاد می‌کند که مجبورند زمان کمتری را صرف مراقبت از فرزندان و خانواده خود کنند. ساعات کاری سازمان‌ها نیز برای کارمندان سخت و غیر قابل انعطاف است.

بنابراین بیشتر زنان با استعداد از عضویت در سازمان‌هایی که منجر به هدر رفتن استعداد و پتانسیل آن‌ها می‌شود، امتناع می‌ورزند. حتی مردان شاغل نیز از این سیاست‌های اشتغال رنج می‌برند، زیرا به درستی نمی‌توانند میان کار و خانواده خود تعادل برقرار کنند. پس موضوع تعارض کار خانواده مطرح می‌شود که باید در اولویت‌های سیاست جبران خدمات به‌عنوان جزئی حیاتی از آن مد نظر قرار گیرد.

۷-کمبود مهارت: توسعه بخش خدمات به دلایل زیادی از جمله تغییر در سلیقه و ترجیح مشتری، تغییر تکنولوژی، تغییرات قانونی و غیره در حال گسترش است. همه این‌ها بر ساختار و سبک مدیریت سازمان‌های تجاری تأثیر گذاشته است. مهارت‌های مورد نیاز در زمینه اشتغال بخش خدمات نیز پیشرفت می‌کند. از آنجائی که بیشتر نیروها با تکنولوژی‌های روز دنیا آشنا نیستند، مهارت لازم برای انجام وظایف خود را دارا نبوده و این چالشی بزرگ برای مدیریت منابع انسانی تلقی می‌شود.

۱۳- فرهنگ ملی ایران

بر مبنای یافته های هافستد (۱۹۸۰) ایران در نزدیکی خوشه شرقی قرار می گیرد که شامل ترکیه و یونان می باشد. به عنوان کشوری که در خاور میانه قرار گرفته است ایران پیوندهای مشترک زیادی با کشورهای مسلمان همسایه دارد به رحال با توجه به تاریخچه منحصر به فرد، هویت زبانشناسی و نژادی باعث شده که فرهنگ منحصر به فرد و متفاوتی را دارا باشد. می توانیم به دو بردار مجزا در فرهنگ ایرانی بپردازیم: ملی گرا و اسلام گرا. جنبه ملی گرای فرهنگ ایرانی مربوط به تمدن ایران قدیم و میراث آیین زرتشتی می باشد که به ۳۰۰۰-۲۰۰۰ سال قبل از میلاد مسیح بر می گردد اما هنوز در جنبه های مختلف جامعه انسانی مثل تقویم، جشن های سال نو (نوروز) و فرهنگ ایرانی وجود دارد.

به عبارت دیگر جنبه های اسلامی نسبتا جدیدتر به قرون هفتم و شانزدهم بر می گردد. پیشنهاد شده که در کنار تاثیرات اسلامی و ایرانی، تاثیرات فرهنگ غربی بر جامعه ایرانی می بایست مورد توجه و بررسی قرار بگیرد. (بنی اسدی، ۱۹۸۴) یکی از خصوصیات فرهنگ ایرانی درجه بالایی از فاصله طبقاتی می باشد. این بعد به بخشی توجه می کند که در آن اعضای دارای قدرت کمتر این موضوع را انتظار دارند و می پذیرند که قدرت بطور نابرابری تقسیم شده است.

۱۴- فرهنگ مدیریت در سازمانها

بر مبنای نتایج تحقیق انجام شده بوسیله یگانه و ژو خصوصیات فرهنگ مدیریتی در ایران را بصورت ارزشهای سنتی زیاد مثل جمع گرایی، تمایل به گذشته، فاصله طبقاتی و جهت گیری نامناسب مثل عدم اعتماد و دسیسه چینی در نظر گرفتند. همینطور که جمعیت ایران بسیار جوان است و یکی از خصوصیات افراد جوان در ایران کار فردی است تا کار گروهی اینگونه نتیجه گیری شده که فرهنگ سازمانی بیشتر طرفدار فرد گرایی است تا جمع گرایی. خصوصیات سنتی بر مبنای سازمان ایرانی باعث بوجود آمدن بوروکراسی بیشتر و انعطاف پذیری کمتر نسبت به تغییرات محیطی و در نتیجه رقابت کمتر می شود.

این فرضیه ممکن است با حمایت تحقیق عملی هافستد باشد که اثبات کرد که فرهنگ های فرد گرا از لحاظ اقتصادی پیشرفت بیشتری دارند. جهت گیری گذشته در فرهنگ ایرانی حتی تاثیر گذار است حتی در فرهنگ سازمانی نیز به این صورت می باشد. رفتار فرهنگی دیگر که در سبک مدیریت سازمانی وجود دارد جهت گیری نسبت به خانواده در ایران می باشد.

این مربوط به خاصیت تاکید کردن بر تمایل فردی برای قربانی کردن فرد بخاطر علایق خانوادگی می باشد. این مربوط به خاصیت تاکید کردن بر تمایل فردی برای قربانی کردن فرد بخاطر علایق خانوادگی می باشد. گسترش این رفتار بین مدیران سازمانی مبنای استخدام کارمندان می باشد که بشتر بر مبنای روابط است تا دانش و تجربه ای که وجود دارد.

این ممکن است در کشورهای دیگر کم و بیش مشاهده شود اما گسترش بیشتر و عمق بیشتری دارد و ممکن است سرمایه یک کشور را به هدر بدهد. خصوصیت دیگری که باید به مورد بالا اضافه شود این است که مدیران دارای پویایی غیر ضروری می باشند. در وضعیت هایی که هدایت کنندگان رده بالا در کشور تغییر می کنند و با مورد توجه قرار دادن این مورد که سازمانهای ایرانی بیشتر بر مبنای دولتی هستند در بشتر موارد مدیران سازمانی نیز در حال تغییر هستند.

این تغییر مسیر زمانی رخ می دهد که مدیران با استفاده از این روش تغییر نمی کنند به صورتی که تمایل به تطابق خودشان با چیزی را دارند که دولتمردان آنگونه می خواهند تا جایگاهشان را حفظ کنند. این ممکن است تغییراتی را در مورد سیستم کاری سازمان بوجود بیاورد و حتی ممکن است باعث تغییرات دیگری نیز بشود.

کار و دانش پیوسته و گروهی مثل تقسیم تجربه و تصمیم گیری در جلسات وظیفه اصلی در سازمانها می باشد، کیفیت فرآیند تصمیم گیری و بازده آن فشار زیادی بر کارکرد شرکت وارد می کند. چندین محقق اینگونه بررسی کرده اند که چگونه تصویر سازی از اطلاعات به تفکر استراتژیک کمک می کند و جریان شناختی را کاهش داده و بینش های سریعی را بوجود می آورد و باعث بوجود آمدن مقایسه هایی می شود.

در تحقیق در مورد پیش زمینه تقسیم تجربه در سازمانهای ایرانی فقدان این مفهوم مشخص است. مدیران ایرانی نیاز دارند بدانند که بوسیله مطلع کردن کارمندان در مورد کارکرد شرکت خواهند دید که چه شکاف هایی وجود دارد و این منجر به تولید ایده های بیشتری می شود که یکی از اهداف اصلی هر عضو HR در یک سازمان می باشد نیاز به مشخص شدن این مورد وجود دارد که سازمان صنعتی در ارتباط با دانشگاهها برای پروژه هایش نیست تا کمک علمی و فنی به پروژه آنها بشود. جو کلی سازمان ایرانی همچنین از مدیریتی که بین بخشهای مختلف وجود دارد نیز رنج می برد.

وجود این نوع تنظیمات باعث افزایش سطح دانش و تجربه بین کارمندی می شود که می توانند مدیریت دانش را در سازمان کل بوجود بیاورند. در حوزه HRM استراتژیک در ایران، تابع استراتژیک آن مورد توجه قرار نمی گیرد و بوسیله مدیران اجرا می شود و هنوز یک روش مدیریت فردی می باشد که اساسا در ارتباط با توابع اجرایی می باشد.

بهرحال با بوجود آمدن شراکت های بین المللی و ورود شرکت های چند ملیتی نیاز و اهمیت HRM در شرکت های ایرانی بیشتر احساس می شود. در سالهای اخیر اهمیت رشد SHRM می تواند مشاهده شود که سازمانهای عظیم در حال تنظیم بخش های مختلف شان هستند. در مقایسه با بخشهای فردی که در حال حاضر وجود دارد. بهرحال این یک فرآیند تدریجی می باشد که در آن فاصله زیادی بین مدیران HR وجود دارد هم در اهالی دانشگاه و هم افرادی که در بازار حضور دارند.

این نکته مهم است که مبنای منبع انسانی موجود در ایران را بشناسیم چون همانطور که در بخش قبلی ذکر کردیم نه تنها جمعیت جوان است بلکه آزمایش خود را برای مهارت های پیشرو در آینده نیز نشان می دهد.

تصاویر مربوط به کتاب سال آمار ایران در سال ۲۰۰۲ نشان می دهد که جمعیت باسواد حدود ۸۴٪ را تشکیل می دهند که تقریباً ۹۷٪ از آنها جمعیت شاغل هستند (۱۷ میلیون) و دارای دیپلم دبیرستانی و مدارج بالاتر نیز می باشند. محاسبات نشان می دهد که در دهه آینده ایران تقریباً ۲۰۰۰۰ و ۲۵۰۰۰ فارغ التحصیلی دانشگاهی را در هر سال خواهد داشت. همچنین ایران دارای جمعیت جوانی است که در جستجوی پیشرفت بین المللی و کشف دانش هستند و فشار کاری بیشتر بر مبنای چند نوع توانایی می باشد. به عبارات دیگر ایران افراد را بیشتر از لحاظ تنوعی آماده می کند بدون اینکه دارای دانش عملی و پیشرفت باشند.

۱۵- کاربرد SHRM در سازمانهای ایرانی

با مورد توجه قرار دادن سطوح مختلف مشکلات در حوزه کاربردی مدیریت منابع انسانی، بهترین روش پیشنهاد شده داشتن مدلی برای کاربرد منظم SHRM در سازمانهای ایرانی می باشد. این مدل نیاز به پوشش در حوزه های مختلفی دارد در حالیکه متناسب با خصوصیات کشوری و سازمانی می باشد.

