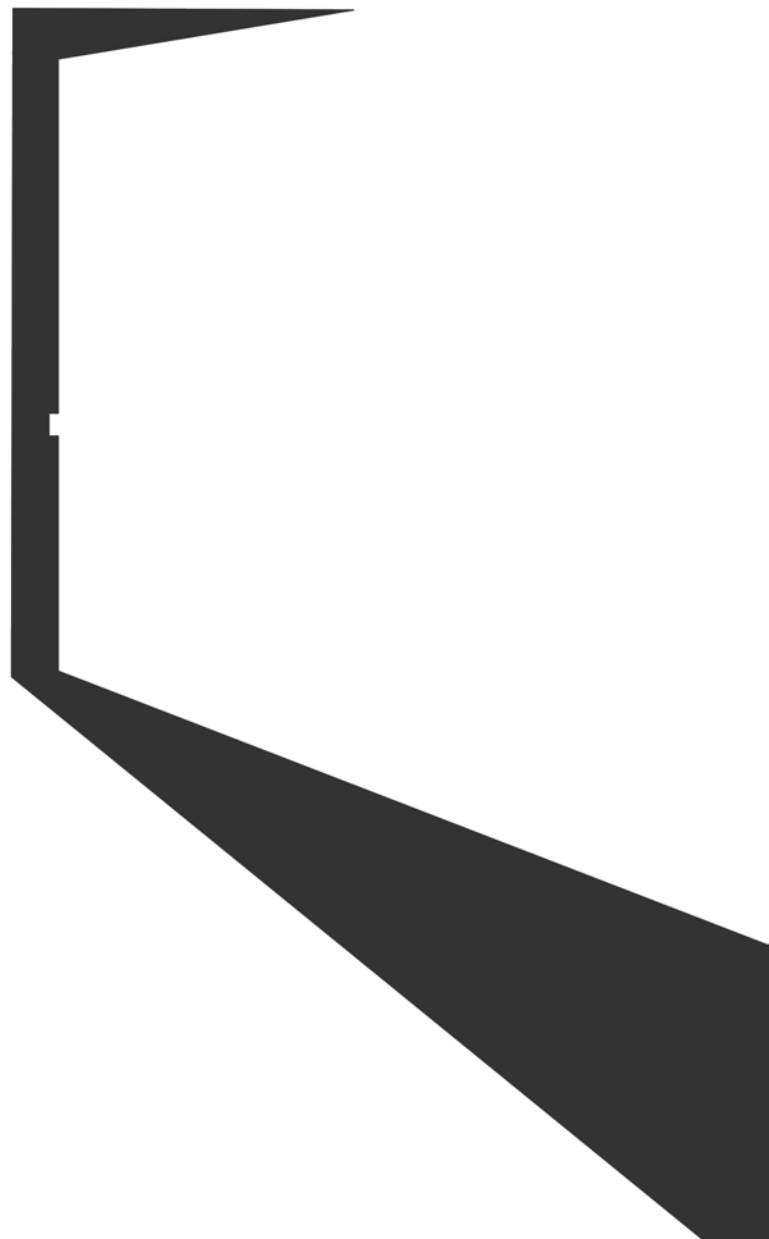




همین‌ها می‌سازند سرمایه انسانی در مدیریت

فصلنامه پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی
سال سوم / شماره ۴ / بهار ۱۴۰۴
این شماره: پژوهشگران در ساختارهای غیر پژوهشی

پیشانی ما سرسبز است
در مدیریت



فهرست

۳

مقدمه

۵

یادداشت سردبیر

۷

گزارش پنل / چالش‌های پیش‌روی پژوهشگران فعال در محیط‌های سازمانی غیردانشگاهی: ظرفیت‌های پنهان سرمایه انسانی

۱۱

بیانیه / پژوهشگری در ساختارهای غیرپژوهشی

۱۷

مصاحبه / موانع و راهکارهای پژوهش در سازمان‌های غیرپژوهشی

۲۳

مقاله (۱) / شناسایی ریسک‌های روانی و اجتماعی کارکنان سازمان‌ها با بهره‌گیری از یک رویکرد کیفی

۳۷

معرفی کتاب / دانشمند درگیر

۴۱

مقاله (۲) // بررسی تأثیر منابع و قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی به عنوان عوامل استراتژیک تعیین‌کننده بر عملکرد سازمانی

۵۳

معرفی مقاله علمی

۵۵

معرفی کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد

فصلنامه پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی

سال سوم - شماره ۴ - بهار ۱۴۰۴

عنوان نشریه:

فصلنامه پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی

ناشر:

مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

صاحب امتیاز و مدیر مسئول:

دکتر داریوش پورسراجیان

شورای سیاست‌گذار:

مهندس علی اکبر اولیاء

دکتر داریوش پورسراجیان

دکتر سید محمود زنجیرچی

دکتر هدایت کارگر شورکی

دکتر حمید رضا شرافت

دکتر ابوالفضل شرافت

دکتر جعفر رحمانی شمسی

مهندس اکرم فداکار

مهندس محمد حسین مزیدی

مهندس سید حسین رضوی خوشفی

دکتر مرتضی محمودی

دکتر نگار جلیلیان

سردبیر:

دکتر نگار جلیلیان

طراح و مدیر داخلی:

سید رضا زکی پور

صفحه آرا و ویراستار:

هانیه جوزی مقدم

شیدا پورفخرآبادی

زبان نشریه:

فارسی

نشانی:

یزد، صفائیه، بلوار شهیدان اشرف، خیابان جوادالائمه (ع)،

مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع)، شماره تماس: ۰۳۵-۳۱۴۳

حق چاپ مختص ناشر است.
نقل مندرجات با ذکر مأخذ آزاد است.

مقدمه

چالش‌ها و فرصت‌های پژوهشگران شاغل در سازمان‌های غیر پژوهشی

پژوهش در دنیای سازمان‌های غیر پژوهشی: تحلیل چالش و فرصت؛

امروزه، بسیاری از پژوهشگران با استعداد، به جای فعالیت در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها، در سازمان‌هایی مشغول به کارند که ماهیت اصلی آن‌ها پژوهشی نیست. این تلاقی بین پژوهش علمی و دنیای کسب‌وکار، مجموعه‌ای از چالش‌ها و فرصت‌های منحصر به فرد را برای این پژوهشگران به وجود می‌آورد:

• اهمیت انسان و انسان دانشی: از یک طرف انسان ماهیتی ارزشمند دارد که در سازمان باید به خوسته‌ها و نیازهایش توجه شود و از طرف دیگر تأکید بر سرمایه انسانی به عنوان محور اصلی توسعه سازمانی و جامعه باید سبب شود تا نیروی کار بخصوص نیروی کار دانشی، عاملی کلیدی برای نوآوری و مزیت رقابتی پایدار محسوب شود.

• جو سازمانی ضد پژوهش کاربردی: فرهنگ سازمانی نیز می‌تواند چالش برانگیز باشد. در محیط‌های کاری عملیاتی، تأکید بر نتایج سریع و سودآوری فوری است، که ممکن است با ماهیت بلندمدت و گاه نامشخص پژوهش و نوآوری در تضاد باشد.

• مهاجرت نخبگان (Brain Drain) بصورت تدریجی: مرحله اول انتقال پژوهشگران از بخش دولتی به بخش خصوصی داخلی یا مهاجرت از محیط‌های محلی به خارج از استان: که سبب کاهش ظرفیت خطمشی دولت و افت سازمان‌های دولتی و نهایتاً جامعه می‌شود. مرحله دوم مهاجرت به خارج از کشور که به کاهش سرمایه انسانی متخصص منجر می‌شود. این مهاجرت از فرد تا خانواده تا یک استارت‌آپ با تمام نیروی انسانی آن می‌تواند گسترش یابد.



• تضاد شایسته‌سالاری و ساختار بوروکراتیک: در سازمان‌ها کسی که کار کند به وی کار بیشتری واگذار می‌کنند و کسی که کاری نمی‌کند به وی پست می‌دهند. در سازمان‌هایی که شایسته‌سالاری حاکم نیست، ممکن است ارتباط معکوسی بین عملکرد و ارتقاء سازمانی وجود داشته باشد. این امر به تضعیف انگیزه و بهره‌وری منجر می‌شود.

• چالش محدودیت منابع: برخلاف محیط‌های علمی-پژوهشی که ممکن است بودجه‌های تحقیقاتی اختصاصی داشته باشند، این پژوهشگران باید پروژه‌های خود را با بودجه و زمان محدود پیش ببرند. همچنین، فقدان زیرساخت‌های تخصصی پژوهشی، مانند آزمایشگاه‌های مجهز یا دسترسی به پایگاه‌های داده علمی گسترده، می‌تواند مانع بزرگی در مسیر تحقیقات آن‌ها باشد.

• چالش انتشار یافته‌ها: بسیاری از سازمان‌ها به دلیل حفظ اسرار تجاری، تمایلی به انتشار عمومی نتایج پژوهش‌ها ندارند، که این امر می‌تواند باعث کند شدن مسیر پیشرفت علمی پژوهشگر را شود.

• بزرگ‌ترین فرصت، کاربردی بودن پژوهش است: پژوهشگران می‌توانند نتایج تحقیقات خود را به طور مستقیم به محصولات، خدمات و سیاست‌های قابل اجرا تبدیل کنند. این نزدیکی به دنیای واقعی، به آن‌ها امکان می‌دهد تا شاهد تأثیر ملموس کار خود باشند و پژوهش‌های خود را با نیازهای بازار و جامعه همسو سازند.

• نوآوری‌های بین‌رشته‌ای: پژوهشگران در تعامل با متخصصان از حوزه‌های مختلف می‌توانند دیدگاه‌های جدیدی را کسب کنند و راه‌حل‌های خلاقانه‌تری برای مسائل پیچیده ارائه دهند. این تعاملات به آن‌ها کمک می‌کند تا مهارت‌های ارتباطی و مدیریتی خود را نیز بهبود بخشند. در نهایت، این تجربه می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا به رهبرانی تبدیل شوند که قادر به پل زدن بین دنیای نظر و عمل هستند.

راه‌کارهایی برای مبارزه با چالش‌ها و تقویت فرصت‌ها؛

پژوهشگران شاغل در سازمان‌های غیر پژوهشی، نقشی حیاتی در انتقال دانش از آزمایشگاه به بازار ایفا می‌کنند. موفقیت آن‌ها به توانایی‌شان در مدیریت چالش‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌ها بستگی دارد. در این زمینه می‌توان به راهکارهای زیر توجه نمود:

• کارآفرینی درون سازمانی: مدل "۲۰-۸۰" شرکت IBM به عنوان الگویی موفق برای کارآفرینی درون سازمانی (Intrapreneurship) شناخته می‌شود. این مدل به کارکنان اجازه می‌دهد تا ۲۰ درصد از زمان کاری خود را به پروژه‌های نوآورانه و خارج از وظایف اصلی خود اختصاص دهند، که این امر به تولید ایده‌های خلاقانه و محصولات جدید منجر می‌شود.

• ارزیابی عملکرد فردی و سازمانی به‌عنوان پیش‌نیاز: ارزیابی عملکرد فردی و سازمانی به عنوان یک پیش‌نیاز حیاتی برای رشد و موفقیت است. این ارزیابی‌ها به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی کرده و به بهبود مستمر دست یابند.

• جوایز و تشویق‌ها: یک مکانیزم موثر تشویق و تقدیر از پژوهشگران و شرکت‌های پیشرو است که به ایجاد رقابت سالم و افزایش کیفیت پژوهش‌ها کمک می‌کند.

• رویکرد محتاطانه در پژوهش: باید عمل پژوهشگر محتاطانه باشد. اتخاذ رویکردی محتاطانه در فعالیت‌های پژوهشی، به خصوص در محیط‌های غیر پژوهشی، برای کاهش ریسک‌های مالی و زمانی، و همچنین برای اطمینان از تطابق نتایج با اهداف سازمانی ضروری است.

علی حاجی غلام سریزدی - بهار ۱۴۰۴

دکتری مدیریت

محقق برنامه‌ریزی راهبردی بانک مرکزی، تهران، ایران

استادیار گروه مدیریت مؤسسه آموزش عالی امام جواد^(ع)

یادداشت سردبیر

تهیه و تنظیم:

دکتر نگار جلیلیان

دکترای مدیریت تولید و عملیات

سردبیر فصلنامه پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی

خوانندگان گرامی،

شماره چهارم فصلنامه پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی با تمرکز بر نقش پژوهشگران در ساختارهای غیرپژوهشی منتشر می‌شود. اهمیت این موضوع در عصر کنونی، با توجه به ضرورت بهره‌گیری سازمان‌های اجرایی، صنایع و نهادهای خدماتی از دانش علمی و ظرفیت‌های تحقیقاتی برای ارتقای نوآوری، بهبود فرایند تصمیم‌گیری و حل مسائل عملی، بیش از پیش نمایان است.

این شماره در ادامه نشست هم‌اندیشی هفته پژوهش آذرماه ۱۴۰۳، با محوریت «پژوهشگران در ساختارهای غیرپژوهشی»، تدوین شده و تلاش شده است تا با ارائه یافته‌های علمی نوین، چارچوب‌های نظری و نمونه‌های کاربردی، نقش پژوهشگران در ایجاد ارزش افزوده در محیط‌های غیرپژوهشی را به تصویر بکشند. امید است مطالب ارائه‌شده، علاوه بر گسترش دانش حوزه مدیریت سرمایه انسانی، راهنمای تصمیم‌گیری‌های عملی در سازمان‌ها و ارتقای ظرفیت‌های نوآوری باشد.

بدین‌وسیله از تمامی نویسندگان، داوران و همکارانی که با همکاری علمی و تخصصی خود زمینه انتشار این شماره را فراهم کرده‌اند، قدرانی می‌شود. انتظار می‌رود این شماره مورد توجه پژوهشگران، مدیران و علاقه‌مندان حوزه مدیریت سرمایه انسانی قرار گیرد و انگیزه‌ای برای توسعه تحقیقات کاربردی در ساختارهای غیرپژوهشی فراهم آورد.



NO NO NO

NO NO NO

NO NO NO

NO NO NO

میان این همه نه، راهی برای آری ساختن می یابد.

گزارش پنل تخصصی؛

چالش‌های پیشروی پژوهشگران فعال در محیط‌های سازمانی
غیردانشگاهی: ظرفیت‌های پنهان سرمایه انسانی

اعضاء پنل تخصصی پژوهشگران در ساختارهای غیرپژوهشی

دکتر هدایت کارگر شورکی

دکترای مدیریت

دکتر جعفر رحمانی

دکترای آمار

دکتر امین خالقیه

مدیرعامل شرکت کاشی ستاره میبد

مهندس محمد سپهر

دبیرکل اتاق بازرگانی استان یزد

مهندس محمد حسین مزیدی

مدیرعامل شرکت رهیار

چکیده

پژوهش در ساختارهای غیرپژوهشی، به‌ویژه در سازمان‌هایی که مأموریت اصلی آنها پژوهش نیست، یکی از ظرفیت‌های کمتر شناخته شده در مدیریت سرمایه انسانی و ارتقای نظام تصمیم‌گیری محسوب می‌شود. گزارش حاضر با تمرکز بر نشست تخصصی برگزار شده توسط کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی دانشگاه امام جواد (ع) یزد، وضعیت پژوهشگران فعال در سازمان‌های غیردانشگاهی و چالش‌ها، ظرفیت‌ها و نمونه‌های میدانی مرتبط را بررسی می‌کند.

مقدمه

برگزاری این همایش در استان یزد در حالی برنامه ریزی و اجرا شد که این استان برنامه مطرح شدن به عنوان یکی از استان های پیشرو در موضوع بهره وری را داشته و برنامه ریزی جدی نیز برای ارتقای وضعیت این حوزه در استان انجام داده و حمایت از برگزاری این همایش را می توان در جهت شتاب دهی به حرکت مؤثر و فراگیر استان در مسیر تحقق اهداف ملی و استانی در حوزه بهره وری و ایجاد الگویی برای نقش آفرینی های سایر استان ها در موضوعات مهم ملی قلمداد نمود.

ما در برنامه ریزی هایی که در برگزاری این همایش انجام داده بودیم به چند نکته بسیار مهم توجه کرده بودیم که ذکر برخی از آن ها خالی از لطف نیست.

ضرورت بررسی پژوهش در ساختارهای غیر پژوهشی

در نشست، تأکید شد که هرچند مأموریت رسمی بسیاری از سازمان ها، اجرای عملیات و خدمات است، اما ارتقای کیفیت تصمیم گیری و حل مسائل پیچیده بدون پژوهش و تحلیل امکان پذیر نیست. نمونه ای از این ضرورت، بررسی چرایی افزایش غیبت کارکنان در یک سازمان صنعتی توسط یکی از کارشناسان علاقه مند به پژوهش بود. این پژوهشگر با طراحی پرسش نامه و تحلیل داده ها دریافت که مشکل در نظام اضافه کاری و ناهماهنگی شیفت ها بوده که با اصلاح آن، نرخ غیبت کاهش یافت. این مثال، اهمیت وجود پژوهشگران در محیط های غیر پژوهشی را برجسته ساخت.

چالش ها و موانع پیشروی پژوهشگران در سازمان های غیر پژوهشی

در نشست، مدیران و پژوهشگران به چالش های زیر اشاره کردند:

- نبود نظام ارزیابی و پاداش دهی برای فعالیت های پژوهشی کارکنان
- مقاومت همکاران و مدیران در برابر تغییرات مبتنی بر یافته های پژوهشی
- نبود زیرساخت ثبت و انتشار نتایج پژوهش های درون سازمانی
- کمبود بودجه برای تحقیقات کاربردی کوچک در سازمان
- ترس از افشای نقاط ضعف سازمان در اثر پژوهش های درونی

نمونه های میدانی از پژوهش در سازمان های غیر پژوهشی

در نشست، نمونه های متعددی از پژوهش های ارزشمند در محیط های غیر پژوهشی مطرح شد:

• تجربه سرشماری کشاورزی در استان یزد و طراحی یک بانک اطلاعاتی بهره برداران کشاورزی که نشان داد چگونه داده های دقیق و تحلیل های آماری می تواند به بهینه سازی توزیع نهاده های کشاورزی کمک کند.

• بررسی مصرف انرژی در یک اداره دولتی توسط یکی از کارکنان فنی که با تحلیل داده های مصرف برق و شناسایی ساعات پیک مصرف، به کاهش ۱۸ درصدی هزینه برق ماهانه منجر شد.

• طراحی نظام ارزیابی دوره ای کارکنان در یک شرکت تولیدی توسط یک حسابدار علاقه مند به پژوهش که منجر به بهبود انگیزش کارکنان و کاهش ترک خدمت شد.

این نمونه ها نشان دادند چگونه پژوهشگران چراغ خاموش در ساختارهای غیر پژوهشی می توانند نقش مؤثری در بهبود فرایندها و کاهش هزینه ها ایفا کنند.

راهکارهای شناسایی و حمایت از پژوهشگران در سازمان‌های غیرپژوهشی

حاضران در نشست تأکید کردند که برای بهره‌برداری از ظرفیت پژوهشی کارکنان باید اقدامات زیر انجام شود:

- به‌کارگیری سازوکار شناسایی و حمایت از پژوهشگران چراغ خاموش
- تشکیل کارگروه‌های حل مسئله با رویکرد پژوهشی درون‌سازمانی
- ارتقای فرهنگ پژوهش در محیط‌های غیرپژوهشی از طریق آموزش و انتقال تجربه این اقدامات می‌تواند مسیر استفاده از ظرفیت علمی کارکنان و ارتقای نظام تصمیم‌گیری در سازمان‌ها را هموار سازد و به توسعه سرمایه انسانی منجر شود.
- طراحی نظام شناسایی کارکنان علاقه‌مند به پژوهش در سازمان و حمایت از پروژه‌های آنان
- تشکیل کارگروه‌های پژوهشی داخلی باهدف حل مسائل سازمان با بهره‌گیری از دانش ضمنی کارکنان
- ایجاد سازوکار تشویقی و نظام پاداش‌دهی برای پژوهشگران
- پیوند با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی برای آموزش کارکنان علاقه‌مند و انجام پژوهش‌های مشترک
- مستندسازی و انتشار یافته‌های پژوهشی درون‌سازمانی برای انتقال دانش به سایر بخش‌ها به‌عنوان مثال، پیشنهاد شد هر سازمان حداقل سالی یکبار فراخوان پژوهشی داخلی با اولویت مسائل جاری خود برگزار کند و بهترین ایده‌ها را با حمایت مالی و معنوی به اجرا درآورد.