مدل پیشنهادی یک مدل مطلوب از سازمانی اروپایی در زمینه مدیریت کیفیت می باشد. مدل به سازمانها کمک می کند تا جایگاه رقابتی شان را بدست بیاورند. همچنین به سازمانها کمک می کند تا مفهوم تصویر را درک کرده، ماهیت امور تجاری شان را بدانند و حد سلامتی سازمانی شان را تعیین کنند. دلیل انتخاب این مدل این است که سازمانهای ایرانی مشکلاتی را در مورد مفاهیم بالا دارا می باشند. این عناصر مبنایی برای موفقیت یک سازمان و باقی ماندن در سطح و بدست آوردن تنها نام این مفاهیم می باشد بدون اینکه درک از بخشهای مختلف سازمان بدست بیاید بنابراین کمک زیادی به ما نمی کند.

بهترین مدل نوع انعطاف پذیر است و ابعاد آن چندان تحت تاثیر قرار نمی گیرد. دلیل دیگر برای پیشنهاد دادن این مدل این است که بهترین مدل می تواند مبنای عقلانی برای سازمانها داشته باشد و قتیکه تصمیم می گیرند ارزشیابی خودشان را انجام دهند و اولویت های اطلاعات مناسب را تشخیص دهند.

در این مرحله آنها به تنظیمات مربوط به نوآوری توجه می کنند و پیشرفت خود را اندازه گیری کنند. در این فرآیند، سازمانها ارزشیابی فردی دارند. نسبت به همه مواردی که در بالا ذکر کردیم دلیل اصلی برای پیشنهاد بهترین مدل EFQM جهت گیری آن نسبت به منبع انسانی در سازمان است. تاکید بر منبع انسانی به عنوان یکی از پنج مورد عالی می تواند ارتباط بین کیفیت مدیریت در یک سازمان و نتایج حاصل از آن را مشخص کند (پاراحمدی خراسانی، ۱۳۹۴).

۱۶- آینده منابع نیروی انسانی

متخصصان و محققان مدیریت منابع انسانی نظرات مثبت و منفی بسیاری درباره آینده سرمایه انسانی دارند. شما چطور فکر می کنید؟ مسلماً مدیریت منابع انسانی نسبت به ۱۰۰ سال گذشته پیشرفت های زیادی کرده اما واقعاً در ۱۰۰ سال آینده هم با همین سرعت پیش خواهد رفت؟ از نظر شما سرعت بهبود آن کمتر یا بیشتر خواهد بود؟

این سوالات ذهن بسیاری از محققان، مدیران و متخصصان منابع انسانی را به خود مشغول کرده است. دنیای کار به دلیل افزایش کارهای از راه دور، پروژه های اقتصادی پیچیده در حال تغییر است و این باعث تغییر در نحوه نقش های ما در سازمان می شود.

اما این موضوع برای متخصصان منابع انسانی که همچنان سعی در مدیریت رفاه کارمندان خود دارند (مهم نیست که در کجا قرار دارند) و همچنین جذب بهترین استعداد، ایجاد سیستم های یادگیری و پیشرفت برنامه های توسعه کارمندان هائز اهمیت است. سازمان ها در آینده همانند امروز به دنبال نیروهایی با عملکرد بالا (High Performance Workers) هستند. ویژگی بارز این نیروها، مجهز بودن آنها به فناوری های روز دنیا است. نیروهایی که خلاق و با استعداد باشند و بتوانند همگام با سرعت بالای تغییرات تکنولوژی دنیا حرکت کنند. لازمه انجام این کار دارا بودن توانمندی هایی کلیدی است که باید مدام رشد و پرورش یابد. همیشه به این نکته توجه کنید که جدیدترین مهارت ها به سرعت کهنه و قدیمی می شوند.

۱۷- تکنولوژی و مدیریت منابع انسانی

همانطور که در اطراف خود مشاهده می‌کنید تکنولوژی در همه ابعاد زندگی انسان وارد شده است. صنایع و خدمات بدون تکنولوژی نمی‌توانند از رقبا پیشی گیرند. پس ابزار اول مدیریت منابع انسانی که از این قاعده کلی مستثنی نخواهد بود و هسته کلیدی همه صنایع تلقی می‌شود، دستیابی به تکنولوژی روز دنیا است.

همانطور که در بخش جهانی شدن گفته شد، سازمان شما به کارمندانی نیاز دارد که مرتباً مهارت‌های خود را مورد بازبینی قرار دهند و روش‌های جدید و خلاقانه‌ای برای تفکر و حل مسئله پیدا کنند. این شامل رویکردهای جدیدی برای یادگیری در محل کار و همچنین آموزش بیشتر فراتر از نیازمندی‌های کاری می‌شود. از طرفی فناوری محور شدن کلیه فرایندهای نیروهای انسانی بایستی بر مبنای اعتماد و احساس تعلق نیروها به سازمان صورت پذیرد. آنچه سازمان را در دنیای رقابتی امروز زنده نگاه می‌دارد، سرمایه انسانی آن است؛ بنابراین هر چه مدیران بتوانند سیاست‌هایی را اتخاذ کنند که بتواند سرمایه اسانیرا به روز و باانگیزه نگاه دارد، فرصت بیشتری برای رشد و توسعه سازمان فراهم کرده است. در نتیجه نیروهای کلیدی با انجام وظایف خود به بهترین نحو در سازمان، نه تنها در توسعه اقتصادی و اجتماعی سازمان نقش ارزشمندی را ایفا می‌کنند، بلکه می‌توانند در ارتقای صنایع کشوری نقش سازنده‌ای را ایفا کنند.

۱۸- مدیریت منابع انسانی الکترونیک^۱

یکی از فناوری‌های نوین استفاده شده در مدیریت منابع انسانی، مدیریت الکترونیک نیروهای انسانی است که امروزه کم و بیش مورد استفاده قرار می‌گیرد و پیش‌بینی می‌شود در آینده به تمام فرایندهای منابع انسانی در سرتاسر جهان تسری پیدا کند. ایجاد پورتال آموزشی، سیستم‌های حضور و غیاب الکترونیکی، شبکه‌های اشتراک درون و برون سازمانی نمونه‌هایی از این نوع مدیریت منابع انسانی هستند.

بسیاری از سازمان‌ها در دنیا وجود دارند که خدمات نیروهای انسانی الکترونیک را به صورت تخصصی به سازمان‌ها ارائه می‌دهند. در کشور ما هم نمونه‌های بسیاری در حوزه‌های حقوق و دستمزد وجود دارد؛ اما شاید یکی از جامع‌ترین این سیستم‌ها را بتوان از سامانه شرکت همکاران سیستم تهیه کرد.

ویژگی‌های این سیستم‌ها شفافیت در ساختار اطلاعاتی، وجود زیرساخت‌های فناوری پشتیبان کننده، سهولت در زمان و هزینه است. هر چند فناوری، بنیان این نوع سیستم‌ها را تشکیل می‌دهد، اما عوامل سازمانی (ویژگی‌های جمعیت شناختی سازمان، دانش و مهارت، منابع مالی و طرح و برنامه‌های سازمان)، محیطی (توسعه اقتصادی، اجتماعی و فناوری کشور) و رفتاری با فرهنگی (عوامل روانشناختی، ویژگی‌های نیروها) نیز بر چگونگی عملکرد این سیستم‌ها تاثیر شایانی خواهند گذاشت.

بنابراین فعالیت‌های نوین مدیریت منابع انسانی زمانی که به صورت الکترونیک انجام شوند، تاثیر بیشتری بر نوآوری دارند و منجر به هدایت رفتارهای مطلوب، ارتقای مهارت‌ها و دانش کارکنان و به صورت کلی فرایندهای سازمانی می‌شوند.

بنابراین مدیریت منابع انسانی الکترونیک خود دارای زیرسیستم‌هایی است که به شرح زیر تقسیم می‌شوند:

- زیرسیستم الکترونیکی پرداخت و پاداش بر مبنای عملکرد
- زیرسیستم الکترونیکی مدیریت عملکرد
- زیر سیستم الکترونیکی مدیریت آموزش

شاید بتوان همه سیستم‌های نیروهای انسانی مانند برنامه‌ریزی و هدایت، جذب و کارمندیابی، تجزیه و تحلیل شغل و بقیه زیرسیستم‌ها را به صورت الکترونیک نیز طراحی و اجرا کرد. نبود ویژگی‌های نوآورانه در طراحی زیرسیستم‌های مدیریت منابع انسانی الکترونیک می‌تواند تا حد زیادی از شکل‌گیری و گسترش رفتارهای نوآورانه در مدیریت منابع انسانی جلوگیری کند.

مدارکی وجود دارند که نشان می‌دهد فرهنگ تاثیر زیادی بر چگونه تصمیم گرفتن مدیر و انجام وظایف شان دارد. پیامدهای فرهنگی برای مدیریت می‌تواند در دو سطح مورد توجه قرار بگیرد. در سطح اولیه فرهنگ ممکن است بر مفهوم حرفه ای چیزی که بطور عملی در سازمان وجود دارد تاثیر بگذارد.

در سطح ثانویه ممکن است تئوری‌های اساسی مدیریت باشد. فرهنگ بصورت پدیده ای مورد توجه قرار می‌گیرد که کل زمان ما را در بر می‌گیرد و بطور پیوسته بوسیله برخوردهای ما با دیگران شکل می‌گیرد. بر مبنای اهمیت فرهنگ در مدیریت افراد و بوسیله مورد توجه قرار دادن خصوصیات فرهنگی ایرانیان پیشنهاد می‌شود که پوسته فرهنگی به مدل EFQM برای سازمانهای ایرانی اضافه شود.

برای مثال یک سازمان با دانستن فرهنگ ایرانی می داند که جهت گیری افراد بیشتر به سمت گذشته می باشد؛ و می داند که افراد بیشتر تمایل دارند کار تکراری را انجام دهند تا باورهای جدیدی داشته باشند؛ بنابراین این سازمان در تلاش برای تطابق با برنامه های آموزشی می باشد که هدف آن آشناتر کردن کارمندان با فناوری های جدید یا بدست آوردن صنعتی است که در حال کار با آن می باشد.

بر مبنای مدل بهینه نتیجه چنین روشی می تواند از طریق نتایج فردی اندازه گیری شود. در این بخش تیم مدیریت سازمانی تعیین می کند که چگونه آموزش آن ها موثر بوده و اگر نتوانند به نتایج رضایت بخشی دسترسی پیدا کنند می توانند از روش جدیدی استفاده کنند. برای مثال پاداش یا ارتقا را مورد توجه قرار دهند. روی هم رفته باید این نکته را ذکر کرد که همانطور که فرهنگ یک مفهوم ناپایدار می باشد در طول سالیان تغییر می کند.

تحول فرهنگی در ایران نیز مورد بررسی قرار گرفته است. برای مثال اخیرا زنان در بیشتر سازمانها فعالیت می کنند و مدیران تحصیلکرده بیشتری در حوزه مدیریتی وجود دارد نسبت به مدیران مهندسی که به آن ها توجه می شود؛ بنابراین در ایران تمایل به مدیریت منابع انسانی استراتژیک را بپذیرند.

بر مبنای نکات بالا این تحقیق پیشنهاد می دهد که مدل کلی EFQM تحت پوشش پوسته فرهنگی قرار دارد تا آنرا با هر کشور و فرهنگ سازمانی تطابق دهد. نویسندگان بر این باور است که پس از داشتن همه مراحل ذکر شده در مدل بهینه در انتها بهتر است که یک مرحله مرور/ بازبینی نیز داشته باشیم

در این مرحله مدیریت سازمانی این فرصت را پیدا می کند تا تغییراتی را در فرآیند کلی بوجود بیاورد و مراحل مهم را ذکر کند و تغییراتی را در بخش های از آن بوجود بیاورد. این تحقیق به سازمانهای ایرانی پیشنهاد می دهد که بازبینی را نسبت به نتایج انسانی داشته باشند چون ممکن است اولین بار باشد که از این مدل استفاده می کنند تا مدیریت منابع انسانی شان را انجام دهند. سپس آن ها می توانند بررسی کنند که تا چه حد فرآیند کلی موثر بوده است تا کارمندان شان با استراتژی های منابع انسانی هم تراز بشوند. سازمانها همچنین می توانند این استراتژی را دوباره ارزیابی/بازبینی کنند. آن ها می توانند ببینند که آیا استراتژی قادر به رساندن آن ها به بهترین خدمات و محصولات است و اینکه تاثیر گذاری آن بر مسئولیت پذیری های جامعه چگونه می باشد. سازمانهای ایرانی می توانند همچنین ابزارهای پیشرفت شان را بررسی کنند در مراحل فرآیند تا ببینند که آن ها چه تاثیری دارند. درس های آموزشی در میان دو ابزار پیشرفت یکی از آیت های است که می تواند مورد بازبینی قرار بگیرد. مدیران می توانند تاثیرگذاری سرمایه گذاری در درس آزمایشی را بررسی کنند و تصمیم بگیرند که آیا می خواهند آن برنامه را ادامه دهند یا آن ها را تغییر دهند.

مدیران همچنین می تواند ابزار ارزشیابی را بررسی کنند که یکی از ابزارهای پیشرفت در سازمانشان می باشد. آن ها می توانند بررسی کنند که آیا ارتقاء، پاداش گرفتن یا سایر موارد برای تولید نتایج نو بهتر است یا نه؛ به عبارت دیگر آن ها می توانند ببینند که آیا می توانند ابزار ارزشیابی درستی داشته باشند یا اینکه نیاز به تغییر آن ها وجود دارد (یاراحمدی خراسانی، ۱۳۹۴).

منابع

- شیروانی، علیرضا (۱۳۹۵). پایگاه جامع مدیریت
- جزنی، نسرین. ۱۳۹۸. مدیریت منابع انسانی ویرایش دوم. تهران: نی.
- دسلر، گری. ۱۳۹۸. مبانی مدیریت منابع انسانی. چاپ دوم. ترجمه علی پارسائیان سید محمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- دعائی، حبیب... ۱۳۹۲. مدیریت منابع انسانی: نگرش کاربردی تهران: مؤلف.
- یاراحمدی خراسانی، مهدی (۱۳۹۴). مدیریت سبز، پایگاه جامع مدیریت
- Armstrong, M. 2014. A handbook of personnel management practice. 4th ed. London: Kogan Page.
- Byun, D. 2012. Human Resource Management. In Encyclopedia of Library and Information Science Vol. 59. Edited by Allen Kent. New York: Marcel Dekker.
- DeCenzo, D.A., and Robbins, S. P. 2014. Personnel/ Human Resource Management. 3rd ed. London: Printice-Hall.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R. Gerhart, B., and Wright, P. M. 2017. Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage. 3rd ed. Boston: Mc Graw-Hill.
- Scapello, V. G., and Ledvinka, J. 1988. Personnel/Human resource Management. Boston: PWS-Kent.
- Sherman, A. W., Bohlander, G.W., and Chruden, H. J. 1988. Managing Human resource. 8th ed. Cincinnati: South- Western.
- Sherman, A., Bohlander, G. and Snell, S. 1998. Managing Human Resources. 11th ed. Cincinnati: south-Western.

بررسی میزان تاثیر انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۸/۰۵

تاریخ پذیرش: ۹۹/۱۰/۰۲

کد مقاله: ۱۶۸۸۱۷

ایرج مرادی^۱

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی میزان اثربخشی انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده می‌باشد. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی از نوع همبستگی می‌باشد. حجم جامعه آماری دبیران ورزش شاغل در کلیه مدارس شهرستان نقده می‌باشد که حجم نمونه ۱۳۶ نفر بوده است؛ که کل جامعه آماری به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد مهارت‌های ارتباطی (بارتون جی ای) و توسعه حرفه‌ای (پاترسون) استفاده گردیده است. هر دو پرسشنامه دارای روایی و پایایی قابل‌اعتماد می‌باشند (۰/۸۵۱ و ۰/۹۴۱)؛ و به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در روش‌های آمار توصیفی، استنباطی از معادلات ساختاری استفاده گردیده است. نتایج نشان داد انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران ورزش در تمام ابعاد تأثیر دارد؛ و همچنین انگیزه یادگیری بر کل مؤلفه‌های مهارت‌های ارتباطی دبیران مؤثر است در نتیجه می‌توان اذعان نمود یادگیری بر توسعه‌های حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی دبیران تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: انگیزه یادگیری، مهارت‌های ارتباطی، کلامی، غیر کلامی، بازخورد، خودافشایی، دبیران، توسعه‌های حرفه‌ای

۱- مقدمه

در دهه‌های اخیر به این مطلب تأکید شده است که آموزش و پرورش زیربنای توسعه اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی هر جامعه است. بررسی عوامل مؤثر در پیشرفت و ترقی جوامع نشان می‌دهد که همه این کشورها آموزش و پرورش توانمند و کارآمدی داشته‌اند. نگاهی به تاریخ ملل نیز بیان‌کننده این واقعیت است که دوران شکوفایی و درخشیدن آن‌ها با رشد و پویایی نظام‌های آموزش و پرورش آنان مقارن بوده است. از سوی دیگر امروزه تعلیم و تربیت آدمی را از دشوارترین، ظریف‌ترین و پرمهرترین کارهای انسان می‌دانند آن را کاری پراچ و وقت‌گیر توصیف می‌کنند که ثمره و نتایج قطعی و نهایی آن دیر به بار می‌آید در این میان معلمان برترین نقش را به عهده دارند و نقطه آغاز هر تحول و آموزش و پرورش به شمار می‌روند. همه کشورها به معلمان اثربخش و با انگیزه به‌عنوان یکی از ارکان اصلی آموزش و پرورش نیاز دارند تا بتوانند جوانان خود را در قالب سیستم تعلیم و تربیت خود پرورش داده و برای آینده ای بهتر مجهز کنند ولی در شرایط فعلی نیاز ما به چنین ملمانی خیلی بیشتر از سایر کشورهاست. حال سؤال این است که عوامل ایجادکننده انگیزه معلمی چیست؟ این عوامل چه نقشی در بالا بردن کیفیت آموزشی دارند. یکی از بارزترین و برجسته‌ترین برنامه‌ها و خطوط تحقیقاتی که در کشورهای متمدنی و در حال توسعه وجود دارد تحقیق در زمینه شناخت ویژگی‌های انگیزشی دنیای معلمی است تا بدانند که یک معلم موفق دارای چه ویژگی انگیزشی و رفتاری است و این ویژگی چگونه در بالا بردن کیفیت امر آموزش مؤثرند؛ و یک موضوع مهم «مهارت ارتباطی» در مدرسه است، روابط انسانی در نتیجه برقراری ارتباط پدید می‌آید. یک وجه مهم ارتباط در مدرسه ارتباط متقابل دبیر و دانش‌آموزان است. چرا که در سازمان مدرسه، افراد مختلفی با یکدیگر ارتباط دارند و جهت دست‌یابی به اهداف مورد نظر فعالیت می‌کنند مهارت ارتباطی آن قدر اهمیت دارد که صاحب نظران علم مدیریت و سازمان، مدیریت را علم، هنر و فن برقراری روابط با دیگران و انجام دادن کار توسط آن‌ها می‌دانند. رابینز (پارسایان و اعرابی ۱۳۷۹)