جمع‌بندی و پیشنهادها

پژوهش در سازمان‌های غیرپژوهشی یک ظرفیت ارزشمند و پنهان در مدیریت سرمایه انسانی است. پژوهشگران فعال در این محیط‌ها می‌توانند با ارائه تحلیل‌های علمی و یافته‌های کاربردی به بهبود عملکرد سازمان کمک کنند. نشست تخصصی کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی دانشگاه امام جواد (ع) نشان داد، علی‌رغم وجود موانع، امکان بهره‌برداری از این ظرفیت از طریق طراحی نظام شناسایی، ایجاد کارگروه‌های پژوهشی، ایجاد انگیزش و ارتباط با دانشگاه‌ها وجود دارد.





بازی را نه می بازند و نه می برد؛ معنا می بخشد.

بیانیه شماره (۳): پژوهشگری در ساختارهای غیرپژوهشی

به کوشش:

کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد

تهیه و تنظیم:

دکتر نگار جلیلیان

دکترای مدیریت تولید و عملیات

دبیر کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد

مقدمه

از «کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد» انتظار می‌رود که جنبه‌های کمتر دیده شده از پدیده مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های ایرانی را مورد تمرکز ویژه قرار دهد و برای معرفی و جلب توجه سیاست‌گذاران و مسئولان به چنین ابعادی تلاش کند. در همین راستا موضوع «پژوهشگری در ساختارهای غیرپژوهشی» محور تدوین بیانیه سوم این کانون تفکر قرار گرفته است؛ موضوعی که تا پیش از این، چندان مورد توجه و تبیین نبوده است. برگزاری نشست علمی در هفته پژوهش و فناوری استان یزد در سال ۱۴۰۳ (از ساعت ۲۰ تا ۲۱ روز دوشنبه به تاریخ ۱۹ آذرماه در محل سالن غدیر دانشگاه یزد) با همین موضوع، سبب گردآوری داده‌هایی ارزشمند و ارائه تحلیل‌هایی بدیع در این زمینه شد که با افزودن اطلاعات تکمیلی، دستمایه تنظیم بیانیه حاضر واقع شده است.

تبیین مسئله

سال‌هاست که شعار «بدون پژوهش، تصمیم نگیریم!» در فهرست توصیه‌های حاصل از جریان گفتمان‌سازی پژوهش در نظام اداری و اجرایی کشور جای گرفته است و بر این اساس انتظار می‌رود که نظام تصمیم‌گیری در بنگاه‌ها و مؤسسات عمومی و خصوصی، داده‌های موردنیاز خود را از سازوکار پژوهشگری دریافت نماید.

نگاه غالب در این ساحت، برون‌سپاری فرایند پژوهشگری به محققان حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت است؛ درحالی‌که تقریباً در تمامی این سازمان‌ها کارکنانی وجود دارند که هم از شایستگی‌های پژوهشگری برخوردارند و هم واجد علاقه‌مندی و آمادگی برای مشارکت در این جریان هستند. چنین وضعیتی را باید مصداقی از نا بهره‌وری به شمار آورد؛ چراکه بخش حساسی از منبع ارزشمند انسانی را که ظرفیتی شگرف در پیگیری اهداف سازمانی دارد، مورد اتلاف و هدررفت قرار می‌دهد.

بی‌توجهی مدیران بنگاه‌ها به پژوهشگران داخلی سبب می‌شود که جریان انجام پژوهش‌های سازمانی نتواند از این ظرفیت پنهان به شایستگی بهره‌برداری کند و چه‌بسا که دچار افت کیفیت و سرعت شود. از سوی دیگر، این دسته از کارکنان که اغلب در گروه نخبگان و فرهیختگان قابل‌طبقه‌بندی هستند، گرفتار امواجی ویرانگر از ناامیدی، احساس ناکارآمدی، افت انگیزه، افسردگی و میل به ترک سازمان یا حتی مهاجرت از کشور خواهند شد؛ کارکنانی که تقریباً تمامی آن‌ها در زمان ورودشان به سازمان از انگیزه و شور و امیدواری بسیار برخوردار بوده‌اند.

نشانه‌ها

مصادیق متعدد و مثال‌های متنوعی از بروز این مسئله در سازمان‌های ایرانی در هر دو بخش خصوصی و عمومی قابل مشاهده است که در تحلیلی نوع‌شناسانه می‌توان آن‌ها را بدین ترتیب طبقه‌بندی نمود:

در سطح فردی با انبوهی از کارکنان دارای توانمندی بالقوه در زمینه پژوهشگری مواجهیم که به دلیل تجارب تلخ گذشته خود یا دیگر همکارانشان، ترجیح داده‌اند که قابلیت‌ها و شایستگی‌های تحقیقاتی خود را در سطح سازمان، کتمان کرده و در قامت کارمندی معمولی به حیات سازمانی خود در فضایی کم‌چالش اما روزمره و ایستا ادامه دهند.

در سطح گروهی باید پذیرفت که سازمان‌های ایرانی موفق نشده‌اند جریان‌هایی جمعی از پژوهشگری سازمانی را شکل دهی و مدیریت کنند؛ بنابراین حتی آن دسته از کارکنان ریسک‌پذیری که حاضر شده‌اند به فعالیت‌های پژوهشی خود در محیط کاری ادامه بدهند، دچار انزوا و گوشه‌گیری شده‌اند؛ چراکه مورد حمایت گروه‌های رسمی و غیررسمی قرار ندارند.

در سطح سازمانی، با مدیرانی برخورد داریم که اغلب آن‌ها از ظرفیت‌های پژوهشگری کارکنان خود و حتی تولیدات علمی یا آثار تحقیقاتی ایشان کاملاً بی‌خبرند و اصولاً به دنبال شناسایی یا کشف آن‌ها نیستند. علاوه بر این، مشکلات فراوانی در همین سازمان‌ها وجود دارند که می‌شد با کمک کارکنان پژوهشگر برای حل آن‌ها اقدام نمود، اما اینک بلا تکلیف و بی‌سرانجام مانده‌اند.

در سطح اجتماعی نیز با این توصیه ضدفرهنگی ولی پذیرفته شده مواجهیم که حتی اگر کسی دارای قابلیت‌های پژوهشگری باشد، بهتر است آن را مخفی نگه دارند و آمیدی نیز به دریافت حمایت از سوی مدیران یا همکارانش نداشته باشد.

زمینه‌سازها

قسمتی از عوامل زمینه‌های پدیداری چنین مسئله‌ای را باید در وضعیت ویژه بازار نیروی انسانی در کشور و استانمان سراغ گرفت. در بخش دولتی، وجود رقابت سخت میان فارغ‌التحصیلان دوره‌های تکمیلی آموزش عالی برای پذیرش در آزمون‌های استخدامی عمومی باعث شده است که بخش اعظم راه یافتگان جدید به محیط‌های اداری را جوانان شایسته‌ای تشکیل دهند که تقریباً تمامشان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی‌ارشد و بسیاری از آن‌ها فارغ‌التحصیلان مقطع دکتری تخصصی هستند.

بدین ترتیب، افرادی که به‌عنوان کارمندان جدید سازمان‌های عمومی استخدام می‌شوند به دلیل الزامات دوران تحصیلی خود در دوران کارشناسی‌ارشد و دکتری، تجربیاتی کمابیش ارزنده در پژوهشگری و تولید آثار علمی (پایان‌نامه، رساله، مقاله، کتاب و...) دارند. یادآوری می‌نماید که بسیاری از مؤسسات دولتی در سازوکار جذب نیروی انسانی خود معیارهایی را برای سنجش و رتبه‌بندی داوطلبان لحاظ کرده‌اند که بر شایستگی‌های پژوهشگری (مانند تولید آثار علمی، تدریس در دانشگاه‌ها، دریافت جوایز تحقیقاتی و...) تمرکز نموده‌اند. طبیعی است که خروجی چنین فرایندی، ورود نیروهای بالقوه پژوهشگر به سازمان‌های دولتی است؛ صرف‌نظر از این که وجود این ظرفیت ارزشمند تا چه اندازه مورد بهره‌برداری هوشمندانه قرار گیرد.

چالش‌ها و موانع

گفتگوی نظام‌دار و هدفمند با تعدادی از پژوهشگران برگزیده استان در این باره منجر به شناسایی مصادیقی از چالش‌ها و موانع فراروی آنان در مسیر کمک به پژوهش‌های سازمانی شده است که مهم‌ترین آن‌ها را می‌توان بدین ترتیب معرفی نمود:

موانع حقوقی: وجود برخی مقررات حاکم بر نظام اداری و اجرایی کشور (به‌ویژه ضوابط منع مداخله کارکنان در معاملات دولتی)، مانع از آن شده است که کارکنان پژوهشگر سازمان‌ها (به‌ویژه در بخش دولتی) از منظر حقوقی مجاز باشند که به صورت رسمی در اجرای تحقیقات سازمانی مشارکت کنند

رقابت با سازمان: برخی پژوهشگران شاغل در بخش خصوصی، به احساس رقابتی اشاره می‌کنند که مدیرانشان در رفتار با آن‌ها نشان می‌دهند. این قبیل فعالان عرصه کسب و کار بیم دارند که کارکنان پژوهشگر بتوانند ضمن استفاده از فضای کاری خود و حتی با سوءاستفاده از موقعیت شغلی خود، به رقیبی برای سازمان تبدیل شوند و مثلاً قادر باشند، قطعه‌ای حساس از محصولات شرکت را به صورت شخصی تولید کنند و یا آن را به شرکت‌های رقیب بفروشند.

رانت جویی: چنین گزارش شده است که در برخی موارد، وجود و فعالیت غیرقانونی گروه‌های منفعت‌طلب و رانت‌جو در مقابل جریان پژوهشگری درون سازمانی جبهه‌گیری می‌کند. برای نمونه، اگر پژوهش‌های سازمانی منجر به داخلی‌سازی محصولاتی شوند که در حال حاضر از طریق واردات انحصارزده به کشور تزریق می‌شوند، می‌توان پیش‌بینی نمود که واردات‌کنندگان چنین قطعات یا محصولاتی با جریان پژوهشگری سازمانی در این زمینه به صورت پنهان مبارزه کنند

برچسب زنی: گاهی برداشت‌های ذهنی عامه کارکنان سازمان‌ها از همکاران پژوهشگرشان چندان سالم و مثبت نیست. در این شرایط، پژوهشگران درون سازمانی ترجیح می‌دهند که برای درآمان ماندن از امواج ضدفرهنگی موجود در جو سازمانی، فعالیت‌های پژوهشی خود را محدود، متوقف یا مخفی نمایند.

مجموعه این موانع و چالش‌ها در کنار دیگر محدودیت‌هایی که در مسیر فعالیت پژوهشگری درون سازمانی به وجود می‌آیند، باعث شکل‌گیری پدیده‌ای خواهد شد که می‌توان آن را «پژوهشگری چراغ خاموش» نامید.

راهبردها و راهکارها

به نظر می‌رسد برای اصلاح رویه کنونی در مواجهه مدیران سازمان‌ها با پژوهشگرانی که در خیل کارکنان بنگاه‌ها قرار دارند، بتوان راهبردها و راهکارهایی به شرح زیر را دنبال نمود:

شاید نخستین راهبرد اثربخش برای تغییر وضع موجود را بتوان از طریق **شناسنامه‌دار کردن پژوهشگران سازمانی و آثار علمی یا تولیدات پژوهشی** آن‌ها پیگیری کرد. بدین ترتیب، می‌توان انتظار داشت که ساختاری صنفی در قالب «انجمن پژوهشگران سازمانی» در سطوح مختلف بنگاه، منطقه، صنعت یا کشور به وجود آید تا این راهبرد را از طریق اطلاع‌رسانی مشخصات این دسته افراد و همچنین محصولات پژوهشی آن‌ها محقق سازند و چه‌بسا در سالهای آینده بتوان حضور پرشکوه چنین ساختاری را در نمایشگاه‌های تخصصی (مانند فن بازار یا مراسم هفته پژوهش و فناوری) به تماشا نشست.

به‌عنوان پیش‌نیاز مؤثر برای تحقق این راهبرد می‌توان «استانداردسازی نظام شناسایی پژوهشگران» را توصیه نمود؛ به‌گونه‌ای که شاخص‌ها و سنج‌های شفاف به‌منظور اطلاق عنوان پژوهشگر به افراد تعیین شوند. با الگوبرداری از مفهوم کارآفرینی درون سازمانی می‌توان پیشنهاد کرد که مدیران سازمان‌ها جریان پژوهشگری درون سازمان را به‌عنوان نیروی محرکی برای تسریع تحقق اهداف سازمان و توسعه پویایی بنگاه موردتوجه قرار دهند و **ضمن ارائه تسهیلات به کارکنان محقق خود** (مانند آزادسازی بخشی از وقت کاری برای انجام پژوهش‌های کاربردی و یا صدور اجازه استفاده از امکانات و زیرساخت‌هایی مانند آزمایشگاه) با ایشان در اجرای مطالعات کاربردی شریک شوند؛ به‌طوری‌که منافع حاصل از جریان پژوهشگری درون سازمانی که بر حل مشکلات بنگاه تمرکز دارد، میان پژوهشگر و سازمان به صورتی عادلانه و توافق شده تقسیم شود.

تجربه موفق شرکت‌های پیشتازی مانند گوگل در آزادسازی بخش قابل‌توجهی از وقت کاری پرسنل برای پیگیری علایق شخصی و تمرکز بر فعالیت‌های غیرموظف (موسوم به قانون ۲۰ درصد) می‌تواند مورد الگوبرداری قرار گیرد.

درج شاخص یا شاخص‌هایی مربوط به انجام پژوهش‌های سازمانی و همچنین حمایت از پژوهشگران سازمانی در فهرست معیارهای ارزشیابی عملکرد افراد و ارزیابی عملکرد واحدها نیز می‌تواند جریان بهره‌گیری از ظرفیت پژوهش‌های درون سازمانی را تقویت کند و به ارتقای جایگاه این دسته از کارکنان در سلسله مراتب ساختاری بنگاه‌ها کمک نماید. در همین راستا طراحی و استقرار سازوکارهایی برای معرفی دستاوردهای پژوهشی این دسته از کارکنان در قالب نشریات سازمانی، رویدادهایی مانند نمایشگاه یا اطلاع‌رسانی عمومی یا تخصصی فعالیت‌های تحقیقاتی پژوهشگران سازمان نیز توصیه می‌شود.

اصلاح برخی مقررات محدودکننده مشارکت کارکنان در پژوهش‌های سازمانی هم راهبرد دیگری است که در عرصه سیاست‌گذاری قابل‌پیگیری است و می‌تواند حضور و فعالیت پژوهشگران درون سازمانی در پروژه‌های برون‌سپاری شده از تحقیقات را تقویت کند و انگیزه این کارکنان در ارتقای شایستگی‌های پژوهشی را افزایش دهد.

بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های قانونی موجود نیز تکمیل‌کننده همین راهبرد خواهد بود؛ برای نمونه، در مقررات اداری و استخدامی کشور، پرداخت حق‌التحقیق به کارکنان دولت، تحت شرایطی مجاز دانسته شده است و می‌توان از همین فرصت برای ایجاد یا توسعه جریان پژوهشگری سازمان استفاده نمود. در سطح کلان نیز چنین به نظر می‌رسد که تقویت جریان پیوند هدفمند میان دانشگاه و صنعت بتواند باعث شکل‌گیری شبکه‌های همکاری علمی و پژوهشی میان بنگاه‌ها و دانشگاه‌ها شود و از این طریق، تعاملی هم‌افزا میان پژوهشگران درون سازمانی با محققان حرفه‌ای در محیط‌های دانشگاهی و پژوهشی برقرار شود.

جمع‌بندی

«کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد» در عمل به تعهدات حرفه‌ای خود در قبال جامعه، حساسیت و اهمیت پدیده «پژوهشگری چراغ خاموش» در سازمان‌های ایرانی در هر دو بخش خصوصی و دولتی را مورد تأکید قرار می‌دهد و از سخنرانان، صاحبان رسانه، مدرسان دانشگاه‌ها، مدیران سازمان‌ها و دیگر کنشگران تأثیرگذار دعوت و درخواست می‌کند که برای بازیابی جایگاه واقعی پژوهشگران درون سازمانی در ساختارهای غیرپژوهشی تلاش نمایند و با طرح و تحلیل این موضوع، زمینه‌سازی برای بهبود وضعیت کنونی را آغاز کنند.

امید می‌رود محصول این تلاش گروهی و هم‌افزا به رشد این دسته از کارکنان (هم‌از نظر فردی و هم‌از منظر سازمانی) از یک‌طرف و به تسریع تحقق اهداف سازمان‌ها از طریق بهره‌گیری از ظرفیت پنهان پژوهشگری درون سازمانی از سوی دیگر بینجامد. یادآوری این نکته در پایان بیانیه ضروری به نظر می‌رسد که شناسایی و بهره‌گیری هوشمندانه از ظرفیت بالقوه پژوهشگران شاغل در ساختارهای غیرپژوهشی را باید گامی در مسیر بلوغ نظام مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها و بنگاه‌های ایرانی به شمار آورد که با حلقه‌های متعددی از این زنجیره (به‌ویژه نظام جذب و نگهداشت استعدادها) در پیوند قرار دارد.



بی صدا مسیر را می‌گشایند.

مصاحبه؛

چالش‌های پیشروی پژوهشگران فعال در محیط‌های سازمانی
غیردانشگاهی: ظرفیت‌های پنهان سرمایه انسانی

دکتر ابوالفضل شرافت

استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه امام جواد (ع)

پژوهشگر برتر در استان یزد

چکیده

این مصاحبه با دکتر ابوالفضل شرافت به موانع و راهکارهای پژوهش در سازمان‌های غیرپژوهشی می‌پردازد. وی پنج بازیگر اصلی شامل نهادهای قانون‌گذار، مدیران ارشد، مدیران میانی و کارکنان، متولیان پژوهش و پژوهشگران را عامل تعیین‌کننده در موفقیت یا شکست پژوهش می‌داند. موانعی همچون قوانین محدودکننده، تصمیم‌گیری‌های غیرعلمی، بی‌انگیزگی کارکنان، بروکراسی در واحدهای پژوهشی و فاصله پژوهشگران از نیازهای واقعی سازمان مطرح شده است. برای رفع این مشکلات، راهکارهایی مانند تعریف پروژه‌های کاربردی، مشارکت کارکنان، آموزش مهارت‌های پژوهشی، ایجاد تیم‌های مشترک و تقویت نقش منابع انسانی پیشنهاد می‌شود. در نهایت، فرهنگ‌سازی توسط مدیران ارشد و پیوند پژوهش با ارزیابی عملکرد، کلید ارتقای کیفیت پژوهش معرفی شده است.

مقدمه

پژوهش نقشی اساسی در بهبود تصمیم‌گیری و نوآوری سازمان‌ها دارد، اما در بسیاری از سازمان‌های غیرپژوهشی با موانع فرهنگی و ساختاری مواجه است. با توجه به اهمیت سرمایه انسانی، شناخت این موانع و ارائه راهکارهای عملی می‌تواند مسیر ارتقای پژوهش را هموار کند. گفت‌وگوی حاضر با دکتر ابوالفضل شرافت به بررسی همین موضوع پرداخته است.

به نظر شما مهم‌ترین موانع فرهنگی و سازمانی برای انجام پژوهش در ساختارهای غیرپژوهشی با تمرکز بر سرمایه انسانی چیست؟

به نظر من عملکرد مناسب یا نامناسب پنج بازیگر کلیدی در سازمان و خارج از مرزهای سازمان، می‌تواند محرک یا مانع پژوهش در سازمان‌های غیرپژوهشی باشد. این پنج بازیگر عبارتند از:

۱- نهادهای قانون‌گذار، بالادستی و نظارتی و حتی تشکلهای اجرایی - حمایتی،

۲- مدیران ارشد سازمان،

۳- کارکنان و مدیران میانی،

۴- متولیان امر پژوهش در سازمان مثل واحدهای تحقیقات و منابع انسانی،

۵- پژوهشگران.