حرفه‌ای شدن معلمان بر جنبه‌های تکنیکی و حرفه‌ای تدریس و ارتقاء موقعیت اجتماعی حرفه معلمی متمرکز است. حرفه‌ای شدن فرآیندی است که به وسیله آن انجام یک حرفه یا شغل مستلزم داشتن مهارت‌های ویژه‌ای می‌شود. معلم حرفه‌ای باید درک عمیق تری از دانش محتوایی، رشد کودک، سبک‌های یادگیری، راهبردهای تدریس و مجموعه‌ای جدید از ارزش‌ها همراه با احترام به تفاوت‌های فردی، همکاری با همکاران و گرفتن بازخورد مداوم از تدریس و قابلیت هدایت و تغییر و ارتباط مؤثر داشته باشد. رویکرد‌های جدید در تربیت و آموزش مداوم معلمان، براساس توسعه مفهوم رویکرد سیستمی به آموزش، در نظر گرفتن تدریس به عنوان فعالیت حرفه‌ای و سیاست‌های حمایت‌کننده توسعه حرفه‌ای به وجود آمده و آموزش نیاز مداوم زندگی حرفه‌ای معلمان شده است (بارون ۲۰۱۷) بررسی عوامل انگیزشی و مطالعه روش مهارت‌های ارتباطی دبیران و پی بردن به این مطلب که چه عواملی در انگیزه یادگیری دبیران مؤثر است و چه روش‌های در ایجاد ارتباط سازنده بین دبیران مؤثر است از اهمیت خاصی برخوردار است. تعلیم و تربیت مقامها و مسئولان اجرایی و سیاست‌گذاران آموزشی بسیار قابل توجه و با اهمیت است جستجو در مسأله انگیزش، پاسخ چارهای رفتاری آدمی است. چرا انسان در سازمان کار می‌کند؟ چرا بعضی افراد بسیار فعال و برخی کم کارند؟ علت علاقه به شغل و بی‌علاقگی به کار چیست؟ این سؤالات و بسیاری دیگر همه با موضوع انگیزش در ارتباط اند و پاسخ آن‌ها در انگیزش و انگیزه‌های کارکنان خلاصه می‌شود. شاکتر^۱ و دیگران کشف کرده‌اند که دگرگونی در حالت عادی و نگرشی کارکنان بر عملکرد آنان تأثیر ندارد، به شرط اینکه عملکرد لازم ماهیتی قالبی داشته و از توجه یا تفکر بی‌نیاز باشد. هر چند برخی از شغلها همانند (معلمی) به تفکر و توجه کامل نیاز دارد. این یافته‌ها در یک مطالعه آزمایشگاهی توسط محقق تکرار شده است به طور کلی انگیزش را می‌توان حالتی در افراد دانست که آنان را به انجام رفتار و عمل خاصی متمایل می‌سازد؛ که این خود نیز موجب احساس مسئولیت، درک عمیق از شغل و از خود گذشتگی می‌شود. نظام‌های مختلف آموزشی در سایر کشورها هر یک متناسب با شرایط و موقعیت‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی و... برنامه‌ها و فعالیت‌های خاصی را طراحی و اجرا می‌نمایند. لذا با توجه به موارد ذکر شده و با توجه به علاقه پژوهشگر برای اجرای این تحقیق و برای بهبود عملکرد دبیران هدف مطالعه در این مورد را دو چندان می‌نمود. تا پیشنهادات لازم جهت ایجاد انگیزه و ارتقاء مهارت‌های ارتباطی دبیران ارایه گردد.

۲- بیان مسأله

بدون شک پدیده یادگیری، مهمترین پدیده روانی در انسان و موجودات تکامل یافته می‌باشد، به این دلیل که پایه و اساس بسیاری از مسائلی است که موجب می‌شود انسان از نظر روانی از سایر موجودات و دیگر هم‌نوعان خود متمایز گردد. روان‌شناسی یادگیری یکی از مباحث بنیادی در علم روان‌شناسی می‌باشد که تحقیقات و بررسی‌های فراوانی را از سوی دانشمندان این علم به خود اختصاص داده و نظریات گوناگونی در خصوص آن عنوان شده است. اهمیت و ارزش یادگیری در نزد آدمی هنگامی نمایان

می‌شود که ما را از تمام آنچه آموخته‌ایم محروم سازند. در این صورت با آنکه از نظر فیزیولوژیک، فردی بالغ و طبیعی خواهیم بود؛ اما از نظر مسائل روانی به دوره‌های کودکی برگشت خواهیم کرد (قشلاقی، ۱۳۷۸).

یادگیری یکی از مهمترین زمینه‌ها در روان‌شناسی امروز و در عین حال یکی از مشکل‌ترین مفاهیم برای تعریف کردن است. در فرهنگ امریکایی هریتج یادگیری این‌گونه تعریف شده است: «کسب دانش، فهمیدن یا تسلطیابی از راه تجربه یا مطالعه»؛ اما بیشتر روان‌شناسان این تعریف را نمی‌پذیرند؛ زیرا در آن اصطلاحات مبهم دانش، فهمیدن و تسلطیابی به کار رفته‌اند. در عوض روان‌شناسان در سال‌های اخیر به تعریف‌هایی تمایل نشان داده‌اند که به تغییر در رفتار مشاهده‌پذیر اشاره می‌کنند. معروف‌ترین این تعریف‌ها تعریفی است که به وسیله کیمبل پیشنهاد شده است. کیمبل یادگیری را این‌گونه تعریف کرده است:

مهمترین عامل کیفیت کنش و واکنش‌هایی است که میان معلمان و دانش‌آموزان اتفاق می‌افتد. عناصر این تعامل، دانش، مهارت و حساسیت معلم از یک سو و انتظارات یادگیری، وضعیت اقتصادی و اجتماعی و ویژگی فرهنگی یادگیرندگان از سوی دیگر هستند که موفقیت یا شکست آموزش و پرورش را تعیین می‌کنند؛ بنابراین به کار گماردن توان‌ترین و شایسته‌ترین افراد برای حرفه معلمی حیاتی‌ترین مساله است و حیاتی‌تر از آن برنامه‌های تربیت معلم و آموزش‌های ضمن خدمت است که با کیفیت برتر و بالاتر فراهم آیند و برای معلمان این فرصت پیش‌آید تا دانش و مهارت خویش را در طول دوران خدمت افزایش دهند. کیفیت هر نظام آموزشی در نهایت به کیفیت معلمان آن جامعه وابسته است (روؤف، ۱۳۹۶، ص ۴۳۷). هدف اساسی ارتباطات در سازمان‌ها تسهیل تمام مراحل کار است. سرپرستان و کارکنان نیازمند آن هستند که جریان مداومی از اطلاعات به‌منظور انجام دادن صحیح وظایف ادامه داشته باشد. اگر ارتباطات صحیح در محیط کار صورت نگیرد، دبیران نمی‌توانند بر اساس اطلاعات واقعی تصمیم‌گیری کنند و چه بسا به دلیل وجود ارتباطات ناصحیح، تصمیم‌گیری منجر به ایجاد اختلال در کارها بشود. اگر ارتباطات تحریف‌شده، به ویژه هنگام تصمیم‌گیری، آثار آن ممکن است منجر به ارضای بعضی افراد شود تا اینکه متوجه اهداف سازمانی گردد. همچنین منجر به ایجاد تضاد بین افراد سازمان می‌گردد (رابینز، ۲۰۱۵: ۳۱۵). در حالی که ارتباطات مؤثر به هدایت فعالیت‌های جمعی می‌انجامد و دستیابی به اهداف سازمانی را تسهیل می‌کند. امروزه، علاوه بر نقش ارتباطات در عملکرد سازمانی، معیاری مهم و ضروری نیز برای روابط مدیریت و کارکنان و دبیران با دانش‌آموزان و رضامندی شغل کارکنان به شمار می‌آید. ارتباطات مؤثر ابزاری است که براساس، عملکرد خوب مدیریت بنیان نهاده می‌شود و با وجود آن ضرورت تشکیل اتحادیه‌ها در سازمان از بین می‌رود. ارتباطات مؤثر یک محیط کاری به دور از هر گونه مسئله را تضمین نمی‌کند، اما غیاب آن منجر به ایجاد شکایت‌های متعدد و اختلافات زیاد در محیط کاری می‌شود. لذا از آنجایی که تمام مدیران با انسان‌ها سرو کار دارند و می‌خواهند با همکاری آن‌ها به اهداف گروهی دست یابند، توانایی برقراری ارتباطات مؤثر، به عنوان یک دانش ضروری برای تمام مدیران مد نظر است. حرفه‌ای شدن معلمان بر جنبه‌های تکنیکی و حرفه‌ای تدریس و ارتقاء موقعیت اجتماعی حرفه معلمی متمرکز است. حرفه‌ای شدن فرآیندی است که به وسیله آن انجام یک حرفه یا شغل مستلزم داشتن مهارت‌های ویژه‌ای می‌شود. معلم حرفه‌ای باید درک عمیق تری از دانش محتوایی، رشد کودک، سبک‌های یادگیری، راهبرهای تدریس و مجموعه‌ای جدید از ارزش‌ها همراه با احترام به تفاوت‌های فردی، همکاری با همکاران و گرفتن بازخورد مداوم از تدریس و قابلیت هدایت و تغییر و ارتباط مؤثر داشته باشد. رویکرد‌های جدید در تربیت و آموزش مداوم معلمان، براساس توسعه مفهوم رویکرد سیستمی به آموزش، در نظر گرفتن تدریس به عنوان فعالیت حرفه‌ای و سیاست‌های حمایت‌کننده توسعه حرفه‌ای به وجود آمده و آموزش نیاز مداوم زندگی حرفه‌ای معلمان شده است. لذا با توجه به نیاز حرفه‌ای شدن دبیران ورزش این تحقیق با طرح سؤال اصلی تحقیق در پی آن است تا با مطالعه و بررسی منابع و تحلیل داده‌ها راهکارهای کاربردی جهت ارتقا دانش و حرفه‌ای دبیران ارایه نماید.

آیا انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد؟

۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

«مربیان و دست‌اندرکاران تعلیم و تربیت در کشورهای مختلف در دهه‌های آینده با این سؤال و مسأله پیچیده مواجه اند که چگونه می‌توان کیفیت آموزش و پرورش دانش‌آموزان خود را بهبود بخشند. در این مسیر راههای مختلفی برای اصلاح و بهبود نظامهای آموزشی وجود دارد» (فلور، ۲۰۱۶). مثلاً می‌توان منابع مالی و هزینه‌های مدارس را افزایش داد یا سازماندهی کلاسها و مدارس را تغییر داد. به علاوه می‌توان مواد آموزشی بهتری برای دانش‌آموزان فراهم کرد و کیفیت برنامه‌های آماده‌سازی و کارآموزی معلمان را اصلاح کرد. شواهد بسیاری داریم که نشان می‌دهد، ایجاد تغییر و اصلاح در آنچه که «عوامل آموزشی» یا مدرسه‌ای نامیده می‌شود، اثر بزرگی بر یادگیری دانش‌آموزان در کشورهای در حال توسعه داشته است (آوالس^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). در حقیقت تأثیر عوامل مزبور در ممالک در حال توسعه در مقایسه با کشورهای توسعه یافته یا صنعتی بیشتر بوده