نهادهای قانون‌گذار، بالادستی و ناظر با تصویب و پایش قوانینی که گاه غیرمستقیم و ناخودآگاه لطمه به پژوهش می‌زنند و مانع پژوهش در این سازمان‌ها می‌شوند. سازمان‌های دولتی را در نظر بگیرید، قانونی به نام منع مداخله کارکنان دولت باهدف جلوگیری از تعارض منافع و اتلاف وقت اداری وضع شده است. اما این محدودیت می‌تواند آثار منفی قابل توجهی در حوزه پژوهش سازمان‌های دولتی داشته باشد، چراکه برخی از کارکنان دولت شناخت عمیق تری از مسائل سازمانی دارند و منع کامل مشارکت آنها در پژوهش به کیفیت بسیاری از پژوهش‌ها در این‌گونه سازمان‌ها لطمه می‌زند و نتیجه آن تحقیقاتی غیرعملی، انتزاعی، تئوریک و ناسازگار با واقعیت‌های سازمان می‌شود. ضمن اینکه این عدم مشارکت فرصت یادگیری را از کارکنان می‌گیرد و کم‌کم میل و انگیزه آنها به بهبود و نوآوری در فرایندها را کمرنگ می‌کند. مسئله به اینجا ختم نمی‌شود؛ چراکه پژوهشگران برون‌سازمانی برای درک مسائل سازمان نیاز به زمان بیشتری دارند و این امر سبب افزایش زمان و هزینه پژوهش‌ها می‌شود. همین معضل حتی در خصوص نهادها و کارگروه‌های حمایتی - اجرایی هم وجود دارد به‌عنوان مثال هر سال در هفته پژوهش باهدف حمایت از پژوهش، پژوهشگران برتر استان‌ها شناسایی از آنها تقدیر می‌شود. اما خود فرایند انتخاب ایرادهایی دارد که گاه مانع پژوهش می‌شود. تمرکز صرف بر تعداد مقالات علمی و شاخص‌های آکادمیک سبب بی‌توجهی به تأثیر عملی پژوهش‌ها در حل مسائل سازمانی می‌شود و ناخودآگاه پژوهشگران را بجای مسائل حیاتی و کاربردی سازمان به سمت موضوعات نظری و گاه انتزاعی و شیک هدایت می‌کند و این باعث گسست بین پژوهش‌های انجام‌شده و نیازهای واقعی سازمان‌ها می‌شود. نکته دیگری که در انتخاب پژوهشگر برتر در برخی دوره‌ها اتفاق می‌افتد تأثیر روابط شخصی و سیاسی در گزینش پژوهشگران برتر است که آسیب جدی به فرهنگ پژوهش می‌زند. اجازه بدهید به همین مقدار بسنده کنم و به نقش بازیگر دوم بپردازم.

مدیران ارشد سازمان‌های غیرپژوهشی هم می‌توانند به معنای برای پژوهش در سازمان‌هایشان تبدیل شوند. بسیاری از مدیران ارشد تصمیم‌هایشان بر اساس تجربیات شخصی یا حدس و گمان است و این امر به کم‌توجهی به داده‌ها و یافته‌های پژوهشی دامن می‌زند. پیامد این شیوه مدیریتی، سیاست‌گذاری‌های ناسازگار با پژوهش و عدم تعریف جایگاه مشخص برای پژوهش در استراتژی سازمان است که سردرگمی کارکنان درباره اهمیت واقعی پژوهش و تخصیص نامناسب منابع مالی و انسانی به فعالیت‌های پژوهشی را به دنبال دارد.

این رویکرد عموماً سبب می‌شود واحد پژوهش، مجموعه‌ای کم‌اهمیت باشد و معمولاً زیرمجموعه بخش‌های عملیاتی بی‌ربط فعالیت کند و اختیارات کافی نداشته باشد و گاه مدیریت در خور و شایسته برای آن انتخاب نشود. این به کیفیت علمی و عملی تحقیقات انجام شده در سازمان لطمه می‌زند و استقلال و بی‌طرفی پژوهش‌ها را زیر سؤال می‌برد، چرخه معیوب ایجاد شده ادامه می‌یابد و سبب تقویت باورهای ضد پژوهشی در سطوح پایین‌تر سازمان و شکل‌گیری فرهنگ "تصمیم‌گیری بدون پشتوانه علمی" می‌شود. اینجا جایی است که بازیگران کلیدی سوم نقش خود را ایفا می‌کنند، کارکنان و مدیران میانی.

کارکنان گاه به دلیل باور به "بی‌فایده بودن پژوهش" به کارهای روزمره بسیار بیشتر از فعالیت‌های پژوهشی اهمیت می‌دهند.

البته ترس از شناسایی خطاها و کاستی‌های عملکردی و نگرانی از پیامدهای منفی شفاف شدن واقعیت‌ها نیز می‌تواند سبب مانع‌تراشی برخی کارکنان در فرایند انجام تحقیقات شود. متولیان امر پژوهش در داخل سازمان، یعنی مدیران و کارکنان بخش تحقیقات، گاه بزرگترین مانع بر سر راه تحقیقات هستند. ایجاد فرایندهای طولانی و غیرضروری برای تصویب پروژه‌های پژوهشی، طراحی فرم‌های متعدد و اخذ مجوزهای غیرکاربردی نه تنها باعث هدررفت زمان و انرژی پژوهشگران می‌شود انگیزه آنها برای مشارکت در پژوهش را کم می‌کند.

تأکید افراطی بر تعداد گزارش‌ها و مقالات به جای تأثیر عملی پژوهش‌ها مورد دیگری است که باعث تولید پژوهش‌های سطحی و غیرکاربردی می‌شود و به فرهنگ غلط "پژوهش برای پژوهش" در سازمان دامن می‌زند.

تعریف پروژه‌های پژوهشی بدون مشورت با واحدهای اجرایی سازمان و عدم درک نیازهای واقعی و فوری سازمان سبب انجام پژوهش‌هایی که پاسخگوی مسائل اصلی سازمان نیستند می‌شود و این منجر به بدبینی و مقاومت واحدهای عملیاتی در همکاری با متولیان پژوهش می‌شود.

تأثیر روابط و فشارهای سازمانی در انتخاب موضوعات پژوهشی و پژوهشگران معضلی است که علاوه بر متولیان پژوهش در سطح سازمان‌ها مبتلا به سازمان‌های بزرگ کشور و نهادهای دولتی هم هست که در آن سطح، فشارهای سیاسی و جناحی سبب انتخاب موضوع پژوهش غلط و حتی پژوهشگر غلط می‌شود.

میزان تأثیرگذاری نتایج این پژوهش‌های غلط برای کشور ویرانگر است. این مهم در سطح سازمان منجر به کاهش اعتبار علمی پژوهش‌های سازمانی و بی‌اعتمادی کارکنان به فرایند پژوهش و در سطح کلان کشور باعث بی‌اعتمادی ملی می‌شود.

شاید باورش سخت باشد؛ اما در بسیاری از موارد خود پژوهشگران به‌عنوان یکی از بازیگران کلیدی بزرگ‌ترین مانع بر سر راه پژوهش در سازمان‌های غیرپژوهشی هستند. ارائه گزارش‌های پیچیده آکادمیک به‌جای راهکارهای اجرایی ساده و اصرار بر روش‌های پژوهشی استاندارد بدون توجه به محدودیت‌های سازمانی باعث می‌شود، نتایج پژوهش عملیاتی نشود و ایجاد تصور "غیرعملی بودن پژوهش" در ذهن مدیران و کارکنان سازمان نقش ببندد.

عدم شناخت کافی برخی پژوهشگران از فرهنگ، ساختار و فرایندهای سازمان و عدم تطبیق روش‌های پژوهشی با ظرفیت‌های واقعی سازمان مانع دیگری است که سبب ارائه پیشنهادهای غیرقابل اجرا از سوی پژوهشگر می‌شود.

مورد دیگری که اثرات منفی بسیار زیادی دارد، برخورد تحقیرآمیز با دانش عملی کارکنان و عدم توجه به اولویت‌ها و دغدغه‌های مدیران از سوی پژوهشگران است که تداوم آن، تنفر از فعالیت‌های پژوهشی در سازمان را به دنبال دارد. تأکید بر پژوهش‌های زمان‌بر و عدم چابکی و سرعت در شرایطی که سازمان به راهکارهای فوری نیاز دارد معضل دیگری است که فرصت تأثیرگذاری را از پژوهشگر می‌گیرد.

چگونه می‌توان انگیزه و تعهد کارکنان در بخش‌های غیرپژوهشی را برای مشارکت در فعالیت‌های پژوهشی افزایش داد؟

به ریشه‌های عدم مشارکت در پاسخ به سؤال اولتان اشاره کردم به‌نظم حذف عواملی که ذکر کردم سبب افزایش مشارکت می‌شود. مثلاً در خصوص قوانینی مثل منع مداخله کارکنان دولت، سازوکارهای کنترل تعارض منافع (به‌جای ممنوعیت کامل) نظیر اجازه مشارکت کارکنان در پژوهش، اما با نظارت کمیته اخلاق پژوهشی و همچنین الزام به شفاف‌سازی روابط و تضادهای احتمالی منافع، می‌تواند به افزایش انگیزه کارکنان در انجام فعالیت‌های پژوهشی کمک کند. اگر بخواهم به‌صورت خلاصه اشاره کنم، به‌نظم:

- تعریف پروژه‌های پژوهشی حول مسائل واقعی و ملموس کارکنان
 - قراردادن معیار مشارکت پژوهشی در معیارهای ارزیابی عملکرد سالانه کارکنان
 - تخصیص پاداش‌های مالی و غیرمالی (نظیر تقدیرنامه‌ها و فرصت‌های آموزشی)
 - برگزاری دوره‌های فشرده "پژوهش برای غیر پژوهشگران" در قالب آموزش‌های کوتاه مدت
 - تشکیل تیم‌های پژوهشی متشکل از کارکنان و پژوهشگران
 - شناسایی موضوعات پژوهشی با مشارکت کارکنان
- می‌تواند کمک بسزایی به افزایش انگیزه و تعهد کارکنان برای مشارکت در فعالیت‌های پژوهشی کند.

نقش مدیران منابع انسانی در حمایت و ترویج فرهنگ پژوهش در سازمان های غیرپژوهشی چه تأثیری دارد؟

قبل از آن می‌خواهم به دو نکته اشاره کنم اول اینکه در بسیاری از سازمان‌ها مدیریت منابع انسانی جایگاهی کم‌اهمیت‌تر از مدیریت‌های صف و حتی برخی مدیریت‌های ستادی نظیر مدیریت مالی دارد و دوم اینکه خیلی از مدیران منابع انسانی شایستگی لازم را ندارند. دو آسیبی که اشاره کردم سبب شده که مدیران منابع انسانی در حاشیه تصمیم‌گیری‌های استراتژیک باشند نفوذ کافی در سطوح مدیریت ارشد را نداشته باشند و متأسفانه تسلط نداشتن آنها بر مفاهیم پژوهش سازمانی، باعث کم‌توانی آنها در طراحی سیستم‌های انگیزشی پژوهش‌محور شده و به دنبال آن حمایت از فرهنگ پژوهش را تحت تأثیر قرار داده است.

به نظرم جایگاه ضعیف مدیر منابع انسانی در سازمان‌ها سبب شده در بسیاری از موارد، مدیر قابل‌قابلی برای این حوزه گماشته نشود و از طرفی انتصاب مدیر ضعیف این جایگاه را ضعیف‌تر می‌کند. این چرخه معیوب به‌صورت خودکار جایگاه پژوهش را هم ضعیف‌تر می‌کند. پس به نظر اولویت اول رساندن منابع انسانی به جایگاه واقعی خود و انتصاب مدیران توانمند و شایسته در این جایگاه است.

در صورتی که جایگاه منابع انسانی اصلاح و مدیر آن توانمند باشد به نظرم بهترین نقش حمایتی او پیوند دادن پژوهش با نیازهای حال و آینده سازمان است. ایجاد ساختار "شبکه پژوهشگران داخلی" از بین کارکنان می‌تواند نقش بسزایی در ترویج فرهنگ پژوهش داشته باشد قطعاً این شبکه وقتی با انگیزه و درستکار می‌کند که سیستم انگیزشی و پاداش سازمان از آن پشتیبانی کند. تبدیل پژوهش به ارزش سازمانی از طریق اصلاح منشور اخلاقی سازمان هم می‌تواند کمک‌کننده باشد اگر در حد شعار باقی نماند. تعریف معیارهای قابل اندازه‌گیری، نظارت بر کیفیت و خروجی پژوهش‌ها و تضمین بهره‌برداری از نتایج آنها، نقش حاکمیتی و نظارتی مدیر منابع انسانی است که باید با جدیت انجام شود.

چه راهکارهایی را برای بهبود کیفیت پژوهش در ساختارهای غیرپژوهشی پیشنهاد می‌کنید؟

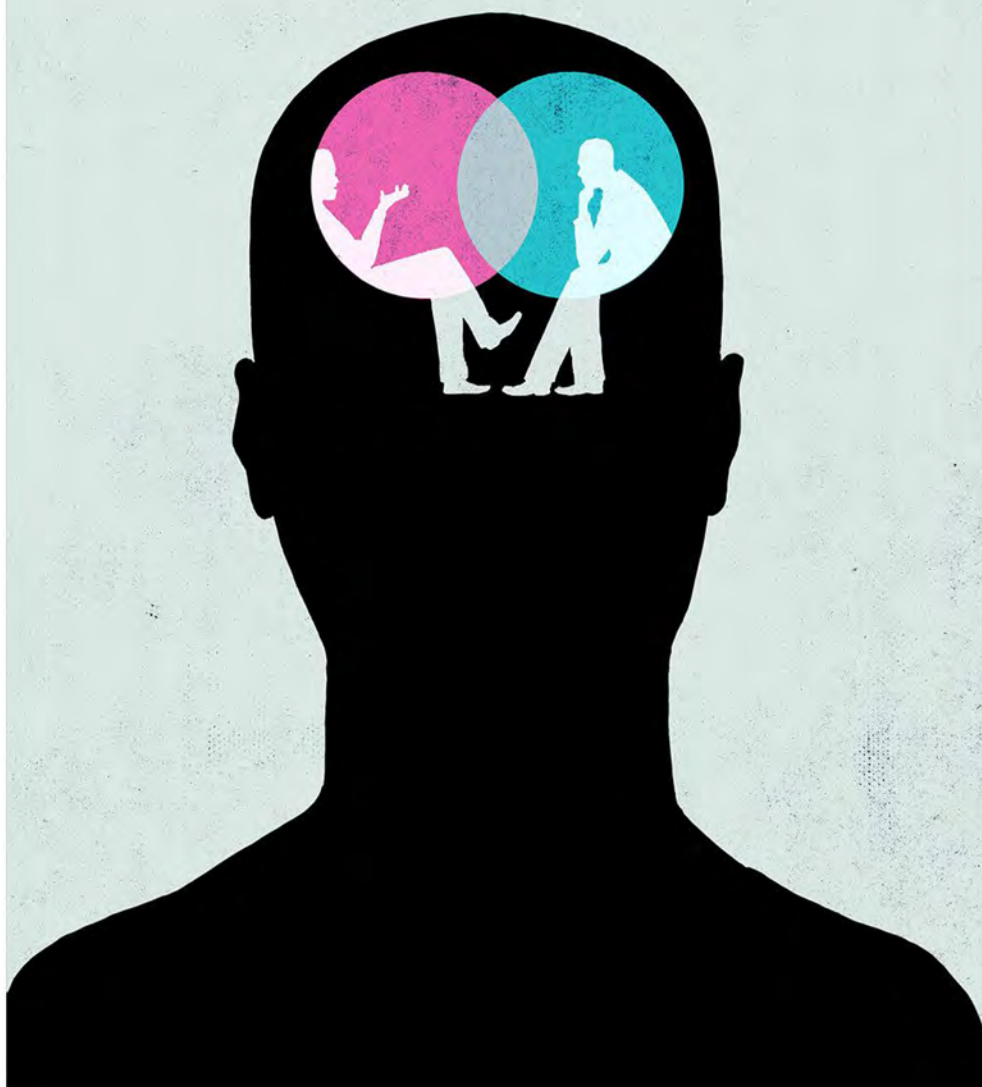
به‌نوعی در سؤالات قبلی پاسخ سؤال را دادم اگر بخواهم راهکارهایم را در سطح سازمان جمع‌بندی کنم به نظرم با توجه به نقش مدیران ارشد در فرهنگ‌سازی، الگوسازی رفتاری توسط آنها بسیار مهم است. مثلاً تخصیص یک ساعت در ماه به جلسات بررسی یافته‌های پژوهشی و یا الزام به ارائه «مستندات پژوهشی» در جلسات کلان سازمان، می‌تواند کمک بسزایی به توسعه و فراگیری فرهنگ پژوهش در سازمان کند.

پیوند دادن پژوهش با ارزیابی عملکرد مدیران، نظیر اختصاص درصدی از امتیاز ارزیابی سالانه مدیران به استفاده از یافته‌های پژوهشی، راهکار اجرایی و شدنی است که می‌تواند در صورت استمرار، مؤثر واقع شود.

تشکیل تیم‌های متشکل از کارکنان اجرایی و پژوهشگران با تمرکز بر حل مسائل مهم روزمره و اهدای جایزه به بهترین ایده‌های پژوهشی به صورت دورهای در سطح کارکنان و مدیران میانی نیز راهکار مؤثری است که در بسیاری از سازمان‌ها جواب داده است. رصد مستمر مسائل سازمانی و آموزش روش‌های پژوهشی عملیاتی به جای آکادمیک توسط پژوهشگران عملگرها و باتجربه و تمرکز بر مهارت‌های ترجمه یافته‌های پژوهشی به زبان اجرایی هم باید در دستور کار واحدهای تحقیقات قرار گیرد.

در پایان از فرصتی که نشریه وزین «پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی» در اختیارم قرارداد تا به بیان دیدگاه‌هایم در خصوص «موانع و راهکارهای بهبود کیفیت پژوهش در سازمان‌های غیرپژوهشی» بپردازم، صمیمانه سپاسگزارم.

دغدغه‌مندی نشریه در پرداختن به موضوعات کاربردی و تحول‌آفرین در حوزه سرمایه انسانی و نگاه پیشرو و عمل‌گرایانه هیئت تحریریه در انتخاب‌محورهای اثرگذار قابل ستایش است.



شناسایی ریسک‌های روانی و اجتماعی کارکنان سازمان‌ها با بهره‌گیری از یک رویکرد کیفی

نگار جلیلیان

دکترای مدیریت تولید و عملیات | عضو هیئت علمی مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

ایمان عبداللهی فوزی

کارشناسی ارشد مدیریت استراتژیک منابع انسانی | مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

چکیده

فلسفه وجودی سازمان متکی به وجود انسان است، انسانها در کالبد سازمان روح می‌دمند؛ بنابراین منابع انسانی با ارزش‌ترین منبع برای هر سازمان هستند در این راستا پرداختن به موضوع سلامت روانی و اجتماعی کارکنان امری مهم تلقی میشود، پژوهش حاضر باهدف شناسایی جنبه‌ها و ویژگی‌های مؤثر بر روی سلامت روان کارکنان که منجر به بروز مشکلات و بیماری‌های روانی در آنها میشود، صورت گرفت. پژوهش از منظر کنترل متغیرها توصیفی، از منظر روش گردآوری داده‌ها پیمایشی و از منظر هدف کاربردی است. جامعه آماری پژوهش دربرگیرنده کلیه افراد صاحب‌نظر در حوزه روان‌شناسی صنعتی در سطح استان یزد بود که با روش قضاوتی از بین آنها افراد نمونه انتخاب شد. برای تحقق هدف پژوهش از رویکرد کیفی تحلیل محتوا بهره گرفته شد به این ترتیب که ابتدا بانکی از مقالات فارسی و لاتین منتشر شده در پایگاه‌های معتبر علمی ایجاد و تلاش شد تا انواع ریسک‌های روانی و اجتماعی از آنها استخراج شود. سپس عوامل شناسایی شده کدگذاری شد و پس از بررسی عمیق آنها، عوامل در قالب دسته‌های مفهومی و مقوله‌ها طبقه‌بندی گردید. یافته‌های حاصل از پژوهش حاکی از آن بود که کلیه عوامل ریسک روانی و اجتماعی کارکنان سازمان‌ها در قالب ۲۰ مقوله قابل‌شناسایی است.

واژگان کلیدی: ریسک‌های روانی و اجتماعی، تحلیل محتوا، کارکنان سازمان

مقدمه

منابع انسانی مهم‌ترین دارایی یک سازمان می‌باشد (حوزوی و همکاران ۱۴۰۲) فلسفه وجودی سازمان، متکی به حیات انسان است انسان‌ها در کالبد سازمان‌ها روح می‌دمند و آن‌را به حرکت در می‌آورند سازمان‌ها بدون وجود انسان نه تنها مفهومی نخواهند داشت؛ بلکه اداره آن‌ها نیز میسر نخواهد شد؛ بنابراین مدیریت منابع انسانی در هر سازمان کلید اصلی دستیابی به اهداف سازمان است؛ زیرا سرمایه انسانی سازمان به منزله منبع تولید ایده‌های جدید برای شکوفایی و نوآوری و دستیابی به تولیدات بدیع است که با توانمندی و مهارت خود عملکرد سازمان را افزایش داده و ضمن ایجاد مزیت رقابتی مستمر در افزایش بهره‌وری نیز نقش اساسی دارد (اردستانی و ورزشکار ۱۳۹۵). سرمایه انسانی به تصمیم‌های سازمانی شکل داده و با مرتفع ساختن مسائل و مشکلات سازمان بهره‌وری را کیفیت بخشیده کارایی و اثربخشی را معنا می‌دهند (کاظمی، ۱۳۹۸). در راستای اهمیت سرمایه انسانی سازمان، پرداختن به مفهوم کیفیت زندگی کاری و تحقق بخشیدن به آن در بستر سازمان از وظایف مهم مدیران منابع انسانی به شمار می‌رود ضرورت توجه به کیفیت زندگی کاری و بهبود آن، یک منطبق دارد و آن هم این است که ۶۵ درصد عمر مفید انسان‌ها در محیط کار سپری می‌شود؛ لذا توجه به کیفیت زندگی کاری و ارتقای آن به طور معمول یعنی تأکید بر روش‌هایی که سازمان را دگرگون می‌سازد تا دخالت در کار و عملکرد آنان را بهبود بخشد و فشار عصبی، ترک خدمت و غیبت را کاهش دهد (کاظمی، ۱۳۹۸). با نگاهی به پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه کیفیت زندگی کاری، مؤلفه‌های برنامه کیفیت زندگی کاری به شرح زیر است:

- محیط کاری ایمن و بهداشتی (که به ارتقا سطح سلامت جسمی به‌ویژه روانی کارکنان اشاره دارد).
- تأمین فرصت رشد و امنیت مداوم (به معنای فراهم نمودن زمینه بهبود توانایی‌های فردی، فرصت‌های پیشرفت و فرصت‌های به‌کارگیری مهارت‌های کسب شده می‌باشد).