1 - Fuller

2 - Avalos

است (فارل^۱، ۲۰۱۴) با این حال نقش و اهمیت انگیزه معلمان بیش از مسائل مطرح شده می‌باشد؛ زیرا در دره سال گذشته، مربیان و دست اندرکاران هر چه بیشتر دریافته اند که هر گونه اصلاح و پیشرفتی در کیفیت آموزشی دانش آموزان به طور مستقیم به کیفیت آموزش معلمان بستگی دارد. به همین ترتیب اثربخشی آموزشی تا حدود زیادی به اثربخشی معلمان مربوط است. در واقع بدون تأیید و تصدیق معلمان، حتی بهترین و غنی ترین مواد آموزشی نیز در قفسه های بایگانی به غبار فراموشی سپرده می شوند؛ بنابراین جهت اصلاح و پیشرفت اساسی در کیفیت آموزش و پرورش دانش آموزان لازم است فرایند آموزش و چگونگی اثربخشی معلمان را در کلاس های درس مورد بررسی و مطالعه قرار دهیم؛ و در این میان توجه به عوامل انگیزشی معلمان می تواند در اولویت های این بررسی قرار گیرد. معلم از یک سو باید محتوا و روش های دانش زمان خود را به نسل جوان منتق سازد و آنان را آماده کشف اندیشه های نو کند و از سوی دیگر رشد جسمی، شناختی و عاطفی آموزندگان را به گونه ای رهبری کند که استقلال فکری، مسئولیت اجتماعی، قدرت ابتکار، آزاد اندیشی و دهها صنعت دیگر به صورت عادات پایدار در دانش آموزان به وجود آورند. چنین امری بدون داشتن انگیزه های شغلی -اگر غیرممکن نباشد- به دشواری تحقق می یابد. بدین خاطر شناخت عوامل ایجاد کننده انگیزه های شغلی یکی از اهداف بسیار مهم و تعیین کننده افزایش کیفیت آموزش و کارایی نظام آموزش و پرورش می تواند باشد. علاوه با عنایت به این که یکی از مشکلات نظام های آموزش و پرورش در سراسر جهان افت تحصیلی و جامعه ما هم در این رهگذر سالانه میلیاردها ریال از سرمایه کشور و میلیاردها ساعت از عمر مفید قشر جوان که می بایست در مسیر سازندگی و قطع وابستگی از کشورهای خارجی مصرف گردد، به هدر می رود. در این راستا نقش معلم در پیشگیری از این افت حیاتی است. لذا شناخت معلم و کشف نیازها و عوامل ایجاد کننده انگیزه های وی می تواند در پیشرفت تحصیلی دانش آموزان مؤثر باشد. با وجود ضرورت های بیان شده و از آنجایی که در کشور ما تا کنون تحقیقی بدین شکل انجام نشده است، این پژوهش در نوع خود بدیع می باشد. لذا بر آن شدیم که قدمی هر چند کوچک ولی علمی در این راه برداریم. هر چند پژوهشهای انجام شده نشان می دهد که کارکنانی که انگیزه شغلی لازم را ندارند، تعهد و دلبستگی به شغل از خود نشان نمی دهند و از آن احساس رضایت نمی کنند. همواره تا آخرین روزهای زندگی شغلی خود هم خود رنج می برند و هم به دیگران اگر معلم باشند موجب ناسامانیهای رفتاری، عاطفی و آموزشی دانش آموزان می شوند. با توجه به این زمینه های نتایج بدست آمده از این پژوهش برای معلمان تربیت بدنی دوره های مختلف تحصیلی (ابتدایی، راهنمایی و متوسطه) دانشجویان رشته های دبیری، برنامه ریزان آموزشی، سیاست گذاران کلان آموزش و پرورش، مدیران مدرسه، اولیای دانش آموزان و همه اقشار دست اندرکاران تعلیم و تربیت و حتی مراکز تولیدی، صنعتی که کارکنانی را در اختیار دارند، می توانند مورد استفاده قرار گیرد.

۴- پیشینه تحقیقات پیشین

احمدی (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان عوامل مؤثر بر انگیزه یادگیری و توسعه حرفه ای دبیران ورزش در مقطع متوسطه دوم در استان تهران گزارش نمود علاقه به یادگیری و رشد حرفه ای دبیران ورزش به تخصص و اهمیت ورزش در مدارس و عملکردی و مربیگری دبیران وابسته است.

بررسی پژوهش های انجام شده در خصوص میزان دانش، توانایی ها و نگرش های آموزشی -شغلی معلمان بیانگر این واقعیت است که تسلط همه جانبه معلمان در زمینه های تربیتی و تخصصی حرفه خویش به میزان مطلوب فراهم نیست (عصاره و رزی، ۱۳۹۳) و توسعه حرفه ای معلمان به شکل کنونی تأثیر خیلی کمی بر روش های تدریس، سازماندهی مدارس و برنامه های درسی و آنچه دانش آموزان باید یاد بگیرند داشته است (عبدالهی و صفری، ۱۳۹۵).

مهربان (۱۳۹۷) در تحقیق خود تحت عنوان «رابطه مهارت های ارتباطی معلمان و تعهد سازمانی آنان مدارس دولتی متوسطه ناحیه ۶ مشهد» نتیجه می گیرد که:

۱- مهارت های ارتباطی معلمان و مؤلفه های سه گانه آن (مهارت های کلامی، شنیداری، بازخور) با تعهد سازمانی آنها رابطه معنی داری وجود دارد.

۲- بین مهارت های ارتباطی معلمان برحسب رشته تحصیلی آنان تفاوت معنی داری وجود ندارد. لویس (۲۰۰۲)، کریئر (۲۰۰۰)، باچینسکی و هانسن (۲۰۱۰) و انو و فریرا (۲۰۱۰) درس پژوهی را به عنوان الگویی مطلوب برای توسعه حرفه ای معلمان معرفی کرده اند. گیبل و برنز (۲۰۰۵) مدل های توسعه حرفه ای معلمان را در سه دسته زیر طبقه بندی کرده اند. ۱- توسعه حرفه ای استاندارد، ۲- توسعه حرفه ای مبتنی بر سایت و ۳- توسعه حرفه ای خودگردان (یادگیری مستقل). از نظر لوکس-هورسلی و همکاران (۲۰۱۰) مولفه های دانش و باورها، زمینه، مباحث مهم و کلیدی و راهبردها در طراحی چارچوب توسعه حرفه ای مؤثرند. چارچوب طرح توسعه حرفه ای گریفیت و همکاران (۲۰۱۰) شامل تمرکز بر محتوا، یادگیری جمعی، یادگیری فعال، اقدامات مبتنی بر پژوهش، مربیگری و راهنمایی بود. لوین (۲۰۱۴) و آنتونیو و کایریا کیداس (۲۰۱۵) بیان کرده اند که برنامه

توسعه حرفه‌ای مداوم و با کیفیت بالا در توسعه تفکر معلمان و اثربخشی آنان در امر آموزش و یادگیری نقش مهمی دارد. از نظر ریشتر و همکاران (۲۰۱۱) لازمه موفقیت تلاش‌های انجام شده در زمینه بهسازی آموزش و پرورش، توسعه حرفه‌ای و افزایش دانش و مهارت معلمان است. مارکس (۲۰۱۶) بیان کرده است که معلمان به‌منظور دستیابی به اهداف یادگیری، علاوه بر پیروی از استانداردهای آموزشی بایستی مهارت و تخصص حرفه‌ای خود را ارتقاء بخشند. فسلر (۲۰۱۹)، به‌منظور افزایش مهارت‌ها و دانش حرفه‌ای معلمان هفت رویکرد زیر را پیشنهاد کرده‌اند. ۱- الگوی آموزش شغلی، ۲- مشاهده یا ارزیابی، ۳- در برگرفتن فرایند بهبود یا توسعه، ۴- گروه‌های مطالعاتی، ۵- اقدام‌پژوهی، ۶- فعالیت‌های هدایت شده فردی و ۷- نظارت بالینی. کندی (۲۰۱۵) مربیگری هم‌ا، اقدام پژوهی و انجمن‌های یادگیری را برای توسعه حرفه‌ای مداوم معرفی کرده است.

یونسکو (۲۰۰۳؛ به نقل از مهری و خیراندیش، ۱۳۹۳) مدل‌های رشد حرفه‌ای معلمان را در دو گروه زیر تقسیم‌بندی کرده است. ۱- الگوهای انفرادی یا گروه‌های کوچک شامل نظارت سنتی و کلینیکی، مطالعه موردی، رشد حرفه‌ای خودراهبری، توسعه مشارکت‌های همکارانه، مدل‌های پروژه محور، پژوهش عمل‌نگر و مربیگری و ۲- مدل‌های مشارکت سازمانی شامل مدارس رشد حرفه‌ای، مشارکت مدرسه-دانشگاه، همکاری‌های حرفه‌ای بین سازمان‌های آموزشی، شبکه‌های معلمان و آموزش از راه دور. ایمن، بانک و یاماگاتا -لینچ (۲۰۰۵) الگوی توسعه حرفه‌ای انجمن معلمان برای دانش برنامه درسی مربوط به یکپارچه‌سازی فناوری را ارائه نمودند. تان و آنگ (۲۰۱۶) در پژوهش خود برنامه توسعه حرفه‌ای مبتنی بر مدرسه را ارائه کرده‌اند. گالو-فاکس و اسکاتل بوری (۲۰۱۶) و ایرلی و همکاران (۲۰۱۷) تدریس مشارکتی را به‌عنوان الگویی برای توسعه حرفه‌ای معلمان معرفی کردند. جیم‌یانیس (۲۰۱۰)، چارچوب یکپارچه فناوری آموزشی را به‌عنوان راهبردی برای توسعه حرفه‌ای معلمان علوم معرفی نمود. ژائو (۲۰۱۸) راهبرد مدیریت دانش مدرسه را به‌عنوان دیدگاه جدید در توسعه حرفه‌ای معلمان ارائه نموده است. این استراتژی‌ها شامل بهسازی سازمانی مدارس و رهبری دانش، ایجاد مدرسه یادگیری و گسترش فرهنگ سازمان یادگیرنده، استقرار نظام مدیریت دانش توسعه حرفه‌ای معلمان، تشویق یادگیری تیمی، آموزش همکاری و به اشتراک‌گذاری دانش و ایجاد سازوکار ارزیابی عملکرد برنامه‌های توسعه حرفه‌ای هستند.