- قانون‌گرایی در سازمان (منظور فراهم بودن زمینه آزادی بیان و بدون ترس از انتقام مقام بالاتر و نافذ سلطه انسانی می‌باشد)
 - وابستگی اجتماعی زندگی کاری (به چگونگی برداشت با ادراک کارکنان در مورد مسئولیت اجتماعی سازمان اشاره دارد)
 - فضای کلی زندگی (برقراری تعادل بین زندگی کاری و دیگر بخش‌های کارکنان که شامل اوقات فراغت، تحصیلات و زندگی خانوادگی می‌شود مربوط می‌شود)
 - یکپارچگی و انسجام در سازمان (حذف ارزش حفظ اصالت افراد در سازمان و تشویق به شکل‌گیری تیم‌ها و گروه‌های اجتماعی می‌شود)
 - توسعه قابلیت‌های انسانی (فراهم بودن فرصت‌هایی چون استفاده از استقلال و خودکنترلی در کار، بهره‌مند شدن از مهارت گوناگون و برنامه‌ریزی برای کارکنان)
 - با توجه به مفهوم سلامت روان به‌عنوان یکی از موارد مورد تأکید کیفیت زندگی کاری، سازمان بهداشت جهانی WHO بر این باور است که سلامت روان مفهومی فراتر از نبود اختلال‌های روانی بوده و شامل موارد زیر می‌باشد:
۱. خوب بودن ذهنی
 ۲. ادراک خودکارآمدی
 ۳. استقلال و خودکارآمدی
 ۴. لیاقت و شایستگی
 ۵. وابستگی میان‌سالی
 ۶. خودشکوفایی توانمندی‌های بالقوه فکری و هیجانی
- همچنین در اساس‌نامه سازمان بهداشت جهانی WHO، سلامت نه تنها نبود بیماری یا معلولیت بلکه حالت بهینه خوب بودن جسمی، روانی و اجتماعی تعریف شده است (گزارش سازمان بهداشت جهانی ۲۰۰۱). از این‌رو می‌توان اذعان داشت که متغیر سلامت روان یکی از مؤثرترین موضوعات مرتبط با ارتقا سطح کیفیت زندگی کاری است و با مجموعه شرایط عینی و واقعی سازمان نظیر خط‌مشی‌های ارتقا از درون، رفتارهای آزادمنشانه، مشارکت کارکنان و اقدامات و شرایط کاری امن و مطلوب و یکسان ارتباط تنگاتنگی دارد. (دماری و همکاران، ۱۳۹۹)

سلامت روان به‌عنوان یکی از ارکان سلامتی در زندگی مفید مؤثر و رضایت‌بخش فردی نقش دارد و بهبود زندگی افراد جامعه به‌ویژه قشرهای مؤثر سازنده و شاغلان آن لازمه پویایی بالندگی و اعتلای آن جامعه است لازم به ذکر است که تأمین سلامت روان کارکنان برای مدیران از حساسیت‌های زیادی برخوردار است؛ زیرا طیف وسیعی از ریسک‌های روانی و اجتماعی همواره سلامت روان کارکنان را تهدید می‌کند.

ریسک خطری است که به علت عدم اطمینان در مورد وقوع حادثه‌ای در آینده پیش می‌آید و هرچه میزان تأثیر این عدم قطعیت بیشتر باشد ریسک افزایش می‌یابد ریسک را می‌توان شرایطی مرکب از خطر و فرصت قلمداد نمود (اسماعیل‌نژاد آهنگرانی، ۱۳۹۱).

منظور از ریسک‌های روانی و اجتماعی نیز خطرات روانی و اجتماعی است که در چارچوب تعاملات میان مفاهیم شغلی مدیریت سازمان و دیگر شرایط محیطی و سازمانی از یک‌طرف و احتیاجات و قابلیت‌های کارکنان از طرف دیگر شناسایی می‌شود در واقع خطرات روانی اجتماعی مربوط به عدم توازن‌های موجود در عرصه روانی است و پیامدهای منفی آن بر سلامت روان کارکنان تأثیرگذار خواهد بود ریسک‌های روانی اجتماعی شامل محتوای شغل، حجم و روش کار، زمان بندی کار، کنترل محیط و تجهیزات، فرهنگ سازمانی و دستورالعمل، روابط بین شخصی در کار، نقش در سازمان، توسعه شغلی و تعامل کار و خانه، اما این باید مورد توجه قرار گیرد که شکل‌های جدید کار باعث پدید آمدن خطرات جدید شده است. فاکتورهایی همچون بازخورد ضعیف، ارزشیابی ناکافی، فرایندهای ارتباطی، امنیت شغلی، ساعات کار اضافی، یک سبک مدیریت آمرانه و... است. (زمردیان و همکاران ۱۳۹۹)

با عنایت بر اهمیت موضوع، پژوهش حاضر در صدد آن است تا با بهره‌گیری از رویکرد کیفی تحلیل محتوا به شناسایی و استخراج کلیه عوامل ریسک‌های روانی و اجتماعی کارکنان فعال در سازمان‌های استان یزد بپردازد.

با عنایت بر اهمیت موضوع، پژوهش حاضر در صدد آن است تا با بهره‌گیری از رویکرد کیفی تحلیل محتوا به شناسایی و استخراج کلیه عوامل ریسک‌های روانی و اجتماعی کارکنان فعال در سازمان‌های استان یزد بپردازد. با در نظر داشتن محدودیت‌های مربوط به منابع مالی و زمانی سازمان‌ها قادر خواهند بود تا با بهره‌گیری از نتایج حاصل از پژوهش، برنامه‌های خود را با اطمینان بیشتر جهت مرتفع ساختن آن دسته از ریسک‌های روانی و اجتماعی که مورد کاوش قرار گرفته است پیاده‌سازی نمایند.

سابقه تحقیق

پیشینه پژوهش‌های داخلی

• زمردیان، فتح‌علیان و مولانی (۱۴۰۰) مطالعه‌ای با عنوان "ارائه مدلی جهت ریسک‌های روانی در سازمان با استفاده از مدل ساختاری تفسیرگر ISM باهدف مدل‌سازی جهت ریسک‌های روانی انجام دادند.

این پژوهش از نوع توصیفی بوده و با تکمیل پرسش‌نامه توسط ۱۰۰ نفر کارکنان و کارشناسان اداره مالیات شرق استان مازندران صورت گرفت. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش ساختاری تفسیرگر ISM انجام و در نهایت با استفاده از نرم‌افزار Micmac متغیرهای شناسایی شده بر حسب قدرت هدایت و وابستگی به چهار دسته تقسیم شدند، مهم‌ترین دسته متغیرها با عنوان متصل که قدرت هدایت زیاد و وابستگی زیاد بود به شرح محتوای شغل و طراحی، حجم و روش کار، زمان بندی کار، کنترل شغل، محیط و تجهیزات، روابط بین شخصی در کار و نقش در سازمان شناسایی شدند که با تغییر در آنها می‌توان به تغییر سیستم دست‌یافت و دسته مستقل به‌عنوان سنگ زیربنای متغیرها برای تأکید در فرایند ارائه مدل به شرح توسعه شغلی و تعامل کار و خانه که قدرت هدایت قوی و وابستگی کم دارند، شناسایی شدند.

• علیزاده و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی رابطه بین ویژگی‌های روانی-اجتماعی بر بهزیستی حرفه‌ای: نقش تعدیل‌گر تجارب بازیابی پرداختند.

پژوهش از نوع کاربردی و گردآوری داده‌ها توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بر روی ۲۵۷ نفر از کارکنان شرکت نکا چوب که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند، صورت گرفت. سپس فرضیه‌ها تعیین و جهت آزمون آن‌ها از روش تحلیل معادلات ساختاری و نرم‌افزار smart pls3 استفاده شد. نتایج حاصل از یافته‌ها حاکی از آن است که ویژگی‌های روانی-اجتماعی کار بر بهزیستی حرفه‌ای تأثیر مثبت و معناداری دارد و اثر تعدیل‌گر تجارب بازیابی کارکنان بر رابطه بین این دو متغیر تأیید نشد.

• امیری و سورتچی (۱۴۰۱) به پژوهشی با عنوان طراحی مدل ریسک مدیریت منابع انسانی و باهدف اولویت‌بندی و طراحی مدل ریسک‌های مدیریت منابع انسانی در دانشگاه علوم پزشکی مازندران پرداختند. این پژوهش از نوع کاربردی و با روش توصیفی پیمایشی به صورت مقطعی بوده و جمع‌آوری داده‌های تحقیق با تکمیل پرسش‌نامه‌ای که با استفاده از نظرسنجی خبرگان منابع انسانی به روش دلفی فازی مورد تأیید قرار گرفت، انجام شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش تحلیل مدل معادلات ساختاری و آزمون تحلیل عامل اکتشافی به روش تجزیه به ابعاد اصلی و چرخش واریماکس صورت پذیرفت. بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلنت استفاده شد.

براین اساس، مدل یابی به روش PLS در دو مرحله صورت پذیرفت. در مرحله اول مدل اندازه‌گیری (مدل بیرونی) از طریق تحلیل‌های روایی و پایایی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت و در مرحله دوم مدل ساختاری (مدل درونی) به وسیله برآورد مسیر بین متغیرها بررسی گردید. نتایج تحقیق نشان داد که از میان مؤلفه‌های ۲۴ گانه، متغیر ریسک‌های پاداش و جبران خدمات رتبه اول و ریسک عدم تمرکز به مشتری رتبه دوم و ریسک‌های تأمین منابع انسانی رتبه سوم را دارد و متغیر ریسک عدم برخورداری از قابلیت‌های استراتژیک در جدول فریدمن دارای کمترین اهمیت می‌باشد.

• علی‌آبادی و همکاران (۱۴۰۲) تحقیقی با عنوان مطالعه ریسک فاکتورهای روانی اجتماعی

کارکنان در صنعت (موردی یک شرکت تولیدی) باهدف شناسایی ریسک فاکتورهای روانی اجتماعی انجام دادند. در این مطالعه جهت مسئله‌شناسی کارکنان، از روش‌های کمی و کیفی بهره گرفته شد.

در روش پیمایشی از کارکنان خواسته شد تا با تکمیل پرسش‌نامه، میزان اهمیت و اولویت هر یک از ریسک فاکتورهای شناخته شده را در سطوح مختلف مشخص نمایند.

در شیوه کیفی به روش تحلیل سیستماتیک، از طریق مراجعه به کارشناسان و سرپرستان از آنان خواسته شد تا اهم مشکلات و مسائل شخصی، خانوادگی و شغلی کارکنان را ذکر نمایند. مشارکت‌کنندگان بخش کیفی با استفاده از روش SPSS و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی و از نرم‌افزار نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و مصاحبه‌های عمیق فردی و بحث‌های گروهی متمرکز به عمل آمد و با روش تحلیل مضمون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس نتایج پژوهش، شناسایی ریسک فاکتورهای روانی اجتماعی و مسائل و مشکلات شایع کارکنان در سه حوزه فردی (مشکلات جسمی و روحی، مصرف مواد، خانوادگی (مشکلات زناشویی و چالش با فرزند، مشکلات جسمی و روحی اعضای خانواده) و سازمانی (مشکلات محیط کار، عدم تعادل کار و زندگی) مشخص شد.

• سون، لی و چنگ (۲۰۲۴) پژوهشی با عنوان "رهبری مستبد چگونه رفتارهای خدماتی مرتبط با نقش کارکنان خط مقدم را خنثی می‌کند؟ دیدگاه توانمندسازی روان شناختی" انجام دادند. هدف پژوهش توضیح چگونگی و زمان رهبری مستبد و ارتباط آن با رفتارهای خدماتی مرتبط با نقش کارکنان خط مقدم است.

پژوهش از نوع پیمایشی بوده و انتخاب نمونه با روش نمونه‌گیری ساده از ۲۴۱ نفر از کارمندان و سرپرستان شاغل در ۶ هتل بزرگ در چین صورت گرفت. معیار انتخاب هتل‌ها، تعداد قابل توجه کارکنانشان (حداقل ۲۰۰ نفر تمام وقت) بود. این پرسنل از بخش‌های مختلف مانند دربان، میزبان، خانه دار، غذا و نوشیدنی هستند

متغیرهای اصلی شامل رهبری مستبد، توانمندسازی روان شناختی و رفتارهای خدماتی و متغیرهای فرعی رفتارهای خدمات درون نقشی، رفتارهای برون نقشی و سنتی بودن فردی می باشد. برای سنجش رهبری مستبد از یک پرسشنامه ۶ ماده ای از دی هوگ و دن هارتگ (۲۰۰۸)، توانمندسازی روانی از پرسشنامه ۱۲ ماده ای از اسپریتزر (۱۹۹۵) که در مطالعات عثمان و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار گرفته بود و برای سنجش رفتارهای خدمات درون نقشی از یک پرسشنامه ۵ ماده ای از چنگ دونگ و همکاران (۲۰۲۰) و برای سنجش رفتارهای برون نقشی از یک پرسش نامه ۳ ماده ای که توسط تزار و لین ۲۰۰۴ اتخاذ شده بود، استفاده شد و سنتی بودن فردی با استفاده از پرسشنامه ۵ ماده ای که توسط فارز و همکاران توسعه داده شده بود مورد سنجش قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل های آماری این پژوهش با استفاده از نرم افزارهای SPSS و Mplus انجام شد. قبل از آزمون فرضیه ها از تحلیل عاملی تاییدی CFA برای ارزیابی شاخص های برازش مدل های اندازه گیری استفاده شد، آزمون تک عاملی هارمن برای ارزیابی سوگیری روش رایج انجام شد و مورد تایید عدم سوگیری قرار گرفت و سپس فرضیه های نظری با استفاده از روش رگرسیون سلسله مراتبی، از جمله آزمایش برای تاثیرات میانجی و تعدیل کننده، مورد آزمایش قرار گرفت. برای بررسی بیشتر مکانیسم واسطه، تحلیل بوت استرپ با استفاده از روش PRO-CESS انجام داده شد. که یافته ها نشان داد رهبران مستبد می توانند بر رفتارهای خدمات دورن نقشی کارکنان خط مقدم و همچنین رفتارهای خدماتی فرانقشی آنها تاثیر منفی بگذارند علاوه بر این، توانمندسازی روانی درک شده کارکنان خط مقدم هردوی این روابط را تحت تاثیر قرار می دهد.

این مطالعه همچنین نقش سنتی بودن فردی را به عنوان یک مرز مشروط روشن می کند. به طور خاص نتایج نشان داد که سنتی بودن کارکنان خط مقدم می تواند تاثیر مخرب رهبری مستبد را بر توانمندسازی روانی آنها کاهش دهد.

• لیکا و همکاران (۲۰۲۳)، در پژوهشی تحت عنوان "رابطه بین سیاست ایمنی و بهداشت شغلی، اصول و اقدام سازمانی در مورد استرس ناشی از کار و محیط کار روانی اجتماعی در ایتالیا" باهدف ارائه شواهدی در مورد رابطه بین اصول کلیدی خطمشی ایمنی و بهداشت شغلی (OSH) و اقدام سازمانی در مورد استرس مرتبط با کار، و به نوبه خود، با تقاضاها و منابع شغلی گزارش شده کارکنان و تجربه آنها از استرس مرتبط با کار صورت گرفت. پذیرفته شده است که قانون به عنوان یک محرک برای اقدامات سازمانی در مورد خطرات روانی-اجتماعی عمل می کند. این مطالعه باهدف آزمایش بخشی از یافته های جین و همکاران انجام شده است. با تمرکز بر ایتالیا، جایی که چارچوب قانونی OSH در سال ۲۰۰۸ بروز شد تا به طور خاص ارزیابی و مدیریت خطرات روانی اجتماعی را شامل شود.

برای جمع آوری داده ها از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای چندمرحله ای از بین کارکنان و با دو نظرسنجی مختلف در سطح اروپایی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده های حاصل، با استفاده از تحلیل مسیر در مدل سازی معادلات ساختاری که دو مجموعه داده را به هم مرتبط می کند انجام شد. یافته ها حاکی از آن بود که یک رابطه آماری قوی بین اصول سیاست ایمنی و بهداشت شغلی و اقدام سازمانی بر استرس مرتبط با کار پیدا شد. وجود یک برنامه اقدام سازمانی در مورد استرس مرتبط با کار به طور قابل توجهی با منابع شغلی گزارش شده بیشتر مرتبط است. استرس مربوط به کار هیچ ارتباط معناداری بین داشتن یک برنامه اقدام سازمانی برای استرس ناشی از کار و تقاضاهای شغلی گزارش شده یافت نشد. با این حال، تقاضاهای شغلی به طور قابل توجهی با استرس مرتبط با کار گزارش شده مرتبط بود. یافته ها از فراخوان برای قانون گذاری خاص در مورد خطرات روانی اجتماعی مرتبط با کار حمایت می کنند و نشان می دهند که چگونه فرهنگ ایمنی و بهداشت شغلی سازمانی مبتنی بر اصول کلیدی OSH و توسعه آگاهی / شایستگی در مدیریت ریسک روانی اجتماعی می تواند تأثیر مثبتی بر اقدامات سازمانی داشته باشد.

با این حال، باید حمایت بیشتری از سازمان‌ها در زمینه توسعه مداخلات پیشگیری اولیه در سطح سازمانی باهدف کاهش تقاضاهای شغلی ارائه شود.

یافته‌ها نشان داد که در حالی که قوانین و اصول OSH انگیزه‌های قوی برای اقدام سازمانی هستند، به نظر نمی‌رسد که این برای هدایت سازمان‌ها به سمت مداخلات مؤثر و اجرای یک رویکرد پیشگیرانه برای رسیدگی به خطرات روانی اجتماعی و استرس مرتبط با کار کافی باشد.

• واکنش‌ها، اینارسن و نوتلارس (۲۰۲۲)، در مطالعه‌ای با عنوان "جوایمی روانی اجتماعی به عنوان تعدیل کننده در روابط استرس‌زای نقش" با تکیه بر تئوری حفاظت از منابع و نظریه سیگنال ایمنی، این فرضیه را بررسی کردند که جوایمی روانی - اجتماعی سازمان‌ها (PSC) روابط تثبیت شده بین تجربه فردی عوامل استرس‌زای نقش (ابهام نقش و تضاد نقش) و قرارگرفتن کارکنان در معرض قلدری در محل کار را تعدیل می‌کند.

جهت انجام پژوهش تعداد ۱۵۵۲۴ کارمند از ۶۹ سازمان انتخاب و پرسش‌نامه تکمیل گردید. فرضیه‌ها تعیین و مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج نشان داد که PSC یک سازمان، ارتباط بین تعارض نقش و قلدری در محل کار را در بین سازمان‌ها تعدیل می‌کند. ارتباط بین ابهام نقش و قلدری در محل کار نیز توسط PSC سازمان تعدیل شد، اما نه به همان میزان. این یافته‌ها، سطح متقابل دانش ما را در مورد اینکه چگونه عوامل سطح سازمانی ممکن است برای جلوگیری از قلدری در محل کار عمل کنند، گسترش می‌دهد.

به نظر می‌رسد PSC به عنوان یک منبع سازمانی در سازمان عمل می‌کند که در وهله اول با شیوع کمتر قلدری در محل کار مرتبط است. علاوه بر این، خطرات قرارگرفتن در معرض قلدری مرتبط با تعارض نقش و تا حدی خطر مرتبط با ابهام نقش را مهار می‌کند. بنابراین، برای مدیریت مهم است که در ایمنی روانی - اجتماعی کارکنان سرمایه‌گذاری کند، به گونه‌ای که تضمین کند که چنین جوی در سازمان حاکم باشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی و از منظر روش گردآوری داده‌ها، کتابخانه‌ای و پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش متشکل از کلیه‌ی صاحب نظران حوزه روان‌شناسی صنعتی در سطح استان یزد بود که باتوجه به رویکرد کیفی پژوهش، از بین افراد جامعه با روش نمونه‌گیری قضاوتی نمونه مورد نیاز پژوهش انتخاب شد. باتوجه به هدف پژوهش که شناسایی و استخراج عوامل ریسک‌های روانی و اجتماعی کارکنان سازمان‌ها است، سؤال پژوهشی به شرح زیر تدوین شد:

چه عواملی به‌عنوان عوامل ریسک روانی و اجتماعی کارکنان سازمان‌ها شناخته می‌شوند؟

روش تحلیل محتوا

روش تحلیل محتوا یک روش تحقیق بر پایه مشاهدات است که برای ارزیابی نظاممند محتوای مستندات مکتوب مورد استفاده قرار می‌گیرد.

این روش را میتوان به‌عنوان یک بررسی دقیق و منظم از مستندات دانست که باهدف شناسایی الگوها، زمینه‌ها و معانی غالب به کار گرفته می‌شود و میتواند به‌عنوان یک "مرحله پردازش اطلاعات" به شمار رود که در آن محتوای اطلاعاتی و ارتباطی، از طریق استفاده عینی و منظم از قوانین طبقه‌بندی، به داده‌های تبدیل میشود که میتوان آنها را خلاصه کرده و مورد مقایسه قرار داد. (Camprubi & Coromina, ۲۰۱۶)

تحلیل محتوا برای پی‌بردن به پیام یا معنای کلی متن از طریق شناسایی موضوع محوری محتوا مورد استفاده قرار می‌گیرد و علاوه بر سازمان دهی، طبقه‌بندی و مقایسه‌ی متون، به استنتاج یک نتیجه کلی از واحد میانجامد، همچنین روش مذکور ضمن افزایش سطح درک پژوهشگران نسبت به پدیده خاص، بینش جدیدی را ایجاد میکند و یا به سازماندهی اقدامات علمی صورت‌گرفته در یک حوزه خاص می‌پردازد. (Kalatpour & Farhadi, ۲۰۱۷)

یافته‌ها

در پژوهش حاضر هدف آن بود تا عوامل ریسک روانی و اجتماعی کارکنان استان یزد شناسایی و استخراج شود، از این رو ابتدا پایگاه داده در برگیرنده ی مجموعه ای از مقالات منتشر شده در پایگاه های معتبر علمی فارسی و لاتین که در زمینه ی ریسک‌های روانی و اجتماعی موجود در سازمان‌ها تدوین شده بود، ایجاد شد.

در مرحله بعد لازم بود تا با مطالعه دقیق متن مقالات (تعداد ۵۳ مقاله) موجود در پایگاه‌داده عبارتهایی که به نحوی بیان‌کننده ی عوامل ریسک روانی و اجتماع هستند، مشخص شود. به این منظور، پس از مطالعه متون موجود در پایگاه‌داده و تعیین عبارتهای کلیدی، عبارتهای مذکور بر اساس شماره مقاله کدگذاری شد و در قالب دسته‌های مفهومی مورد بررسی قرار گرفت.

در پژوهش حاضر کدگذاری به روش دستی انجام شد که به این منظور یک کد که شامل دو آیتم بود به هریک از عبارتهای مشخص شده اختصاص یافت.

به این ترتیب که برای عبارات استخراج شده در مقالات حرف (P) و عدد سمت چپ هر کد نیز نماینده ی شماره مقاله ای بود که در برگیرنده ی عوامل مذکور هستند.

در نهایت بررسی دسته‌های مفهومی شناسایی شده و منجر به استخراج تم‌های مرتبط گردید. در مرحله ی بازبینی، تم‌های استخراج شده در جلسات هم‌اندیشی با اعضای پنل مورد بحث و بررسی قرار گرفتند و با حذف تعداد محدودی از تم‌هایی که از نظر خبرگان باهدف پژوهش سازگار نبود، سایر تم‌های استخراج شده مورد تأیید نهایی قرار گرفته و نام‌گذاری شدند.

نتایج حاصل از تحلیل محتوای صورت‌گرفته در پژوهش حاضر، در قالب جدول (۱) نشان داده شده است.

تحلیل محتوا گونه‌ای از مطالعات کیفی است که باهدف تفسیر محتوای متن و به واسطه طبقه‌بندی نظام‌مند، کدگذاری مفاهیم، شناسایی تمها و استخراج الگوها صورت می‌گیرد. (Moldavaska & Welo, ۲۰۱۷)

مراحل عمومی تحلیل محتوا به شرح زیر می‌باشد:

۱) آماده‌سازی داده‌ها: آشنایی با داده‌ها و عوامل شناسایی شده به صورت بازخوانی مکرر داده‌ها و خواندن آنها به شکل فعال.

۲) ایجاد کدهای اولیه که بیانگر ویژگی داده‌ها و عوامل می‌باشد. کدگذاری می‌تواند به صورت دستی یا از طریق برنامه‌های نرم افزاری صورت گیرد. اگر فرایند کدگذاری به صورت دستی صورت پذیرد، می‌توان عوامل شناسایی شده را به صورت رنگی و یا با نوشتن یادداشتی بر روی متنی که تحلیل می‌شود، مشخص کرد.

۳) جستجوی تمها: این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب تم‌های بالقوه و مرتب کردن تمامی خلاصه داده‌های کدگذاری شده در قالب تم‌های شناسایی شده می‌باشد. در واقع این مرحله کدها تحلیل شده و برای ایجاد تم‌های گوناگون با یکدیگر ترکیب می‌شوند.

۴) بازبینی تمها: پس از آن که مجموعه‌ای از تمها ایجاد شد، تم‌های شناسایی شده مورد بازبینی مجدد قرار می‌گیرند.

۵) تعریف و نامگذاری تمها: در این مرحله تم‌هایی که برای تحلیل ارائه شده‌اند توسط پژوهشگر تعریف و مورد بازبینی قرار می‌گیرند و بدین ترتیب ماهیت آن چیزی که یک تم در مورد آن به تحلیل می‌پردازد مشخص می‌شود.

۶) تهیه و گزارش: در مرحله نهایی از روش تحلیل محتوا لازم است تا پژوهشگر از نتایج حاصل از تحلیل محتوا گزارشی تدوین کرده و ارائه دهد (مؤمنی‌راد و همکاران، ۱۳۹۲).

نتایج حاصل از تحلیل محتوا ریسک‌های روانی و اجتماعی جدول شماره (۱)

جنبه‌های نحوه سازماندهی کار			
نقش‌ها و انتظارات	۱	<p>محتوای شغل و طراحی شغل (توجه و دقت در انجام کار و میزان چالش‌انگیز بودن شغل)</p> <p>تعارض و ناسازگاری نقش و وظیفه</p> <p>وظیفه مراقبت از افراد دیگر</p> <p>وظیفه و نقش نامعلوم</p> <p>سناریو هایی که در آن کارکنان دستورالعمل روشنی در مورد وظایفی که از آنها انتظار می‌رود انجام دهند ندارند (و انجام نمی‌دهند)</p> <p>انتظارات درون نقش که یکدیگر را تضعیف می‌کند (به‌عنوان مثال انتظار می‌رود خدمات خوبی به مشتریان ارائه دهد، اما همچنین مدت زیادی را با مشتریان سپری نکند)</p> <p>عدم اطمینان یا تغییرات مکرر در وظایف و استانداردهای کاری</p> <p>انجام کارهایی که ارزش یا هدف کمی دارند</p> <p>فرصت محدود برای شرکت در تصمیم‌گیری</p>	
	۲	<p>فقدان کنترل بر روی حجم کار</p> <p>سطوح پایین نفوذ و استقلال (به‌عنوان مثال، قادر به تأثیر بر سرعت، نظم یا زمان‌بندی وظایف کاری و حجم کاری نمی‌باشد)</p> <p>دستورالعمل‌ها و کنترل آن‌ها بر افراد</p> <p>آمرانه بودن سرعت انجام کار، ترتیب و توالی انجام کار</p>	
		۳	<p>استفاده نادرست از مهارت‌ها</p> <p>کار مداوم در معرض تعامل با مردم (مانند عموم مشتریان، دانشجویان و بیماران)</p> <p>کنترل شغل، محیط و تجهیزات</p> <p>انجام بیش از حد کار در یک زمان معین با تعدادی از کارکنان</p> <p>تقاضاها و مهلت‌های متناقض</p> <p>انتظارات غیرواقعی از صلاحیت یا مسئولیت‌های کارکنان</p> <p>عدم وجود تنوع کاری یا انجام وظایف بسیار تکراری</p> <p>کار پراکنده یا بی‌معنی</p> <p>خستگی عضلانی</p> <p>الزامات برای زمان‌هایی که بیش از حد به هوشیاری و تمرکز نیاز دارند</p> <p>کار با افراد پرخاشگر یا پریشان</p> <p>قرار گرفتن در معرض رویدادها یا موقعیت‌هایی که می‌توانند باعث صدمات روحی و روانی گردند</p>

۳	مدیریت تغییر سازمانی	<p>عدم حمایت علمی ارائه شده برای کمک به کارکنان در دوران انتقالی</p> <p>تجدید ساختار طولانی مدت یا مکرر</p> <p>عدم مشورت و ارتباط در مورد تغییرات محل کار، یا مشورت و ارتباط با کیفیت پایین، نابهنگام یا بی‌معنی</p>
۴	کار از راه دور و انفرادی	<p>کار کردن در مکان‌هایی که در فاصله بسیار زیادی نسبت به محل زندگی، خانواده و دوستان فرد و شبکه‌های حمایتی معلول قرار دارند (مثلاً کار کردن به صورت دوره‌ای)</p> <p>کار کردن به تنهایی در مناطق نزدیک، بدون تعاملات و برخوردهای اجتماعی در محل کار (مانند کار کردن در منزل)</p> <p>کار کردن در منازل خصوصی (مانند فراهم‌ساختن امور مراقبتی یا نقش‌های خانگی در دیگر منازل)</p>
۵	حجم و سرعت کار	<p>اضافه کاری یا کم کاری</p> <p>سطوح بالای فشار زمانی</p> <p>نیاز کاری با متغیر بار کاری</p> <p>قرار گرفتن مداوم در معرض ضرب‌الاجل‌ها</p> <p>سرعت ماشین‌آلات</p> <p>سطوح بالای کارهای تکراری</p>
۶	ساعات کاری و زمان‌بندی	<p>عدم تنوع در کار</p> <p>شیفت کاری</p> <p>برنامه‌های کاری انعطاف‌پذیر</p> <p>ساعات غیرقابل پیش‌بینی</p> <p>ساعات طولانی یا غیراجتماعی</p> <p>کار متفرق یا کاری که معنادار نیست</p> <p>الزامات مستمر برای تکمیل کار در زمان کوتاه</p> <p>نیاز کاری به بار کاری</p> <p>انباشته‌شدن کارهای ناتمام</p>
۷	امنیت شغلی و کار پر مخاطره	<p>عدم قطعیت در مورد در دسترس بودن کار، از جمله کار بدون ساعات تعیین شده</p> <p>امکان افزونگی یا ازدست‌دادن موقتی کار با کاهش حقوق</p> <p>اشتغال کم‌درآمد یا ناامن، از جمله اشتغال غیراستاندارد</p> <p>کار در موقعیت‌هایی که به‌درستی تحت پوشش قانون کار یا حمایت اجتماعی قرار نگرفته‌اند</p>
عوامل اجتماعی در محل کار		
۸	روابط میان‌فردی	<p>ارتباط ضعیف، از جمله به‌اشتراک‌گذاری ضعیف اطلاعات</p> <p>روابط ضعیف بین مدیران، سرپرستان، همکاران و مشتریان یا سایرین که کارکنان با آن‌ها تعامل دارند</p> <p>تعارض بین‌فردی</p>

		آزار: اذیت و آزار، زورگویی، ملعبه سازی و اجحاف کردن (شامل استفاده از ابزار الکترونیک مانند ایمیل و رسانه‌های اجتماعی)
		عدم حمایت اجتماعی
		روابط قدرت نابرابر بین گروه‌های برتر و غیر برتر کارکنان
		بدرفتاری ارباب‌رجوع
		انزوای جسمی یا جسمی
۹	رهبری	فقدان چشم‌انداز و اهداف روشن
		شیوه مدیریتی نامتناسب با ماهیت کار و تقاضای آن
		عدم گوش‌دادن یا سطحی گوش‌دادن به شکایات و پیشنهادهای
		مخفی نگه‌داشتن اطلاعات
		ارائه ارتباطات و پشتیبانی ناکافی
		عدم پاسخگویی
		عدم انصاف و عدالت
		شیوه‌های تصمیم‌گیری ناسازگار و ضعیف
		توهین و پرخاشگری یا سوءاستفاده از قدرت
		ارتباط ضعیف
۱۰	فرهنگ‌سازمانی / گروهی	عدم تطابق باورها، ارزش‌ها، ادراک‌ها و رفتارها تا نتایج نهایی
		سطح پایین پشتیبانی از حل مشکلات و توسعه شخصی
		عدم تعریف یا توافق بر سر اهداف سازمان
		اعمال متناقض و ناپهنگام سیاست‌ها و رویه‌ها، تصمیم‌گیری ناعادلانه
		جو ایمنی
۱۱	شناخت و پاداش	عدم تعادل بین تلاش کارکنان و تشخیص و پاداش رسمی و غیررسمی
		عدم تأیید و قدردانی مناسب از تلاش‌های کارکنان به شیوه‌ای عادلانه و به موقع
۱۲	توسعه شغلی	رکود شغلی و عدم قطعیت، ارتقا کم یا ارتقا بیش از حد، فقدان فرصت برای توسعه مهارت
۱۳	پشتیبانی	عدم حمایت سرپرستان و همکاران
		عدم دسترسی به خدمات پشتیبانی
		فقدان اطلاعات/آموزش برای حمایت از عملکرد کار
۱۴	نظارت	فقدان بازخوردهای سازنده و فرایندهای ارزیابی
		عدم تشویق/ تصدیق
		عدم ارتباطات
		فقدان دیدگاه سازمانی مشترک و اهداف روشن
		فقدان پشتیبانی و/ یا منابع برای تسهیل بهبود عملکرد

	عدم انصاف	
	سوءاستفاده از نظارت دیجیتال	
۱۵	احترام و نزاکت	عدم اعتماد، صداقت، احترام، ادب و نزاکت و انصاف عدم احترام و ملاحظه در تعامل بین کارکنان و همچنین با مشتریان، ارباب رجوع و عموم
۱۶	توازن کار و زندگی	وظایف کاری، نقش‌ها، برنامه‌ها یا انتظاراتی که باعث می‌شود کارکنان در زمان خود به کار خود ادامه دهند خواسته‌های متناقض کار و خانه کاری که بر بهبود توانایی کارکنان تأثیر می‌گذارد
۱۷	خشونت در محیط کار	حوادثی که شامل چالش صریح یا ضمنی سلامتی، ایمنی یا رفاه در محل کار می‌شود. خشونت می‌تواند داخلی یا خارجی یا مشتری باشد، مانند: سوءاستفاده تهدید تجاوز (جسمی، کلامی یا جنسی) / خشونت جنسیتی
۱۸	آزار و اذیت (تعرض)	رفتارهای ناخواسته، توهین‌آمیز، ترسناک (جنسی یا غیر جنسی) که مربوط به یک یا چند ویژگی خاص افراد مورد نظر است، به‌عنوان مثال: نژاد / هویت جنسیتی / گرایش جنسی ناتوانی سن
۱۹	زورگویی و قربانی شدن	رفتارهای نامعقول مکرر (بیش از یک‌بار) که می‌تواند خطری برای سلامتی، ایمنی و رفاه در محل کار ایجاد کند؛ رفتارها می‌توانند آشکار یا پنهان باشند، به‌عنوان مثال: انزوای اجتماعی یا جسمی تهدید به خشونت تعیین وظایف بی‌معنی یا نامطلوب استفاده از نام‌های اهانت‌آمیز، توهین و ترساندن کوچک پنداشتن کاری انتقاد ناعادلانه عمومی خودداری از دادن اطلاعات یا منابع حیاتی برای شغل افراد شایعات مخرب یا شایعه‌پراکنی تعیین بازه زمانی غیرممکن
محیط کار، تجهیزات و کارهای خطرناک		
۲۰	محیط کار، تجهیزات و کارهای خطرناک	عدم دسترسی به تجهیزات کافی، مناسب بودن، قابلیت اطمینان، تعمیر و نگهداری شرایط نامناسب محل کار مانند کمبود فضا، نور ضعیف و سروصداها زیاد فقدان ابزار، تجهیزات یا منابع دیگر برای انجام وظایف کاری کار در شرایط یا شرایط شدید، مانند دمای بسیار بالا یا پایین، یا در ارتفاع کار در محیط‌های ناپایدار مانند مناطق دارای کشمکش و درگیری

عبداله‌زاده سلماسی، علی. انوری، مسعود. انوری، نادر و شریفی، سبحان (۱۳۹۴). نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. مهارت آموزی، ۴(۱۴)، ۲۰-۷.

حوزوی و همکاران (۱۴۰۲). تأثیر مدیریت منابع انسانی پایدار بر نگهداشت منابع انسانی و نقش میانجی سرمایه‌اجتماعی.

اردستانی، عباس صالح و ورزشکار، هادی (۱۳۹۵). نقش سرمایه انسانی در افزایش بازدهی سرمایه گذاری بر پایه مدل سه شاخکی، فصلنامه پژوهش های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، ۲۸، ۲۰۹-۲۳۱.

اسماعیل‌نژاد آهنگرانی، مجید (۱۳۹۱). اصول و مفاهیم مدیریت ریسک، مدیریت پژوهش و ریسک بانک سینا.

اشرفی، آزاده، جزنی، نسرين، معمارزاده طهران، غلامرضا، افشار کاظمی، محمدعلی. (۱۳۹۸). راهبردهای ارتقای کیفیت زندگی کاری کارکنان مشاغل دولتی. مطالعات مدیریت راهبردی، ۱۱(۳۸)، ۱۵۱-۱۷۳.

امیری، هوشنگ، سورتچی، آمنه. (۱۴۰۰). طراحی مدل ریسک مدیریت منابع انسانی در حوزه سلامت (مورد مطالعه دانشگاه علوم پزشکی مازندران). فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ۶، شماره ۸۴، بهار ۱۴۰۱، ۱۹۸-۱۶۹.

پژوهش جهرمی، امین. (۱۳۹۶). تحلیل محتوای بیانیه مأموریت دانشگاه‌های برتر ایران و جهان. رهیافت، ۲۷(۶۶)، ۸۹-۱۰۷.

دماری، بهزاد، یعقوبی، حمید، دولتشاهی، بهروز، احمدی پیشکوهی، مهین، اسماعیلی، ایرج، ظفر، مسعود، و المدنی، حسین. (۱۳۹۹). پیمایش ملی وضعیت سلامت روان کارکنان مراکز صنعتی و تولیدی ایران. سلامت کار ایران، ۱۷(۱)، ۰-۰.

سرمایه انسانی به تصمیم‌های سازمانی شکل داده و با مرتفع ساختن مسائل و مشکلات سازمان بهره‌وری را کیفیت بخشیده کارایی و اثربخشی را معنا می‌دهند باتوجهبه اهمیت سلامت روانی و اجتماعی سرمایه انسانی در این پژوهش، نتایج حاصل از تحلیل محتوا نشان داد ما میتوانیم کلیه عوامل ریسک روانی و اجتماعی را در ۲۱ مقوله دسته‌بندی کنیم و هر کدام از دسته‌ها بین یک تا دوازده دسته مفهومی را در بر میگیرد.

مقوله‌ها در سه موضوع کلی‌تر به شرح نحوه سازماندهی کار، عوامل اجتماعی در کار، تجهیزات و کارهای خطرناک بیان شدند که مقوله‌های شناسایی شده در موضوع نحوه سازماندهی کار به محتوا و ماهیت شغل می‌پردازد و البته قابل کنترل هستند.