هانتلی (۲۰۱۷) توسعه حرفه‌ای معلمان را در ۶ دسته آماده سازی مناسب برنامه ریزی و سازماندهی کلاس، داشتن دانش پایه عمیق جهت تسهیل یادگیری، استفاده از راهبردهای مختلف مدیریت رفتار فراگیران، برقراری ارتباط مؤثر با ذینفعان مدرسه، حرفه‌ای عمل کردن و خودآگاهی طبقه بندی نمود (ترجمه قنبری، ۱۳۹۳).

سارجین لرسن (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان «اثربخشی برنامه های هدایت معلم در پیشرفت و بهبود مهارت های ارتباطی، مهارت های مدیریتی و اجتماعی شدن» انجام داد. یافته های پژوهش نشان می دهد که مهارت های ذکر شده در برنامه های رسمی و غیررسمی هدایت معلمان تازه کار، تفاوت معنی داری با یکدیگر نشان می دهد. در برنامه های رسمی، پیشرفت بیشتری در عملکرد معلمان تازه کار نسبت به مدرسه شان ایجاد می شود.

۵- روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ نوع پژوهش، پژوهش کاربردی است و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها جزو پژوهش های توصیفی تحلیلی از نوع پیمایشی است و با توجه به اینکه جامعه آماری این پژوهش را دبیران تربیت بدنی کل مدارس دولتی شهرستان نقده در سال تحصیلی ۹۸-۹۷ تشکیل داده است، این پژوهش به صورت مقطعی بوده است. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل دبیران تربیت بدنی مدارس دولتی شهری در شهرستان نقده در سال تحصیلی ۹۷-۹۸ بود؛ که طبق گزارش واحد تربیت بدنی اداره حجم جامعه آماری ۱۳۶ نفر می‌باشد. با توجه به اینکه حجم جامعه آماری کم بود کل جامعه از روش سر شماری به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و پرسشنامه تکمیل نمودند.

۶- آزمون فرضیه اصلی

با توجه به جدول ۱ ملاحظه می گردد، از آنجایی که در تمامی متغیرها مقدار بتای کل بیشتر از ۰,۳۳، بدست آمده از این رو تمامی فرضیات مورد تایید قرار گرفته اند و با این اوصاف می توان اینگونه استنباط کرد: فرضیه اصلی پژوهش حاکی از اینست که متغیر انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی تأثیر دارد که با توجه به اینکه مقدار اثر کل بدست آمده برای این رابطه بزرگتر از عدد ۰,۶ بدست آمد، از این رو این همبستگی بسیار مطلوب است و بنابراین این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد.

جدول ۱- بررسی فرضیه اصلی (ماخذ: نگارنده)

نتیجه	مقدار بتای استاندارد				فرضیه اصلی
	β_3	β_2	۰,۶۶		
تایید	رفتار نو آورانه	روانشناسی مثبت گرا	اثر کل	اثر غیرمستقیم	انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای و مهارت‌های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد.
	۰,۳۳	۰,۹۱	۱,۶۴	۰,۱۹۱۴	

۱- در فرضیه اول پژوهش ادعا شده بود که انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد برنامه ریزی تأثیر دارد که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۲؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۲۲,۱۸) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۲- بررسی فرضیه یک (ماخذ: نگارنده)

نتیجه	معناداری	مقدار بتای استاندارد	فرضیه یک
تایید	۲۲,۱۸	۰,۹۲	انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد برنامه ریزی تأثیر دارد.

۲- در فرضیه دوم پژوهش ادعا شده بود که انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد حرفه‌ای عمل کردن تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۳؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱,۹۷) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۳- بررسی فرضیه دو (ماخذ: نگارنده)

نتیجه	معناداری	مقدار بتای استاندارد	فرضیه دو
تایید	۱۱,۹۷	۰,۴۱	- انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد حرفه‌ای عمل کردن تأثیر دارد.

۳- در فرضیه سوم پژوهش ادعا شده بود انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد مدیریت بر رفتار فراگیران تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۴؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۹,۳۳) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۴- بررسی فرضیه سه (ماخذ: نگارنده)

نتیجه	معناداری	مقدار بتای استاندارد	فرضیه سه
تایید	۹,۳۳	۰,۳۳	انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد مدیریت بر رفتار فراگیران تأثیر دارد.

۴- در فرضیه چهارم پژوهش ادعا شده بود انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد دانش عمیق فراگیران تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۵؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۹,۸۳) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۵- بررسی فرضیه چهار (ماخذ: نگارنده)

فرضیه چهار	مقدار بتای استاندارد	معناداری	نتیجه
انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران ورزش در بعد دانش عمیق تأثیر دارد	۰,۵۳	۹,۸۳	تایید

۵- در فرضیه پنجم پژوهش ادعا شده بود انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران در بعد برقراری ارتباط تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۶؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۸,۷۳) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۶- بررسی فرضیه پنج (ماخذ: نگارنده)

فرضیه پنج	مقدار بتای استاندارد	معناداری	نتیجه
انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه‌ای دبیران ورزش در بعد برقراری ارتباط تأثیر دارد	۰,۵۱	۸,۷۳	تایید

۶- در فرضیه ششم پژوهش ادعا شده بود انگیزه یادگیری بر مهارت‌های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۷؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱,۵۳) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۷- بررسی فرضیه شش (ماخذ: نگارنده)

فرضیه شش	مقدار بتای استاندارد	معناداری	نتیجه
انگیزه یادگیری بر مهارت‌های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد	۰,۶۶	۱۱,۵۳	تایید

۷- در فرضیه هفتم پژوهش ادعا شده بود - انگیزه یادگیری بر مهارت کلامی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۸؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۰,۷۲) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۸- بررسی فرضیه هفت (ماخذ: نگارنده)

فرضیه هفت	مقدار بتای استاندارد	معناداری	نتیجه
انگیزه یادگیری بر مهارت کلامی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد.	۰,۴۶	۱۰,۷۰	تایید

۸- در فرضیه هشتم پژوهش ادعا شده بود - انگیزه یادگیری بر مهارت غیر کلامی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد. که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۹؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱,۲۷) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۹- بررسی فرضیه هشت (ماخذ: نگارنده)

فرضیه هشتم	مقدار بتای استاندارد	معناداری	نتیجه
- انگیزه یادگیری بر مهارت غیر کلامی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد.	۰,۴۶	۱۱,۲۷	تایید

۹- در فرضیه نهم پژوهش ادعا شده بود - انگیزه یادگیری بر مهارت بازخورد دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد. که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۱۰؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۰,۷۳) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می‌باشد این اثر مستقیم می‌باشد.

جدول ۱۰- بررسی فرضیه هشت (ماخذ: نگارنده)

فرضیه نهم	مقدار بتای استاندارد	معناداری	نتیجه
- انگیزه یادگیری بر مهارت بازخورد دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد.	۰,۹۶	۱۰,۷۳	تایید

۱۰- در فرضیه دهم پژوهش ادعا شده بود - انگیزه یادگیری بر مهارت خود افشایی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۱۱؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱،۵۳) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. از طرفی چون عدد معنی داری به دست آمده مثبت می باشد این اثر مستقیم می باشد.

جدول ۱۱- بررسی فرضیه هشت (ماخذ: نگارنده)

نتیجه	معناداری	مقدار بتای استاندارد	فرضیه دهم
تایید	۱۱،۵۳	۰،۹۹	انگیزه یادگیری بر مهارت خود افشایی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد.

نتایج فرضیه اصلی نشان داد که متغیر انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای و مهارت های ارتباطی تأثیر دارد که با توجه به اینکه مقدار اثر کل بدست آمده برای این رابطه بزرگتر از عدد ۰ بدست آمد، از این رو این همبستگی بسیار مطلوب است و بنابراین این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. در تبیین فرضیه اصلی پژوهش با نظر رابینز مینی بر اینکه بین ارتباطات اثربخشی و بازدهی دبیران رابطه مستقیم وجود دارد، همچنین انگیزه یادگیری بر مهارت های ارتباطی دبیران تأثیر دارد. جنیس و کلی چهل سال پیش ارتباط را اینگونه تعریف کرده اند: ارتباط فرایندی است که طی آن شخص برقرارکننده ارتباط، محرکی (معمولاً کلامی) انتقال می دهد تا رفتار مخاطب را تغییر دهد.

رحیمی (۱۳۹۲) در تحقیق خود نیز به این نتیجه رسیده است که بین مهارت های ارتباطی دبیران و میزان انگیزش برای یادگیری ارتباط معناداری وجود دارد. کرمی (۱۳۹۳) در تحقیقی تحت عنوان «بررسی رابطه بین میزان مهارت های ارتباطی مدیران آموزشی و اثربخشی آنان از دیدگاه معاونین دبیرستان های مقطع متوسطه آموزش و پرورش ناحیه ۵ مشهد» به این نتیجه دست یافته است که بین میزان مهارت ارتباطی مدیران آموزشی مقطع متوسطه و اثربخشی آنان رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به نتایج تحقیقات کرمی، الهی، مهربان و رحیمی که در در فوق به آن ها اشاره شده فرضیه اصلی تحقیق حاضر نیز با نتایج آن ها همسو بوده و مؤید آن است.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای دبیران در بعد برنامه ریزی تأثیر دارد که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۲؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۲۲،۱۸) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. احمدی (۱۳۷۹) در تحقیق خود تحت عنوان «رابطه توسعه حرفه ای مدیران و انگیزه یادگیری مدارس دولتی متوسطه ناحیه ۶ مشهد» نتیجه می گیرد که: توسعه حرفه ای مدیران و انگیزه یادگیری آنان در مدارس رابطه معنی داری وجود دارد. وهرچه مدیران در یادگیری علاقه مند باشند در شغل شان حرفه ای تر عمل می کنند.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای دبیران در بعد حرفه ای عمل کردن تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۳؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱،۹۷) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. کرمی (۱۳۹۳) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که مدیران آموزشی بیشترین میزان نمره مهارت های ارتباطی خود را از حرفه ای عمل کردن کسب کرده اند.