مقوله‌های موضوع سازماندهی کار به شرح نقش‌ها و انتظارات از شخص، کنترل یا استقلال شغلی، تقاضای شغلی، مدیریت تغییر سازمانی، کار از راه دور و انفرادی، حجم و سرعت کار، ساعات کاری و زمانبندی، امنیت شغلی و کار پر مخاطره اشاره دارد؛ مقوله‌های دسته‌بندی شده با محوریت عوامل اجتماعی در کار به روابط میان فردی، رهبری، فرهنگ سازمانی یا گروهی، شناخت و پاداش، توسعه شغلی به منظور عدم ارتقا، فقدان فرصت برای توسعه مهارت، پشتیبانی، نظارت، نزاکت و احترام، توازن کار و زندگی، خشونت در محیط کار، آزار و اذیت و تعرض، زورگویی و قربانی شدن اشاره دارد و مقوله‌های دسته‌بندی شده با موضوع محیط کار، تجهیزات و کارهای خطرناک به عوامل زیان‌آور محیط کار از جمله عوامل فیزیکی نور، سروصدای زیاد فقدان طراحی شغلی ارگونومیک و فعالیت در محیط‌های کاری ناپایدار اشاره دارد.

شناسایی و دسته‌بندی مقوله‌های ارائه شده در پژوهش حاضر میتواند بستر مناسبی برای ارزیابی و کمی‌سازی ریسک‌های روانی و اجتماعی کارکنان باشد و بلکه می‌تواند در راستای درک نیازها و انتظارات کارکنان به‌عنوان شریک تجاری سازمان به‌عنوان راهنما باشد.

Assessment in Cryopreservation Laboratories(2020)

Leka S, Torres L , Jain A , Tecco D.C, Russo S , Iavicoli S. Relationship Between Occupational Safety and Health Policy Principles, Organizational Action on Work-related Stress and the Psychosocial Work Environment in Italy (2023)

Sun X , Li K , Cheng J. How does despotic leadership thwart frontline employees' role-related service behaviors? A psychological empowerment perspective (2024)

20.Vaktskjold Hamre K , Einarsen S.V, Notelaers G. Psychosocial safety climate as a moderator in role stressor- bullying relationships: A multilevel approach

دیهیم پور، مهدی، میان‌داری، کمال، نجاری، رضا، عابدی جعفری، حسن (۱۳۹۷). تأثیر شفافیت سازمانی بر مدیریت ترومای سازمانی با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۳۶۳-۲۳۷.

روایی، سلطنت، قلی‌پور، آرین، حسنقلی‌پور، طهمورث، و قالیباف اصل، حسن. (۱۳۹۹). طراحی مدل ریسک‌های منابع انسانی بر مبنای نظریه‌پردازی داد‌مینیاد. مدیریت منابع در نیروی انتظامی، ۸(۴)، ۱۹۱-۲۱۸.

زمردیان، غلامرضا، فتح‌علیان، سمانه، و مولائی اقدم، حامد. (۱۴۰۰). ارائه مدلی جهت مدیریت ریسک روانی در سازمان با استفاده از مدل ساختاری تفسیرگر ISM. دانش مالی تحلیل اوراق بهادار (مطالعات مالی)، ۱۴(۵۱)، ۶۹-۸۰. SID

سازمان بهداشت جهانی، گزارش بهداشت جهانی ۲۰۰۰، سیستم‌های بهداشتی، بهبود عملکرد، سازمان بهداشت جهانی؛ ۲۰۰۰.

علی‌آبادی، حمزه علی، مدرسی فر، حسین، وحیدی، پوریا، رشیدی آلشتی، اکرم. (۱۴۰۱). ریسک فاکتورهای روانی اجتماعی کارکنان در صنعت (موردی؛ یک شرکت تولیدی). اولین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی، علوم اجتماعی، علوم تربیتی و فلسفه، سال انتشار، ۱۴۰۲.

علوی، سیده شهره، مهرداد، رامین، و مکارم، جلیل. (۱۳۹۴). تأثیر فشار شغلی بر سلامت روان کارکنان اداری. طب کار، ۷(۲)، ۳۲-۴۳.

علیزاده ثانی، محسن، حسینی، ابوالحسن، امینی مجد، علی، انوری، فریده. (۱۳۹۸). تأثیر ویژگی‌های روانی - اجتماعی کار بر بهزیستی حرفه‌ای: نقش تعدیلگر تجارب بازیابی. دوفصلنامه علمی مدیریت منابع انسانی پایدار دوره ۱، شماره ۱، پاییز و زمستان ۱۹۳۱، صفحات ۳۵۹-۳۹۱.

قلعه‌ای، علیرضا، مهاجران، بهناز، درویشی، زین‌العابدین، و اشرفی سلیم‌کندی، فرشید. (۱۳۹۷). تحلیل رابطه مؤلفه‌های کیفیت زندگی کاری با ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی. علوم تربیتی (مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی)، ۶ (سال ۲۵) (۲)، ۱۹۷-۲۱۲. SID

نوربالا، احمدعلی. (۱۳۹۰). سلامت روانی - اجتماعی و راهکارهای بهبود آن. مجله روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران.

Dahler-Larsen P , Sundby A , Boodhoo A. Can occupational health and safety management systems address psychosocial risk factors? An empirical study Peter (2020)

Fernandes A , Figueiredo M, Ribeiro J, Neves J , Vicente H. Psychosocial Risks



معرفی کتاب

The Engaged Scholar

پژوهشگری که با جامعه گفت‌وگو می‌کند

مؤلف:

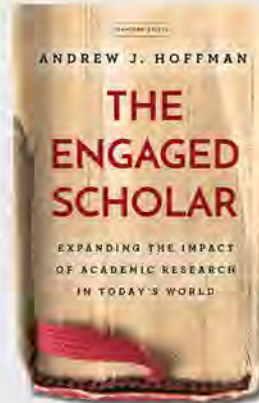
اثر اندرو جی. هافمن

ناشر:

(انتشارات استنفورد ۲۰۲۱)

تهیه و تنظیم:

دکتر جعفر رحمانی



در دنیای امروز که مسائل پیچیده‌ای؛ چون تغییرات اقلیمی، نابرابری اجتماعی و بحران‌های سلامت جهانی پیشروی ماست، دانش اگر در مرزهای دانشگاه محصور بماند، ناتوان از تغییر واقعیت خواهد بود. کتاب *The Engaged Scholar: Expanding the Impact of Academic Research* نوشته Andrew J. Hoffman (انتشارات استنفورد، ۲۰۲۱) دعوتی صریح به جامعه‌ی علمی است تا مرزهای سنتی «پژوهش صرفاً دانشگاهی» را پشت سر بگذارد و با جامعه، سیاست‌گذاران و کسب‌وکارها گفت‌وگو کند. هافمن خود استاد مدیریت و پایداری در دانشگاه میشیگان است و سال‌ها تجربه‌ی تعامل میان دانشگاه، دولت و صنعت دارد. او در این کتاب نشان می‌دهد که پژوهشگر می‌تواند در عین پایبندی به معیارهای علمی، در حل مسائل واقعی جامعه نیز نقش آفرین باشد؛ تعارضی که بسیاری از محققان از آن می‌ترسند در عمل چندان واقعی نیست.

معرفی نویسنده:

اندرو جی. هافمن (Andrew J. Hoffman)، یکی از چهره‌های برجسته در حوزه‌ی مطالعات پایداری، ارتباط علم با جامعه، و نقش دانشگاه در تحولات اجتماعی است. او استاد دانشگاه میشیگان در رشته‌ی Sustainable Enterprise است و آثارش در مرز میان علوم اجتماعی، محیط‌زیست، و سیاست‌گذاری قرار دارند.

سمت دانشگاهی:

استاد در دانشکده‌ی مدیریت و دانشکده‌ی محیط‌زیست دانشگاه میشیگان
(Ross School of Business & School for Environment and Sustainability)

زمینه‌های تخصصی:

- پایداری و توسعه پایدار
- جامعه‌شناسی علم
- سیاست‌گذاری محیط‌زیست
- نقش دانشگاه در جامعه

دیدگاه کلیدی:

هافمن معتقد است که دانشگاهیان باید فراتر از انتشار علمی عمل کنند و نقش فعالی در گفت‌وگوهای عمومی، رسانه‌ها و سیاست‌گذاری ایفا کنند. او از اصطلاح «دانشمند درگیر» (Engaged Scholar) برای توصیف این رویکرد استفاده می‌کند.

ساختار و فصل‌ها:

کتاب در سه بخش اصلی و هشت فصل تنظیم شده است:

- بحران اعتماد به علم، شرح می‌دهد چگونه فاصله‌ی میان دانشگاه و جامعه سبب شده اعتماد عمومی به علم کاهش یابد.
- دانش در عمل، تمایز میان «دانش برای انتشار» و «دانش برای اقدام» و لزوم ترکیب این دو.
- هویت پژوهشگر درگیر، ترسیم ویژگی‌های شخصی و حرفه‌ای پژوهشگری که میان آکادمی و جامعه پل می‌زند.
- ابزارهای تعامل، از یادداشت‌سیاستی و رسانه‌های جمعی تا شبکه‌سازی با ذی‌نفعان.
- ارزیابی اثر اجتماعی، پیشنهاد شاخص‌هایی برای سنجش تأثیر واقعی پژوهش در کنار معیارهای سنتی مانند استناد.
- آموزش نسل آینده، لزوم بازنگری در برنامه‌های تحصیلات تکمیلی برای پرورش مهارت‌های ارتباطی و بین‌رشته‌ای.
- نمونه‌های موفق، روایت پروژه‌هایی که توانسته‌اند هم معتبر و هم اثرگذار باشند.
- دعوت به اقدام، جمع‌بندی و نقشه‌ی راهی برای دانشگاه‌ها، دولت‌ها و خود پژوهشگران.

سه مهارت کلیدی پژوهشگر درگیر:

- هافمن برای عبور از مرز دانشگاه به جامعه، سه توانایی را حیاتی می‌داند:
- گفت‌وگو با غیرمتخصصان: توانایی ترجمه‌ی مفاهیم پیچیده‌ی علمی به زبان ساده و روایت‌محور برای سیاست‌گذاران، رسانه‌ها و عموم مردم.
- ترجمه‌ی یافته‌ها به سیاست و عمل: فراتر از ساده‌سازی، یعنی ارائه‌ی داده‌ها به شکل توصیه‌ی اجرایی، تحلیل هزینه-فایده و سناریوهای «اگر... آنگاه...».
- حفظ بی‌طرفی علمی در عین تعهد اجتماعی: پژوهشگر می‌تواند دغدغه‌ی عدالت اقلیمی با توسعه‌ی پایدار داشته باشد، اما باید مرز داده و نظر را شفاف نگه دارد تا اعتماد عمومی آسیب نبیند.

این سه مهارت همان پلی است که علم را از «انتشار مقاله» به «تغییر جامعه» پیوند می‌دهد و برای پژوهشگرانی که در سازمان‌های غیرپژوهشی فعالیت می‌کنند نیز الهام‌بخش است.

بخشی از دیباچه‌ی کتاب:

«هدف من از این کتاب دعوت به شجاعت است؛ شجاعت بیرون آمدن از دیوارهای دانشگاه و گفت‌وگو با جامعه‌ای که بیش از هر زمان به علم نیاز دارد.»
کتاب اصولی برای تعامل مؤثر دانشگاهیان با جامعه مطرح می‌کند. این اصول در زندگی واقعی هم کاربردهای ملموسی دارند. در ادامه چند مثال واقعی از اجرای این اصول آمده است:

۱. استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای گسترش تأثیر علمی

مثال: پژوهشگران حوزه تغییرات اقلیمی مثل مایکلمان از توییتر و پادکست‌ها برای توضیح یافته‌های علمی به زبان ساده استفاده می‌کنند. این کار باعث شده تا اطلاعات تخصصی به گوش سیاست‌گذاران و عموم مردم برسد.

۲. داستان‌سرایی علمی برای جذب مخاطب

مثال: در حوزه پزشکی، برخی پزشکان و پژوهشگران تجربیات بیماران را در قالب روایت‌های انسانی منتشر می‌کنند تا اهمیت تحقیقات خود را ملموس‌تر کنند. این روش در کمپین‌های واکسیناسیون بسیار مؤثر بوده است.

۳. تعامل مستقیم با سیاست‌گذاران

مثال: در دوران همه‌گیری کرونا، دانشمندانی مثل آنتونی فائوچی نه‌تنها در رسانه‌ها ظاهر شدند، بلکه مستقیماً با دولت‌ها همکاری کردند تا سیاست‌های بهداشتی مبتنی بر علم تدوین شود.

۴. پرهیز از مدل "کمبود دانش"

مثال: به جای فرض اینکه مردم فقط به آموزش نیاز دارند، برخی پژوهشگران با جوامع محلی وارد گفت‌وگو می‌شوند تا نگرانی‌ها و ارزش‌های آن‌ها را بشناسند. این رویکرد در پروژه‌های محیط‌زیستی محلی بسیار موفق بوده است.

۵. تغییر استراتژی انتشار

مثال: برخی دانشگاه‌ها مثل MIT و Stanford مقالات علمی را به صورت رایگان و با زبان ساده در پلتفرم‌های عمومی منتشر می‌کنند تا دسترسی همگانی به دانش فراهم شود.

جمع‌بندی:

The Engaged Scholar نه صرفاً برای اساتید دانشگاه که برای هر مدیری، کارشناس دولتی یا فعال مدنی که دل در گرو پژوهش دارد، راهنمایی عملی و الهام‌بخش است؛ یادآور اینکه علم، هنگامی که با جامعه پیوند بخورد، منجر به رشد و پیشرفت خواهد شد.

برای پژوهشگران، چه در دانشگاه و چه در دستگاه‌های اجرایی، پیام کتاب روشن است: دانش اگر در عمل جاری نشود، ناتمام می‌ماند. بسیاری از ما در موقعیت‌هایی قرار داریم که عنوان شغلی مان «پژوهشگر» نیست، اما مهارت و علاقه‌ی پژوهشی داریم. این کتاب نشان می‌دهد حتی در چنین شرایطی می‌توان با پروژه‌های کوچک، همکاری‌های میان‌بخشی و ارتباطات مؤثر، هویت پژوهشی خود را حفظ و تقویت کرد.

«It is better to choose a philosophy of science than to inherit one by default.»



گاهی مسیر سنگین می شود!

بررسی تأثیر منابع و قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان عوامل استراتژیک تعیین‌کننده بر عملکرد سازمانی

دکتر داریوش پورسراجیان

دکترای مدیریت منابع انسانی | عضو هیئت علمی مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

نگار جلیلیان

دکترای مدیریت تولید و عملیات | عضو هیئت علمی مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

مریم شریفی زارچی

کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی | مؤسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

چکیده

در دنیای امروزی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهای ارتباطی و بازاریابی برای سازمان‌ها اهمیت بسیاری پیدا کرده است. این تحقیق به بررسی تأثیر منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام بر عملکرد سازمانی کلینیک‌های دندانپزشکی در شهرستان یزد پرداخته است. هدف اصلی این تحقیق، بررسی تأثیر مثبت استفاده از منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام بر عملکرد سازمانی کلینیک‌های دندانپزشکی شهرستان یزد است. برای این منظور، از روش پژوهش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران و کارکنان فعال در کلینیک‌های دندانپزشکی شهرستان یزد بوده و از ۵۸ نفر از این افراد به‌عنوان نمونه‌گیری شده است. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه‌های تحقیق جمع‌آوری شدند و با استفاده از آزمون‌های همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی و تحلیل واریانس (ANOVA) تحلیل شده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که استفاده بهینه از منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام به طور قابل توجهی بر عملکرد سازمانی کلینیک‌های دندانپزشکی تأثیر گذار است. این استراتژی‌ها باعث افزایش شناخت برند، بهبود بازاریابی و تبلیغات، تعامل بیشتر با مشتریان و افزایش رضایت آن‌ها شده است. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، پیشنهاد می‌شود که مدیران کلینیک‌های دندانپزشکی از استراتژی‌های مناسب در اینستاگرام برای بهبود عملکرد سازمانی خود بهره بگیرند. افزایش تمرکز بر ارتقای کیفیت محتوا و ارتباطات با مشتریان، می‌تواند بهبودهای قابل ملاحظه‌ای در عملکرد سازمانی ایجاد کند. با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق، استفاده از منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام به‌عنوان یک ابزار استراتژیک، می‌تواند به طور قابل توجهی بر عملکرد سازمانی کلینیک‌های دندانپزشکی تأثیر گذار باشد. این پژوهش نه تنها نقش مهمی در افزایش شناخت برند و بهبود تعاملات با مشتریان، بلکه بهبود مستمر در خدمات ارائه شده توسط این کلینیک‌ها را نیز تأیید می‌کند.

واژگان کلیدی:

منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام، عامل استراتژیک، عملکرد سازمانی، کلینیک دندانپزشکی

مقدمه

اگرچه اهمیت مفهوم عملکرد و مباحث گسترده‌تری چون بهره‌وری سازمانی به طور وسیعی شناخته شده است، اما مباحث مربوط به عملکرد یکی از پیچیده‌ترین مسائلی است که پیشروی محققان این امر قرار دارد (فضلی و علی‌شاهی، ۱۳۹۹).

در دنیای کنونی، عملکرد را می‌توان به‌عنوان نرخ موفقیت یک شرکت در بازار، توانایی موفقیت در رقابت، و یافتن فرصتهایی برای رشد بیشتر در محیط‌های متغیر اقتصادی ناپایدار جهانی درک کرد (داووراکورا و همکاران، ۲۰۱۶).

عملکرد سازمانی یکی از مهم‌ترین عوامل سازمانی محسوب می‌شود. رقابت در اقتصاد جهانی قرن بیست و یکم سبب شده است که سازمان‌ها برای ارتقای عملکرد خود به استراتژی‌های مؤثر بر بهبود عملکرد سازمانی روی آورند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۵).

باتوجه به اینکه رفتارهای سازمانی نوین و عملکردهای سازمانی با پیچیدگی‌های روزافزون مواجه‌اند، آشنایی بیشتر مدیران و کارکنان سازمان‌ها با این پیچیدگی‌ها و در نتیجه تلاش در راستای افزایش عملکرد نیروهای انسانی ضروری است (احدی و همکاران، ۱۳۹۹).

در واقع، عملکرد سازمانی یک مفهوم چندبعدی است که به‌طور کلی بر موفقیت‌های سازمان نسبت به رقبا متمرکز می‌شود و به معنای دستیابی به اهداف سازمانی و انجام مسئولیت‌هایی که سازمان به عهده دارد است. عملکرد سازمانی ترکیبی گسترده از دریافت های ملموس و غیرملموس است (عالم تبریز و همکاران، ۱۳۹۵).

ماهیت بنیادی رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک پلتفرم برای مصرف‌کنندگان جهت تعامل با یکدیگر و اثرگذاری بر یکدیگر، تأثیر مستقیمی بر جوامع برند دارد و میزان پاسخگویی بالاتر و تعهد بیشتر مشتری را نسبت به روش‌های بازاریابی سنتی که تنها بر رابطه **شرکت - مصرف‌کننده** متمرکز دارد، به وجود می‌آورد (وانگ و همکاران، ۲۰۱۷).

درباره تغییرات در حوزه فناوری و به‌تبع آن در

حوزه فناوری و به‌تبع آن در زندگی انسان‌ها و روند سریع و آهنگ روبه‌رشد تغییرات بسیار خواننده و شنیده‌ایم. پیشرفت فناوری به همراه سرعت و ضرب‌آهنگ تغییر، بخشی جدایی‌ناپذیر از حیات بشر و گریزناپذیر افراد شده است. در گذشته، انسان‌ها برای خرید و تهیه مایحتاج، لوازم و همچنین خدمات موردنیاز خود صرفاً به گفته‌های دیگران تکیه می‌کردند. رفته‌رفته رسانه‌ها محل انتقال پیام‌ها و ارسال آگهی برای فروش لوازم و خدمات شدند (سجادی جا غرق و همکاران، ۱۳۹۴).

تنوع وسیع ابزارهای رسانه‌های اجتماعی، شرکت‌ها را قادر می‌سازد تا با دامنه وسیعی از مشتریان بالقوه و موجود خود ارتباط برقرار کنند. شرکت‌ها به دلیل نیاز به برقراری ارتباط با مشتریان هستند تا بتوانند محصول خود را به خوبی برای آن‌ها ارسال کنند، از ایده‌های آن‌ها استفاده کنند، از آن‌ها یاد بگیرند و نیازهای اجتماعی را تحقق بخشند (دانایی و معین، ۱۳۹۶).

در واقع، ایجاد نوآوری و خلاقیت در برخی از ابزارهای موجود مانند رسانه‌های اجتماعی سازمان‌ها را در بسیاری از کاربردها نظیر ایجاد مدل‌های جدید سازمانی، روش‌های بازاریابی، بهبود پیش‌بینی تقاضا، توانایی استفاده از شیوه‌های جدید مدیریتی، همکاری متقابل و ایجاد ارتباط پایدار غنی ساخته است (شاپان و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۹۳۶).

۲- مبانی نظری قابلیت استراتژیک رسانه اجتماعی

۲-۱- تعاریف رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی به مجموعه‌ای از ابزارهای آنلاین اشاره دارند که برای تعامل اجتماعی طراحی شده و بر آن تمرکز می‌کنند (ایانکوا و همکاران، ۲۰۱۹).

این رسانه‌ها سیستم‌هایی هستند با قابلیت‌های جدید که روابط قوی‌تر با کاربران و مشتریان سازمانی را تقویت می‌کنند (بشیر و همکاران، ۲۰۱۷).

۲-۲- مفهوم رسانه‌های اجتماعی

استفاده از رسانه‌های اجتماعی، چگونگی زندگی، ارتباط با دیگران، یادگرفتن مردم را تغییر داده است. همچنین در هر کسب‌وکاری، تغییرات اساسی در مرحله معرفی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی ایجاد شده است؛ بنابراین رسانه‌های اجتماعی در حال تغییر راه‌های ارتباطی بین مردم است (جکسون و همکاران، ۲۰۲۰).

رسانه‌های اجتماعی، مجموعه‌ای از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت است که روی وب ایجاد شده و به کاربران اجازه‌ی خلق و تبادل محتوای تولیدشده را می‌دهد (عبدلی و همکاران، ۱۴۰۰).

به عقیده کاپلان و هائیلین (۲۰۱۰)، اصطلاح رسانه‌های اجتماعی به ابزارهای مبتنی بر اینترنت اشاره دارد که به افراد و جوامع فرصت برقراری ارتباط، به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات، ایده‌ها، پیام‌های شخصی، تصاویر و سایر مطلب را می‌دهد (وصال و رحیمی، ۱۴۰۰).

تعاریفی از رسانه‌های اجتماعی از دیدگاه دانشمندان

رسانه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از کانال‌های ارتباطی آنلاین است که به ورودی، تعامل و همکاری مبتنی بر جامعه اختصاص یافته است (روز، ۲۰۲۰).

رسانه‌های اجتماعی یک گروه از برنامه‌های مبتنی بر اینترنت هستند که در وب توسعه داده شده‌اند و کاربران را قادر به ایجاد و تبادل محتوا می‌کند و به‌صورت تعاملی آنها را قادر به ایجاد، یادگیری، به‌اشتراک‌گذاری و تبادل اطلاعات آنلاین می‌نماید (شریف و همکاران، ۲۰۱۹).

رسانه‌های اجتماعی به آن دسته از شبکه‌های اینترنتی اطلاق می‌شود که در آن امکانات تعامل، اضافه‌کردن دوستان، اظهارنظر در پروفایل‌ها، ایجاد گروه‌های جدید، پیوستن به سایر گروه‌ها، پرداختن به بحث و گفتگو به طور هم‌زمان میسر است (روترو و همکاران، ۲۰۱۸).

۲-۳- مفهوم بازاریابی رسانه‌های اجتماعی

بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی، راه‌های جدیدی برای ایجاد روابط سودآور با مشتریان مطرح شده است (شارما و ورما، ۲۰۱۸).

باتوجه به روند روبه‌رشد حضور مردم در رسانه‌های اجتماعی، سازمان‌ها و شرکت‌ها برای افزایش جذب مشتری به سمت حضور بیشتر در این فضا گام برمی‌دارند (آیانکوا و همکاران، ۲۰۱۸).

همچنین، با محبوبیت رسانه‌های اجتماعی در میان مصرف‌کنندگان، استفاده از آن به یک اولویت بزرگ برای شرکت‌ها تبدیل شده است (چانگ و همکاران، ۲۰۱۷).

باتوجه به تغییرات تکنولوژی، شیوه‌های تبلیغات، و تغییر در شیوه‌های سفارش، انجام پژوهش‌های دقیق در زمینه بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بیش‌ازپیش ضروری به نظر می‌رسد (آیانکوا و همکاران، ۲۰۱۸).

۲-۴- ویژگی‌های رسانه اجتماعی

توسعه رسانه‌های اجتماعی منعکس‌کننده نیاز مردم به تعاملات بین‌فردی است. سایت شبکه‌های اجتماعی، فعالیت‌های اجتماعی را در دنیای مجازی آنلاین ایجاد کرده‌اند (سئو و پارک، ۲۰۱۸) و وظیفه‌ی اصلی رسانه‌های اجتماعی فراهم‌کردن بستری برای تعامل با دیگران از طریق اتصال به اینترنت است. امروزه رسانه‌های اجتماعی ابزار بسیار قوی و بانفوذ برای ارائه‌ی عقاید و دیدگاه‌ها تبدیل شده است (سافیولاه و همکاران، ۲۰۱۷)؛ رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در تصمیم‌گیری آگاهانه‌ی مصرف‌کنندگان از طریق همسالان خود دارند (زینال و همکاران، ۲۰۱۷).

بازاریابان و مشتریان ارتباطاتشان را به واسطه رسانه‌های جدید پویا با عنوان شبکه اجتماعی توسعه می‌دهند که آخرین فناوری در تبلیغ محصولات و تبادل نظرات با مشتریان، اینستاگرام بوده که به‌عنوان یکی از پررشدترین رسانه‌های اجتماعی بوده که شامل ایجاد خودجوش طوفان مغزی گسترده بین اعضای شبکه در جهت

توسعه یک ایده و نظر است. در واقع رسانه‌های اجتماعی قدرتمند، زمینه گسترده‌ای را برای هر برند در تبلیغ محصولات از طریق نفوذپذیری، توجه و ادراک توسعه دیدگاه‌ها و ایجاد ارزش‌ها ایجاد کرده است. در مقابل، کاربرد ارتباطات یک‌طرفه سنتی برای ترویج ادراک مشتری و تقویت نگرش‌های مورد تمایل نسبت به ارزش محصول، تأثیر ترغیب‌کنندگی خود را به دلیل یک‌طرفه بودن از دست داده است (شریف و همکاران، ۲۰۱۹).

تعدادی از ویژگی‌های اصلی رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در عصر حاضر عبارت‌اند از:

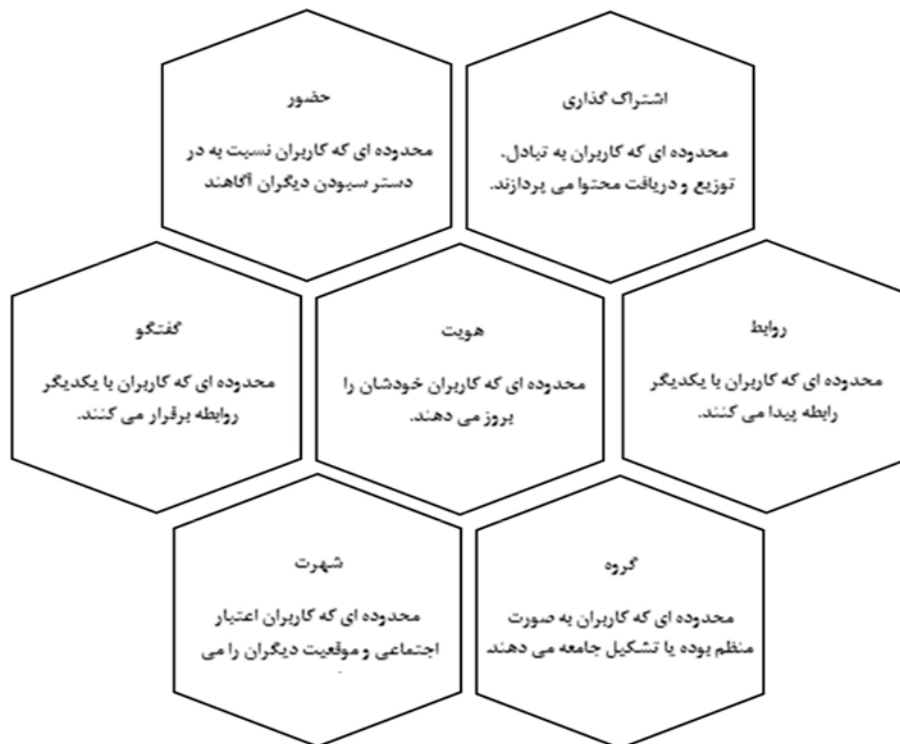
- گفت‌وگوی دوجانبه
- باز شدن مکالمات به وسیله مخاطبان
- ایجاد درگیری
- ترغیب به مشارکت
- فعال کردن همکاری
- برانگیختن شخصیت
- گران نبودن
- از وظایف کم تا وظایف زیاد
- افزایش اعتبار
- اعتدال و برابری

- تولید محتوا توسط کاربر
- حس مالکیت محتوا
- افزایش صداقت
- انتشار محتوای بااهمیت

۲-۵- کارکردهای رسانه‌های اجتماعی

کیتزمن و آنجل (۲۰۱۰) هفت کارکرد رسانه‌های اجتماعی که توسط بلوک‌های لاله زنبوری تعریف شده‌اند، شامل هویت، گفتگو، در میان گذاری (اشتراک‌گذاری)، حضور، روابط اعتبار و گروه‌ها هستند (هوشمند، ۱۳۹۹).

همان‌طور که در شکل ۲-۱ نشان داده شده است، این ویژگی‌ها به ما امکان می‌دهند تا سطوح مختلف قابلیت‌های رسانه‌ای را که می‌توانند دسته‌بندی شوند، درک کنیم. این بلوک‌ها به صورت جداگانه عمل می‌کنند و نیازی نیست که همه آنها در تمامی فعالیت‌های رسانه‌های اجتماعی حضور داشته باشند؛ بلکه آنها به‌عنوان ساختارهای بنیادی رسانه‌های اجتماعی عمل می‌کنند (سام بند و همکاران، ۱۴۰۰).



شکل ۲-۱- بلوک‌های لانه زنبوری کارکردهای رسانه‌های اجتماعی

۲-۶- تقسیم‌بندی انواع رسانه‌های اجتماعی

باتوجه به تعاریف متنوعی که به دلیل ظهور نسل‌های جدید برنامه‌ها و وبسایت‌های رسانه‌های اجتماعی ارائه شده است، نمی‌توان به روشی سیستماتیک برای طبقه‌بندی این برنامه‌های کاربردی دست‌یافت (کاپلان و هائیلین، ۲۰۱۰). طرحتی را در خصوص طبقه‌بندی رسانه‌های اجتماعی ارائه کرده‌اند که مبتنی بر دو گروه از نظریه‌های مرتبط با تحقیقات رسانه (حضور اجتماعی، غنای رسانه) و فرایندهای اجتماعی (خود ابرازی، خودافشایی) است (کاپلان و هائیلین، ۲۰۱۰؛ هوشمند، ۱۳۹۹).

براین اساس، کاپلان و هائیلین از ترکیب دو بعد مذکور، یک طبقه‌بندی جدید از رسانه‌های اجتماعی ارائه دادند. طبق این طبقه‌بندی، شش نوع رسانه اجتماعی شناسایی می‌شود که شامل پروژه‌های مشارکتی، بلاگ‌ها، جوامع محتوایی، شبکه‌های اجتماعی، دنیای بازی‌های مجازی، و دنیای اجتماعی مجازی است (جدول ۱-۲). (کرمانی و آتش زر، ۱۳۹۸)

۲-۷- قابلیت استراتژیک رسانه‌های اجتماعی

۱- مفهوم استراتژی

استراتژی عبارت است از طرح‌ها و برنامه‌های مدیریت برای کسب نتایج منطبق با رسالت و هدف‌های سازمان (سینگ و همکاران، ۲۰۲۰).

به گفته آنسف و همکاران، مفهوم استراتژی در دهه ۱۹۵۰ وارد اصطلاحات بازرگانی شد. در اوایل مفهوم آن واضح نبود و حتی کتاب‌های معنی لغات هم کمکی نمی‌کردند. اساساً، یک استراتژی مجموعه‌ای از قوانین تصمیم‌گیری

برای هدایت رفتار سازمانی است (آنسف و همکاران، ۲۰۱۹).

- چهار نوع مشخص از این قوانین وجود دارد:
- معیارهایی که توسط آنها عملکرد حال و آینده مؤسسه اندازه‌گیری می‌شود.
- قوانینی برای توسعه روابط مؤسسه با محیط خارجی‌اش
- قوانینی برای انجام روابط داخلی و فرایندهای درون سازمان؛ غالباً این را مفهوم سازمانی نام نهادند.
- قوانینی که شرکت به کمک آنها کارهای روزمره خود را انجام می‌دهد و سیاست عملیاتی گفته می‌شوند (طاهری و همکاران، ۱۳۹۸).
- در استراتژی بر اثربخشی تأکید می‌شود و اصولاً فرایندی ذهنی است که مستلزم داشتن قضاوت شهودی خوب و مهارت‌های تحلیلی است (گوهری و همکاران، ۱۳۹۹).

- برخی از ویژگی‌های استراتژی عبارت‌اند از:
- ماهیت بلندمدت ۳-۵ سال دارد؛
- روشن‌کننده مزایای رقابتی سازمان است؛
- تمرکز بر روی حوزه‌های کلیدی دارد؛
- الگوی تصمیم‌گیری در طول زمان است (طاهری و همکاران، ۱۳۹۸).

یک استراتژی، برنامه‌هایی از اقدامات است که یک سازمان برای دستیابی به موفقیت‌آمیز به اهدافش دارد. یک استراتژی، برنامه‌هایی از اقدامات است که یک سازمان برای دستیابی به موفقیت‌آمیز به اهدافش دارد. مینتزرگ (۲۰۱۴) استراتژی را با استفاده از پنج عامل تعریف می‌کند.

۱. استراتژی به‌عنوان طرح
۲. استراتژی به‌عنوان اقدام
۳. استراتژی به‌عنوان موقعیت
۴. استراتژی به‌عنوان الگو

جدول ۱-۲- طبقه‌بندی رسانه‌های اجتماعی

حضور اجتماعی / غنای رسانه				
زیاد	متوسط	کم		
دنیای اجتماعی مجازی (مانند سکند لایف)	شبکه‌های اجتماعی (مانند فیس‌بوک)	بلاگ‌ها	زیاد	خود ابرازی/خود افشایی
دنیای بازی مجازی (مانند دنیای وار کرافت)	جوامع محتوایی (مانند یوتیوب)	پروژه‌های مشارکتی (مانند ویکی‌پدیا)	کم	

۵. استراتژی به‌عنوان چشم‌انداز

یک استراتژی خوب شامل سه جزء است:

- تشخیص مشکلی که باید درباره آن رقابت شود. این جزء **ماحصل** تحلیل محیط‌های درونی و بیرونی شرکت است.
- یک سیاست هدایت‌کننده برای حل مشکل. این جزء از طریق تدوین استراتژی، شخصیت حقوقی، شرکت، تجارت و استراتژی‌های رقابتی به دست می‌آید.

- مجموعه‌ای از فعالیت‌های مرتبط برای اجرای سیاست هدایت‌کننده شرکت. این جزء طی مرحله اجرای استراتژی حاصل می‌شود (طاهری و همکاران، ۱۳۹۸).

۲- قابلیت‌های استراتژیک

شرکت‌ها با قابلیت‌های راهبردی پیشرفته توانایی عملیاتی خود را حفظ کرده و حتی عملکرد خود را بهبود می‌بخشند. بر اساس نظریه مبتنی بر قابلیت، سازمان می‌تواند از طریق توانایی‌هایی نظیر قابلیت راهبردی، مزایایی به دست آورد و پیشنهاد می‌کند که برای حفظ و توسعه قابلیت‌های موجود و جلوگیری از تقلید رقبا، به طور مداوم و مستمر سرمایه‌گذاری شود؛ زیرا سازمانی که قابلیت راهبردی قوی دارد، می‌تواند با نشان دادن برتری خود در شناسایی نیازهای مشتریان و درک عوامل تأثیرگذار بر رفتار آنان، به اهداف و موقعیت برتر خود در مقایسه با رقبا دست یابد و این امر برای سازمان حاشیه سود بیشتر و عملکرد برتر را به دنبال خواهد داشت (چیو و همکاران، ۲۰۰۸).

۳- قابلیت استراتژیک رسانه‌های

اجتماعی

قابلیت استراتژیک به توانایی یک شرکت برای ادغام منابع و مهارت‌های شرکت برای همسویی با جهت‌گیری‌های استراتژیک آن اشاره دارد (تیس، ۲۰۰۷). برای شرکت‌های فناوری آنلاین، شناسایی تغییرات محیطی و واکنش سریع به این تغییرات ضروری است تا بتوانند منابع و رفتارها را به نوآوری‌های جدید متعهد کنند (شمیزو و هیت، ۲۰۰۴).

قابلیت استراتژیک رسانه‌های اجتماعی به این معناست که شرکت‌ها تصمیمات استراتژیک را کارآمدتر می‌گیرند؛ یعنی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، این شرکت‌ها می‌توانند فرصت‌های تجاری جدید و احتمالات تهدید را تشخیص دهند و رقابت را حفظ کنند. (یو و همکاران، ۲۰۱۴)

۳- عملکرد سازمانی

عملکرد سازمانی، میزان تحقق اهداف در برابر میزان عملکرد سازمان است (صدیق و همکاران، ۲۰۱۹). عملکرد سازمانی بیانگر مجموعه‌ای از معیارهای مطلوب عملکرد نوآورانه، عملکرد محصول و بازاریابی فروش است (ووزنیج و همکاران، ۲۰۱۹).

۳-۱- قابلیت استراتژیک رسانه‌های

اجتماعی

کسب‌وکار را می‌توان به‌عنوان یک ساختار برای محصولات، خدمات و جریان‌های اطلاعاتی تعریف کرد که شامل توصیف فعالان مختلف سازمانی، نقش‌های آن‌ها، مزایای بالقوه هر یک از آن‌ها و منابع درآمدی آن‌ها می‌شود. مدل سازمانی به رویکردی برای درآمدزایی با هزینه معقول و خلق یا کسب ارزش اشاره دارد (نیک آبادی و زمان لو، ۱۳۹۳).

مفهوم کلیدی که از گذشته تاکنون در تجارت و دادوستد مورد توجه قرار گرفته، عملکرد سازمانی است. عملکرد سازمانی نه تنها قادر است سازمان‌ها را به استمرار و موفقیت برساند، بلکه می‌تواند به شکست و واپاشی آن‌ها نیز منجر شود و اساس دنیای مدیریت و تجارت را تشکیل می‌دهد (آمنه و همکاران، ۲۰۱۸).

دیدگاه‌های مختلفی درباره مفهوم عملکرد وجود دارد. از دیدگاه اول، عملکرد به‌عنوان نتایج کاری سازمانی تعریف می‌شود و ارتباط قوی با اهداف راهبردی، رضایت مشتری و درآمدهای مالی دارد. از دیدگاه دوم، عملکرد به‌عنوان رفتار است و باید از نتایج متمایز شود. دیدگاه سوم نیز عملکرد را بر اساس نتایج در تصویرسازی و به صورت جامع‌تری تعریف می‌کند (جفره و همکاران، ۱۳۹۳).

۳-۲- اهمیت عملکرد سازمانی

امروزه، باتوجه به محیط چالشی و رقابت فزاینده، سازمان‌ها بهبود عملکرد را به‌عنوان یک اصل و هدف اساسی تلقی می‌کنند و در تلاش‌اند با اجرای روش‌های سیستماتیک و جستجوی بهترین شیوه‌ها، به مزیت رقابتی و پیشرفت درازمدت دست یابند. عملکرد مطلوب نقشی کلیدی در توسعه اقتصادی سازمان‌ها دارد (آرزمجو و همکاران، ۱۳۹۳). به‌عنوان رکن اساسی مزیت رقابتی، عملکرد باید به‌دقت تعریف، ایجاد و مدیریت شود تا شرکت‌ها و صنایع مختلف بتوانند در رقابت بازار تجاری به سودآوری برسند؛ بنابراین، ارتقای عملکرد برای کسب مزیت رقابتی در بازار جهانی امری حیاتی است و عملکرد مطلوب می‌تواند به افزایش و بهبود میزان صادرات نیز کمک کند (فیض و همکاران، ۱۳۹۶).

۳-۳- عوامل مؤثر بر عملکرد سازمانی

عملکرد سازمانی رابطه‌ای معنادار با محیط سازمانی عدالت‌محور و تعهد سازمانی دارد. عدالت رویه‌ای و تعهد سازمانی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی و در نتیجه بر عملکرد دارند. در حالی که رضایت شغلی تأثیر مثبتی بر رفتار شهروندی سازمانی و عملکرد ندارد، رفتار شهروندی سازمانی به طور مشابه طور عملکرد شغلی تأثیر مثبت دارد و به‌عنوان واسطه جزئی بین عدالت رویه‌ای، تعهد سازمانی و عملکرد عمل می‌کند (سانی، ۲۰۲۳).