نتایج نشان داد. انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای دبیران در بعد مدیریت بر رفتار فراگیران تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۴؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۹،۳۳) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد. مطالعات سارجین لرسن (۲۰۱۱) تحقیقی با عنوان «اثربخشی برنامه های هدایت معلم در پیشرفت و بهبود مهارت های ارتباطی، مهارت های مدیریتی بر رفتار و اجتماعی شدن» انجام داد. یافته های پژوهش نشان می دهد که مهارت های ذکر شده در برنامه های رسمی و غیررسمی هدایت معلمان تازه کار، تفاوت معنی داری با یکدیگر نشان می دهد. در برنامه های رسمی، پیشرفت بیشتری در عملکرد معلمان تازه کار نسبت به مدرسه شان ایجاد می شود.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای دبیران در بعد دانش عمیق فراگیران تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۵؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۹،۸۳) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر توسعه حرفه ای دبیران در بعد برقراری ارتباط تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۶؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۸،۷۳) می باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱،۹۶ می باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می گیرد.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر مهارت های ارتباطی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می دهد با توجه به جدول ۷؛ عدد معنی داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱،۵۳) می باشد و چون این مقدار

بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. در تبیین این فرضیه طبق نظر رابینز در برخی موارد اگر این جنبه از ارتباطات مورد توجه قرار نگیرد ارتباطات ناقص می‌ماند که این مسئله بر ارزشیابی عملکرد شغلی مدیران هم بی‌تأثیر نیست. رفتار مدیر است که می‌تواند این نتیجه‌گیری‌های حاصل از مقایسه تا حد زیادی مثبت و مطلوب نماید. مطالعات سارجین لرسن (۲۰۱۱) تحقیقی با عنوان «اثر بخشی برنامه‌های هدایت معلم در پیشرفت و بهبود مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های مدیریتی و اجتماعی شدن» انجام داد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مهارت‌های ذکر شده در برنامه‌های رسمی و غیررسمی هدایت معلمان تازه کار، تفاوت معنی‌داری با یکدیگر نشان می‌دهد. در برنامه‌های رسمی، پیشرفت بیشتری در عملکرد معلمان تازه کار نسبت به مدرسه‌شان ایجاد می‌شود. محمودنژاد (۱۳۸۴) در پژوهشی به بررسی عکس‌العمل کارکنان در برابر ارزشیابی عملکرد پرداخته و به نتیجه زیر رسیده است: آنچه که در سازمان ارزشیابی عملکرد را عامل مؤثر بر انگیزش و کارایی کارکنان می‌نماید «رفتار مدیر» است. در سازمان افراد میل دارند، نتایج و پی‌آمدهای کارهای خوب یا بد خود را مشاهده کنند. (در واقع بیشتر کارهای خوب خود را)، از طرف دیگر کارکنان سازمان کار خود را با کار دیگران و نتایج حاصل از هر دو را می‌سنجد و مقایسه می‌نمایند و نتیجه‌گیری حاصل از این مقایسه برای آنهاست که بر انگیزش و کارایی ایشان مؤثر واقع می‌شود.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر مهارت کلامی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد؛ که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۸؛ عدد معنی‌داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۰,۷۲) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. در تبیین این فرضیه رابینز معتقد است که عواملی چون تحریف پیام و ابهام در گفتار موجب تضعیف اطمینان (تقویت پدیده عدم اطمینان) می‌شود. (رابینز، ۱۳۸۵: ۶۱۷). هر قدر در ارتباطات، پیامی کمتر تحریف شود عوامل مخدوش‌کننده ارتباطات ضعیف‌تر شوند مدیر بهتر می‌تواند پیام خود را به همکاران برساند این کار به نوبه خود موجب ضعیف‌تر شدن پدیده ابهام می‌گردد و در نتیجه کارایی آنان افزایش می‌یابد. برترین مزیت ارتباط شفاهی یا کلامی سرعت و بازخورد است پیام کلامی را می‌توان در حداقل زمان ممکن ابلاغ کرد و جوابش را نیز به همین ترتیب دریافت کرد. اگر دریافت‌کننده از درستی پیام اطمینان نداشته باشد بازخورد سریع باعث می‌شود که فرستنده به سرعت متوجه شده و پیام خود را اصلاح کند. (رابینز، ۱۳۷۹: ۱۶۹)

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر مهارت غیر کلامی دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد. که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۹؛ عدد معنی‌داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۱,۲۷) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. در تبیین این فرضیه طبق نظر مارات و کاراهان: گوش دادن مهمترین مهارت ارتباطی است که می‌تواند تولید صمیمیت کند و آن را حفظ کند. کرمی (۱۳۹۳) نیز در تحقیق خود به این نتیجه رسید که مدیران آموزشی بیشترین میزان نمره مهارت‌های ارتباطی خود را از مهارت شنودکسب کرده‌اند و میانگین مهارت‌های آنان از میانگین دو مهارت دیگر کمتر است. قراری (۱۳۸۶) در پژوهش خود به این یافته رسیده است که بین سبک رهبری و مهارت شنود مؤثر مدیران مراکز ناجا رابطه وجود ندارد. با توجه به نظر مارات و کاراهان یافته پژوهش حاضر با آن همسو بوده و نتایج تحقیقات کرمی و قراری که در فوق به آن‌ها اشاره شده فرضیه فرعی دوم تحقیق حاضر با نتایج آن‌ها همسو نبوده است.

نتایج نشان داد که انگیزه یادگیری بر مهارت بازخورد دبیران ورزش شهرستان نقده تأثیر دارد. که تجزیه تحلیل آماری بین این دو نشان می‌دهد با توجه به جدول ۲۰؛ عدد معنی‌داری مسیر مابین دو متغیر برابر (۱۰,۷۳) می‌باشد و چون این مقدار بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، از این رو این فرضیه مورد تایید قرار می‌گیرد. در تبیین این فرضیه طبق نظر رابینز در برخی موارد اگر این جنبه از ارتباطات مورد توجه قرار نگیرد ارتباطات ناقص می‌ماند و بازخورد پیامها نتیجه بخش نمی‌شود که این مسئله بر ارزشیابی عملکرد شغلی دبیران هم بی‌تأثیر نیست؛ و می‌تواند این نتیجه‌گیری‌های حاصل از مقایسه تا حد زیادی مثبت و مطلوب نماید.

نتیجه‌گیری

وجود ارتباطات صحیح و مؤثر در سازمان همواره یکی از اجزای مهم در موفقیت مدیران محسوب می‌شود عدم وجود ارتباطات صحیح بر عملکرد دبیران در مدرسه تأثیر می‌گذارد... عملکرد دبیران بستگی زیادی به توانایی او در برقراری ارتباط با دانش‌آموزان دارد. چنانچه دبیران این نقش را به نحو مطلوب ایفا کند بسیاری از مشکلات به حداقل می‌رسد و عملکرد آنان افزایش می‌یابد. توسعه حرفه‌ای دبیران در گرو یادگیری آنان است و هرچه قدر دبیران انگیزه یادگیری بیشتری داشته باشند می‌تواند روش‌های جدید تدریس یاد بگیرند و در عمل حرفه‌ای‌تر شوند. روش تحقیق در پژوهش حاضر توصیفی و از نوع تحلیلی است. در حقیقت با استفاده از روش تحقیقات میدانی، در این پژوهش به بررسی تأثیر متغیرهای مورد نظر (مهارت‌های ارتباطی و توسعه حرفه‌ای دبیران) پرداخته شده است. نظر به اینکه نتایج این تحقیق می‌تواند برای حل مسائل موجود در اداره مربوطه مفید باشد و به بهبود ارتباطات و عملکرد جامعه هدف منجر شود لذا پژوهش حاضر از نوع کاربردی نیز می‌باشد. از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده می‌شود که افراد نمونه از بین دبیران شهرستان انتخاب گردیدند.

پیشنهادهای

- ۱- ایجاد محیطی در مدارس که همکاران و اولیاء بتوانند از طریق آن به تبادل نظر و پیشنهادات با مدیر مدرسه داشته باشند.
- ۲- برگزار کردن جلساتی در سازمان با دبیران موفق و استفاده کردن از برنامه های آن ها و یا پیشنهاداتی که در بالا بردن موفقیت دبیران می تواند نقش داشته باشد.
- ۳- برگزار کردن کلاسهای آموزشی از سوی سازمان آموزش و پرورش جهت تقویت مهارتهای ارتباطی و توسعه شغلی دبیران.
- ۴- برگزاری کلاس های آموزش ضمن خدمت جهت ارتقای شغلی و توسعه حرفه ای دبیران.

منابع

- ۱- احمدی، محسن (۱۳۷۵) عنوان عوامل مؤثر بر انگیزه یادگیری و توسعه حرفه ای دبیران ورزش در مقطع متوسطه دوم در استان تهران مجله رشد جلد سوم انتشارات آموزش و پرورش.
- ۲- احمدی، مسعود (۱۳۸۱)، مبانی سازمان و مدیریت، مدیریت عمومی. تهران: نشر ویرایش، چاپ سوم.
- ۳- ابراهیم پور، ح و شیرافکن، ح. (۱۳۹۵). بررسی نقش تمایل به موفقیت در توسعه حرفه ای معلمان آموزش و پرورش شهرستان پارس آباد، مطالعات مدیریت و کارآفرینی، ۲(۲)، ۱۴۲-۱۳۶.
- ۴- ایوبی، ف، پورشافعی، ه و عسکری، ع. (۱۳۹۳). پیش بینی توسعه حرفه ای دبیران از طریق ادراک آنان از جو سازمانی در مدارس عادی و استعدادهای درخشان شهر بیرجند دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه بیرجند.
- ۵- اریکسون، جولیت (۱۳۸۹). از تغییر رفتار تا تغییر زندگی.
- ۶- الهی، مریم، (۱۳۸۳). بررسی رابطه بین مهارتهای ارتباطی مدیران و تعهد سازمانی معلمان شهرستان مانه و سملقان، پایان نامه کارشناسی ارشد، مرکز آموزش مدیریت دولتی مشهد.
- ۷- اون هارچی؛ کریستین ساندز؛ دیوید دیکسون (۱۳۷۷). مهارت های اجتماعی در ارتباطات میان فردی. ترجمه: بیگی، خشایار؛ فیروزبخت، مهرداد. تهران: انتشارات رشد. الوانی، مهدی (۱۳۸۴). مدیریت عمومی، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.
- ۸- ایران نژاد پاریزی، مهدی، ساسان گهر، پرویز (۱۳۷۱). سازمان و مدیریت از تئوری تا عمل. تهران: موسسه بانداری ایران، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، چاپ سوم.
- ۹- بارکر، آلن (۱۳۸۵). تقویت مهارت های ارتباط موفق و مؤثر. ترجمه: فرزاد حراتی، تهران: انتشارات به تدبیر، چاپ اول.
- ۱۰- برکو، ری ام، ولوین آندرو، دی، دارلین آر (۱۳۷۸). مدیریت ارتباطات. ترجمه: شاه ولی، منصور، انتشارات دانشگاه شیراز.
- ۱۱- جاویدمهر، محمود (۱۳۹۰). بررسی رضایت مندی معلمان از نظام فعلی ارزشیابی عملکرد آموزش و پرورش شهرستان سبزوار. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد نقده.
- ۱۲- جلالی، سیدموسی (۱۳۸۰). بررسی نظام ارزشیابی عملکرد مدیران دانشگاه X و ارایه مدلی مناسب
- ۱۳- حاج کریمی، عباسعلی؛ رنگریز، حسن (۱۳۷۹). مدیریت منابع انسانی. انتشارات شرکت چاپ و نشر بازرگانی، چاپ اول.
- ۱۴- حافظ نیا، رمضان (۱۳۸۵). روش های تحقیق در علوم رفتار (راهنمای علمی تحقیق) تهران: انتشارات ساوالان، طیف نگار، چاپ چهارم.
- ۱۵- حسن زاده، رمضان (۱۳۸۵)، روش های تحقیق در علوم رفتاری (راهنمای عملی تحقیق)، تهران: ساوالان، طیف نگار، چاپ چهارم.
- ۱۶- خاکباز، ع. س، فدایی، م. ر و موسی پور، ن. ا. (۱۳۸۷). تأثیر درس پژوهی بر توسعه حرفه ای معلمان ریاضی، فصلنامه تعلیم و تربیت، ۹۴.
- ۱۷- خورشیدی، عباس (۱۳۸۲). مدیریت و رهبری آموزشی. تهران: انتشارات سیطرون، چاپ اول.
- ۱۸- خوش باشی، محمود (۱۳۸۱)، بررسی رابطه آموزش های مدیریت با میزان اثربخشی مدیران مدارس شهرستان قوچان دانشگاه مدیریت دولتی.
- ۱۹- دانش پژوه، زهرا (۱۳۹۶) سنجش مهارت های حرفه ای (تدریس معلمان دوره راهنمایی (علوم و ریاضی). مؤسسه پژوهشی و برنامه ریزی درسی و نوآوری های آموزشی، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی
- ۲۰- دعایی، حبیب ا... (۱۳۸۰). ارائه الگوی ارتباطات سازمانی در گروه ملی صنعتی فولاد ایران، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۲۵. انتشارات دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران.
- ۲۱- دعائی، حبیب الله، مرتضوی، سعید، مهارتهای مدیریتی، مشهد: بیان هدایت نور

- ۲۲- دلاور، علی (۱۳۸۲)، احتمالات و آمار کاربردی در روانشناسی و علوم تربیتی، تهران: امیرکبیر.
- ۲۳- دیمیک، سالی (۱۳۸۳)، ارتباط موفقیت آمیز با NLP (ان.ال. پی) مترجم: اسماعیلی، علی. تهران: انتشارات شباهنگ.
- ۲۴- رحیمی، اکرم، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه میزان مهارت‌های ارتباطی مدیران و میزان انگیزش کادر آموزشی دبیرستانهای شهرستان نقده، پایان نامه کارشناسی ارشد از مرکز مدیریت دولتی.
- ۲۵- رضائیان، علی (۱۳۷۲)، مدیریت رفتار سازمانی، مفاهیم نظریه ها و کاربردها. تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه.
- ۲۶- رضائیان، علی (۱۳۸۲)، مدیریت تعارض و مذاکره. تهران: انتشارات سمت.
- ۲۷- رولاندو فرانسیس بی (۱۳۸۹)، مهارت بازخورد سازنده، مترجم صادقی، عباس، حسینی دولت آبادی، فاطمه، رشت: انتشارات حق شناس.
- ۲۸- روف، علی (۱۳۹۶) جنبش جهانی برای بهسازی تربیت معلم تهران: انتشارات پژوهشکده تعلیم و تربیت
- ۲۹- رئیس پوران، کلهر، روح الله، ازل، محمد (۱۳۸۸). همبستگی هوش هیجانی با مهارت های ارتباطی مدیران بیمارستان های آموزشی قزوین، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین، سال سیزدهم، شماره ۴ (پی در پی).
- ۳۰- شریفی، فاطمه (۱۳۸۴)، بررسی تأثیر فرهنگ سازمانی بر اثربخشی منابع انسانی (مطالعه موردی - - شرکت بیمه دانا) پایان نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده مدیریت.
- ۳۱- شعبانی، حسن، (۱۳۹۱). مهارت‌های آموزشی و پرورشی (جلد اول، روشها و فنون تدریس). تهران: سازمان مطالعات کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
- ۳۲- شعبانی، طیب (۱۳۸۱)، اصول مدیریت آموزشی. تهران: انتشارات آن، چاپ اول.
- ۳۳- شیر خدا، الهه (۱۳۸۶). اکسیر ارتباطات. تهران: انتشارات ارجمند.
- ۳۴- شیرازی، علی (۱۳۷۳)، نظریات و کاربرد مدیریت آموزشی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ اول.
- ۳۵- علاقه بند، علی، (۱۳۸۰)، مبانی نظری و اصول مدیریت آموزشی (ویرایش چهارم)، چاپ سیزدهم، انتشارات نشر.
- ۳۶- عزیزاده اقدم، رسول (۱۳۸۰). ارتباطات سازمانی. تهران: انتشارات آوای نور.
- ۳۷- فتحی، مهدی (۱۳۸۴)، مهارت ارتباط مؤثر، مشهد: انتشارات شهیدی پور، چاپ سوم.
- ۳۸- فرهنگی، ع. ا و حسین زاده، ع. (۱۳۸۸). دیدگاه‌های نوین درباره تعهد سازمانی، ماهنامه تدبیر. ۱۶، ۱۵۷، ۱۴-۱۷
- ۳۹- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۴). مبانی ارتباطات انسانی، جلد اول، تهران: انتشارات رشد.
- ۴۰- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۷). نظریه های ارتباطات سازمانی پیشرفته دوره دکتری. دانشکده مدیریت دانشگاه تهران.
- ۴۱- مجله علوم تربیتی دانشگاه شهید چمران اهواز، ۲۲ (۶)، ۳۹ - ۶۶.
- ۴۲- سند تحول بنیادین آموزش و پرورش. (۱۳۹۰). تهران، دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش.
- ۴۳- مردپاک سرشت، هادی (۱۳۸۴). بررسی رابطه کارآفرینی مدیران با عملکرد کارکنان در کمیته امداد امام خمینی (ره) شهر تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد نقده.
- ۴۴- مقیمی، سیدمحمد (۱۳۹۰). سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی، تهران: انتشارات ترمه.
- ۴۵- مهربان، حمید (۱۳۷۹)، بررسی رابطه بین مهارت‌های ارتباطی مدیران و تعهد سازمانی دبیران مدارس دولتی متوسطه ناحیه ۶ مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، مشهد: دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی.
- ۴۶- مهری، د و خیراندیش، م. (۱۳۹۳). پیمایشی در زمینه کاربرد یادگیری خودراهبر به عنوان رویکردی نو در توسعه حرفه‌ای معلمان، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، ۹، ۳۲، ۴۲-۶۱.
- ۴۷- میرابی، وحید (۱۳۸۳). مدیریت مبانی و استراتژی. تهران: انتشارات شهرآشوب، چاپ سوم.
- ۴۸- میرسپاسی، ناصر (۱۳۷۱). مدیریت منابع انسانی و روابط کار. تهران: انتشارات نقش جهان، چاپ دهم.
- ۴۹- الوانی، مهدی، (۱۳۸۴)، مدیریت عمومی، تهران: نشر نی، چاپ پنجم.
- ۵۰- هادی زاده مقدم، اکرم و ا. حسینی (۱۳۸۷)، رابطه بین هوش فرهنگی و اثربخشی گروهی، ماهنامه تدبیر، سال نوزدهم، شماره ۱۹۲.
- ۵۱- یغمایی، مریم (۱۳۹۰)، انتظارات نقش مدیر از دیدگاه مدیران و دبیران و دانش آموزان سال سوم متوسطه نظری شهرستان شاهرود و مقایسه آن با عملکرد فعلی مدیران مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.

52- Allan, Jim (2006). Non- verbal communication, www.zeromillion.com

53- Antoniou, P. & Kyriakides, L. (2015). The Dynamic Integrated Approach to teacher professional development: Rationale and Main Characteristics. Teacher Development, 19(4), 552-535

54- Aroon, A. J. (2008). Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: lessons from Spain. Industrial Marketing

- 55- Barker, C. (2005), Cultural studies: Theory and practice. Thousand Oaks, CA: Sage.
- 56- Baron, R.A(1990). Emotional and social Intelligence, third edition, united states Allyn and Bacon.
- 57- Birneh Ma, Tang. (2005). Moderate Effect of Job Commitment on the Relationship between Employees' Emotional Labor and Burnout. International Journal of Digital Content Technology and its Applications Volume 4, Number 9.
- 58- Bolton, Robert, (1987). People skills-brookville. Pubgished by Simon & Schuster australi.
- 59- Brumbrach G.B۱۹۹۸ (). Some Idias, Issues and predictions about information management, publicpersonel management, winter, p 387- 402.
- 60- Chandan. J.S (1987). Management: Thety and practice, New Del in vikas publishing House.
- 61- Internet: Performance Appraisal Guideline, (2002). Published by Office of Human Resources, February. Management, 36, 349-359
- 62- Marx G.singer,(1990)Human resources management.Published by pws-kent.
- 63- Murat B. & Karahan, T. F. (2006) effect of a cople communication program on maritaladjustment.
- 64- R.M.Noel & W. Mondy personal (1987), Management of Human resources third edition-united state, page611.
- 65- Sarchin Katherine, (2007). Organizational Communication, Approaches and Processes, 4th ed, p.1.
- 66- Sarchin lersen, (2019). Organizational Communication, Approaches and Processes, 4th ed, p.1

دوماهنامه اقتصادی مطالعات کاربردی در

علوم مدیریت و توسعه

دوماهنامه مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه
سال پنجم، شماره ۷ (پیاپی ۲۷)، آذر ۱۳۹۹، جلد یک
ISSN: 2538-6409