۳-۴- مدیر عملکرد سازمانی

مدیریت عملکرد شامل سه فعالیت اصلی است:
۱. برنامه‌ریزی عملکرد که به تعیین اهداف و دستورالعمل‌ها برای پیروان در آغاز دوره مربوط می‌شود و شامل تدوین طرح‌هایی برای دستیابی به این اهداف است؛
۲. آموزش که به معنای ارائه بازخورد مستمر و فعالیت‌های پیشرفت برای تقویت نقشه‌های عملکرد است؛

۳. تجدیدنظر در عملکرد که شامل ارزیابی کلی از عملکرد در پایان دوره برنامه‌ریزی می‌شود. روش‌های مدیریت عملکرد به مدیران این امکان را می‌دهد که برنامه‌ریزی، آموزش و تجدیدنظر

را به طور شخصی و متناسب با موقعیت منحصربه‌فرد پیروان خود انجام دهند (نمایان و فیض‌الهی، ۱۳۹۴، ص ۹۶۵).

۳-۵- ارزیابی عملکرد فرایند سنجش و اندازه‌گیری

عملکرد در دستگاه‌های اجرایی در چارچوب اصول و مفاهیم علمی مدیریت برای تحقق اهداف و وظایف سازمانی از طریق برنامه‌های اجرایی تعریف می‌شود (حسین‌پور و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۹۳۱).

هرچند که ریشه ارزیابی در ارزشیابی عملکرد نهفته است، اما امروزه عمدتاً به‌عنوان ابزاری توسعه‌ای استفاده می‌شود. با آگاهی مدیران و کارکنان از نظرات یکدیگر، مهارت‌های رفتاری و عملکردی بهبود می‌یابد. در گذشته، مدیران کلاسیک از ارزیابی عملکرد تنها برای نظارت استفاده می‌کردند، اما امروزه جنبه‌های راهنمایی و آموزشی این فرایند اهمیت بیشتری یافته است. هدف اصلی از ارزیابی عملکرد، جمع‌آوری اطلاعات ضروری درباره نیروهای شاغل و در دسترس قراردادن این اطلاعات برای مدیران است (اصغری‌زاده، ۱۳۹۹، ص ۲۳).
از طریق ارزیابی عملکرد، می‌توان کمبودها و نیازهای آموزشی را شناسایی و زمینه‌های پیشرفت و انگیزش کارکنان را فراهم کرد (رانی و جیوتی، ۲۰۱۷).

۳-۶- رویکردها و معیارهای سنجش عملکرد

جستجوهای اولیه برای دستیابی به معیارهای ارزیابی عملکرد منجر به استفاده از اعداد و اطلاعات حسابداری در این زمینه شده است. بسیاری از معیارهای ارزیابی عملکرد، مبتنی بر مدل‌های حسابداری؛ به‌ویژه مدل سود حسابداری گزارش شده یا سود هر سهم است. باگذشت زمان، مدیران به‌منظور حفظ سطح پاداش و بهبود آن، به مدیریت سود از طریق تحریف اعداد حسابداری پرداختند.

۳-۷- عوامل مؤثر بر عملکرد سازمانی

افزایش عملکرد سازمانی هدف هر مدیری در هر کسب‌وکار و سازمانی است. برای موفقیت

سابقه تحقیق پیشینه داخلی

جوکار، احد مطلقى و روح الهى (۱۴۰۱) در تحقیقى با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بازاریابى اینترنتى در سطح شرکت‌هاى متوسط و کوچک در جامعه آمارى شامل صنایع کوچک و متوسط مستقر در شهرک‌هاى صنعتى استان تهران پرداختند تحلیل داده‌ها نشان داد که سهولت ادراک شده فواید ادراک شده و اعتبار ادراک شده بر قصد استفاده از بازاریابى اینترنتى و استفاده واقعى از آن مؤثر هستند در نتیجه با شناختى که از عوامل تأثیرگذار بر استفاده از بازاریابى اینترنتى حاصل مى‌شود مى‌توان با ایجاد بهبود در این عوامل در جهت تشویق مشتریان به استفاده از بازاریابى اینترنتى گام برداشت.

حسینی، عیدى و خلیلیان وایقان (۱۴۰۰) در تحقیقى با عنوان بررسی عوامل مؤثر پذیرش تجارت اجتماعى بر تبیین استراتژى بازاریابى و عملکرد سازمانى در بنگاه‌هاى کوچک در جامعه آمارى شامل مدیران و کارشناسان شرکت‌هاى کوچک و متوسط پرداختند. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازى معادلات ساختارى نشان داد که پذیرش تجارت اجتماعى بر استراتژى‌هاى محصول و استراتژى قیمت و استراتژى توزیع و استراتژى ترفیع و عملکرد سازمانى تأثیر مثبت و معنادارى دارد.

سیفی و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقى با عنوان بررسی اثر به‌کارگیرى بازاریابى اینترنتى بر عملکرد سازمانى شرکت‌هاى کوچک و متوسط در جامعه آمارى شامل شرکت‌هاى فعال در شهرک صنعتى بابل مازندران پرداختند. تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر تفسیر و با استفاده از رگرسیون چندگانه خطى، معادله متغیرها نشان داد محوری بودن فعالیت‌هاى بازاریابى به همراه بودجه و ابزار بازاریابى اینترنتى در قابلیت به‌کارگیرى بازاریابى اینترنتى در شرکت است.

احمدى و سعادت (۱۳۹۸) در تحقیقى با عنوان پذیرش شبکه اجتماعى و تأثیر آن بر عملکرد شرکت‌ها در جامعه آمارى شامل شرکت‌هاى کوچک و متوسط در تهران پرداختند. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازى معادلات ساختارى

افزایش عملکرد سازمانى، راه‌هاى بسیارى وجود دارد؛ یکى از این راه‌ها، مبحثى بحرانی و جنجال برانگیز مى‌باشد که عبارت است از ایجاد و تعیین یک ابزار اندازه‌گیرى جامع که برای مدیران و کارکنان شرايطى را ایجاد نماید تا با دستورالعمل‌ها و مجموعه‌هاى از اهداف که به روشنى تبیین شده‌اند، به‌سوى هدف حرکت نمایند. برای مثال، روبرت و همکاران این ابزار اندازه‌گیرى جامع را شامل ۲ بعد دانسته‌اند که شامل اثربخشى، کارایی و سازگارى مى‌شود. کیتس به این نکته اشاره کرد که ابزار اندازه‌گیرى جامع عملکرد سازمانى مى‌تواند در گروه‌هاى تک‌متغیره و چندمتغیره تقسیم‌بندى شوند که البته چندمتغیره‌ها بهتر هستند که در این بین ۲ گروه ابزار اندازه‌گیرى مالی و غیرمالی بهترین زیرشاخه برای این دیدگاه است. بر اساس دیدگاه ونکاترمن و رامنجم عملکرد مبحثى نیست که تنهایی با ابزار اندازه‌گیرى مالی موردبررسى قرار گیرد؛ ولی وقتى عملکرد سازمانى با مجموعه‌هاى از ابزار مبتنى بر عملکرد مالی، عملکرد کسبوکار و اثربخشى سازمانى موردبررسى قرار مى‌گیرد، بسیار کامل‌تر و جامع‌تر است. مقیاس‌هاى مربوط به عملکرد مالی شامل استانداردهایی مى‌شود که عبارت‌اند از: برگشت سرمایه، نرخ افزایش فروش، میزان درآمد.

۳-۸- تاریخچه عملکرد

در اکثر کشورهای اروپایی، بررسی عملکرد به عنوان جزئی مهم از عملیات استخدامى و مدیریتی به شمار مى‌آید و به این امر در سنت فرهنگى این کشورها بها داده مى‌شود. اما در ایران، مفهوم بررسی عملکرد از اواخر قرن هفتم هجرى قمرى توسط خواجه رشیدالدین فضل الله مطرح شد. وی که بیش از بیست سال در مقام وزارت قرار داشت، مفهوم بررسی عملکرد را در نظام مدیریت معرفی کرد. هنرى فایول نیز بر اهمیت ارزیابى عملکرد مدیران تأکید کرده و معتقد بود که لازم است در فواصل زمانى معین، ممیزی مدیریت انجام شود تا مشخص شود مدیران چگونه پیشرفت مى‌کنند، چه میزان ابتکار به خرج مى‌دهند، و تا چه حد قضاوت و نوآوری دارند. (بقایى سر یزدى، ۱۳۹۳، ص ۹۱).

نشان داد که پذیرش شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر نمی‌گذارد.

تجویدی و کرمی (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان تأثیر شبکه اجتماعی بر عملکرد شرکت در جامعه آماری شامل صنعت هتلداری گرگان پرداختند. تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که بین استفاده از شبکه اجتماعی و عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بهرامی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان شبکه اجتماعی به‌عنوان یک منبع در فرایند فروش شرکت‌های کوچک و متوسط و عملکرد آنها، به بررسی اهمیت پذیرش شبکه‌های اجتماعی در ارتقای و نوآوری پروسه فروش توسط شرکت‌های کوچک و متوسط در شرکت گاما پرداختند. این تحقیق کیفی نشان داد که شرکت‌های کوچک و متوسط به کمک پذیرش منبعی به نام شبکه اجتماعی توانسته است در دسترسی به بازار جدید و باقی‌ماندن و مقابله با رکود بازار اصلی‌اش موفق شود و عملکرد مناسبی به ثبت برسانند.

پیشینه خارجی

سو و همکاران (۲۰۲۳)، در تحقیق به بررسی نقش رهبری و مدیریت دانش فرایندهای تحول در پیش‌بینی محصول و نوآوری پرداختند. یافته‌ها این پژوهش نشان داد که انتقال دانش تأثیر بسزایی در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و نوآوری محصول، همچنین رابطه کسب دانش و کاربرد آن دارد. همچنین رابطه معناداری بین رهبری تحول‌گرا و نوآوری محصول وجود دارد.

کمال و همکاران (۲۰۲۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان دستیابی به عملکرد برتر شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش فراگیر قابلیت بازاریابی، نوآوری و یادگیری، به بررسی تأثیر قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند. آنها به این نتیجه دست یافتند که میان قابلیت‌های بازاریابی، نوآوری و یادگیری با عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و همواره این قابلیت‌ها بر عملکرد شرکت‌های کوچک

و متوسط اثرگذار هستند.

خرایشی و همکاران (۲۰۲۳)، در تحقیق خود به بررسی نوآوری در مدیریت مقصد با تأکید بر نقش فرایندهای مدیریت دانش و رهبری در گردشگری مقصد می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد رهبری توسط مرکز دانش که به‌عنوان هماهنگ کننده عمل می‌کند که این عامل باعث انسجام اجتماعی و ارتقا جهت‌گیری خدمات در میان اپراتورهای مختلف و بین مؤسسات و شهروندان، دولت و کسب‌وکار می‌گردد؛ لذا رهبری نقش مفیدی در جهت ارتقا و بهبود مقاصد گردشگری همچنین باعث توسعه و گسترش فرهنگ خدمات در خاک برای تمام گردشگران مقصد مفید خواهد بود.

هورتادو و همکاران (۲۰۲۲)، در تحقیقی به بررسی نقش رهبری دانش در، نوآوری و عملکرد شرکت پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد وجود رهبری دانش باعث می‌شود. توسعه و استفاده از مدیریت دانش در راستای بهره‌وری سازمانی به‌خوبی انجام گردد همچنین توسعه و استفاده از شیوه‌های مدیریت دانش، شرکت‌ها را قادر می‌سازد بهبود عملکرد خود را در نوآوری محصول خود جستجو کنند. شیوه‌های مدیریت منابع انسانی دارد همچنین نه‌تنها شیوه اجرای مدیریت دانش در سازمان را تسهیل بلکه در تقویت عملکرد پروژه‌های طولانی‌مدت تأثیر شگرفی دارد.

فررا و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان غنی‌سازی سرمایه اجتماعی و بهبود عملکرد سازمانی در عصر شبکه‌های اجتماعی که به صورت کتابخانه‌ای به آن پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که سه ساختار کلیدی در سازمان‌ها دارد ارتباط، توانمندسازی و ساختار سازمانی که این سه رابطه تنگاتنگی با شبکه‌های اجتماعی دارند و تأثیر مثبت بر عملکرد سازمانی می‌گذارند.

پیشنهادات تحقیق

پیشنهادات کاربردی

پیشنهادات کاربردی برای موضوع اصلی «نقش منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام در ارتقای عملکرد سازمانی کلینیک‌های دندانپزشکی شهرستان یزد» می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

شامل کلینیک‌های دیگر در استان یزد یا حتی استان‌های دیگر.

- به‌منظور بررسی عمیق‌تر اثرات رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام بر عملکرد سازمانی، پیشنهاد می‌شود که متغیرهایی از جمله تعاملات بیماران با کلینیک، رضایت بیماران، افزایش تعداد بیماران جدید و تأثیرات روی رقابت‌پذیری کلینیک‌ها نیز در نظر گرفته شود.
- پیشنهاد می‌شود که به‌عنوان یک تحقیق پیگیری، نتایج مطالعه در فواصل زمانی مختلف (مانند ۶ ماه، ۱ سال و...) مورد بررسی قرار گیرد تا تغییرات و تأثیرات طولانی‌مدت استراتژی‌های رسانه‌ای بر عملکرد سازمانی بهتر مشخص شود.
- بررسی تأثیرات فرهنگی و اجتماعی: پیشنهاد می‌شود که تحقیقات آینده به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام در تغییرات فرهنگی و اجتماعی جامعه دندانپزشکی شهرستان یزد پرداخته و تأثیرات آنها بر مشکلات و فرصت‌های اجتماعی و فرهنگی مورد ارزیابی قرار گیرد.
- مقایسه با رسانه‌های دیگر: به‌منظور ارزیابی کامل تأثیرات اینستاگرام، پیشنهاد می‌شود که مقایسه‌ای بین اینستاگرام و دیگر رسانه‌های اجتماعی (مانند فیس‌بوک، توئیتر و...) انجام شود تا بهترین استراتژی‌ها و موارد بهینه استفاده مشخص گردد.
- تأثیرات مخرب و محدودیت‌ها: در ادامه پژوهش، پیشنهاد می‌شود که به تأثیرات منفی و محدودیت‌های استفاده از اینستاگرام در سازمان‌های دندانپزشکی پرداخته شود، مانند مسائل حریم خصوصی، اطلاعات غلط، نقدهای منفی و...

فهرست منابع

- اشراقی زینب عالی شیر، مرد عبدالله و مجتبی. دهم (۱۳۹۶). بررسی رابطه بی‌ویژگی‌های شخصیتی و سبک‌های مقابله‌ای با سلامت روان معلمان، ۳ (۱)، ۸۳-۹۲
- اسماعیلی وحیده. (۱۳۹۵). بررسی آسیب‌های اجتماعی فضای سایبری در خانواده فصلنامه علمی - تخصصی دانش انتظامی ایلام؛ ۵ (۱۷) ۹۲-۷
- ایران‌مهر، مسلم شفیق، آبادی، عبدالله، نعیمی ابراهیم. (۱۳۹۷). بررسی کیفی آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی

- برگزاری دوره‌های آموزشی برای کارکنان کلینیک‌ها به‌منظور آشنایی با استراتژی‌ها و ابزارهای مدیریت رسانه‌های اجتماعی، از جمله اینستاگرام، به‌منظور بهبود ارتباطات با بیماران و افزایش شناخت مردم از خدمات ارائه شده.
- تدوین راهکارهای بازاریابی دیجیتال مناسب برای جذب بیماران جدید و حفظ مشتریان فعلی از طریق استفاده از قابلیت‌های تبلیغاتی و محتوای متنوع در اینستاگرام.
- استفاده از ابزارهای تحلیلی برای اندازه‌گیری کارایی استراتژی‌های رسانه‌های اجتماعی و تعیین بهینه‌سازی منابع مالی و زمانی مختصر و بلندمدت.
- ارتقای دانش و آگاهی کارکنان از آخرین تکنولوژی‌ها و روش‌های رسانه‌ای، از جمله تحلیل داده‌ها و پیگیری بازخوردهای مشتریان، به‌منظور بهبود خدمات و رضایتمندی بیشتر بیماران.
- تشکیل کارگروه یا تیم مختص برای مدیریت و فعالیت‌های رسانه‌های اجتماعی، به‌منظور برنامه‌ریزی و اجرای بهتر استراتژی‌های دیجیتال و ارائه واکنش مناسب به نیازهای بیماران و مشتریان.
- ایجاد یک راهنمای داخلی و استاندارد برای استفاده از اینستاگرام و دیگر رسانه‌های اجتماعی، به‌منظور آموزش به کارکنان در مورد قوانین و الزامات حرفه‌ای، اخلاقی و قانونی.
- برنامه‌ریزی دوره‌های آموزشی منظم برای پزشکان و کارکنان، به‌منظور بهره‌وری بیشتر از ابزارها و قابلیت‌های پیشرفته رسانه‌های اجتماعی برای ارتقای خدمات پزشکی و تجربه بیمار.

پیشنهادات برای تحقیقات آتی

- به‌عنوان پیشنهادها برای تحقیقات آتی در زمینه موضوع «منابع و قابلیت‌های رسانه اجتماعی اینستاگرام به‌عنوان عوامل استراتژیک تعیین‌کننده بر عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: کلینیک‌های دندانپزشکی شهرستان یزد)»، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:
- برای افزایش دقت و اعتبار پژوهش، پیشنهاد می‌شود که نمونه‌های بزرگ‌تر از کلینیک‌های دندانپزشکی شهرستان یزد مورد مطالعه قرار گیرد

پارادایمی بر اساس نظریه گراند تئوری (Grounded Theory). فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات. دوره ۱۶. شماره ۵۹. صص ۱۸۵-۱۵۵.

کرمانی، حسین. آتش زر، علی (۱۳۹۸). بازی ساختار: مطالعه رویه‌ها و عوامل مؤثر بر استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ایران و رابطه آن با ساختارهای اجتماعی. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال پانزدهم. شماره ۵۷. صص ۲۸۸-۲۵۱.

هوشمند، محمدرضا (۱۳۹۹). تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه شهید بهشتی.

وصال، مینا. رحیمی، چنگیز (۱۴۰۰). تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر افسردگی در نوجوانان: مرور نظام مند و فراتحلیل. مجله دانشگاه علوم پزشکی اراک. دوره ۲۴. شماره ۱. صص ۲۳-۵.

ولی‌پور آرخلو، سارا (۱۴۰۰). شناسایی عوامل مؤثر بر ارتباط با مشتری در لباس‌های ورزشی و بررسی ارتباطشان به کمک مدل تصمیم‌گیری دیمتل مجله نساجی کهن (۴)، ۷۷-۷۸.

Ashraf, E., & Javid, B. (2017). An examination of the factors influencing consumers' attitudes toward social media marketing. *Journal of Internet Commerce*, 10(1), 35-67.

Berman, S. J., Abraham, S., Battino, B., Shipnuck, L., & Neus, A. (2017). New business models for the new media world. *Strategy & Leadership*, 35(4), 23-30.

Bindu, P. V., & Thilagam, P. S. (2020). Mining social networks for anomalies: Methods and challenges. *Journal of Network and Computer Applications*, 68, 213-229.

Elgarhy, S. D., & Abou-Shouk, M. (2023). Effects of entrepreneurial orientation, marketing, and innovation capabilities, on market performance: The mediating effect of sustainable competitive advantage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(6), 1986-2004.

Guan, Z., & Zhang, Y. (2023). The impact of changes in log import price from the logging ban on the market price of timber products. *Journal of Sustainable Forestry*, 42(4), 384-398.

Hurtado-Palomino, A., De la Gala-Velázquez

بر سلامت روان دانش‌آموزان از دیدگاه مشاوران مدارس فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی دانشگاه علامه طباطبائی، ۹ (۳۳): ۶۱-۵۶.

اسدی گرچی، محمدحسین. طبری، مجتبی. باقرزاده، محمدرضا. قلی‌پور کنعانی، یوسف (۱۳۹۹). هماهنگی استراتژی مدیریت منابع انسانی و ساختار سازمانی: مطالعه موردی شرکت توزیع نیروی برق مازندران. پژوهش‌نامه‌ی مدیریت اجرایی. سال دوازدهم. شماره ۲۳. صص ۲۵۹-۲۳۹.

بوربور، اکرم. تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۴۰۰). تحلیل وضعیت هویت اجتماعی زنان شهر تهران بر اساس استفاده از رسانه‌های اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای. فصلنامه علمی وسایل ارتباط جمعی - رسانه. سال سی و دوم. شماره ۴. صص ۱۶۴-۱۳۱.

جوکار، محمدعلی، احد مطلق، عباس و روح الهی، محمود (۱۴۰۱). بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بازاریابی اینترنتی در سطح شرکت‌های متوسط و کوچک صنایع کوچک و متوسط مستقر در شهرک‌های صنعتی استان تهران تحقیقات بازاریابی نوین، ۷ (۴) ۴۱-۵۶.

خالوزاده مبارکه، سجاد. مائیان، امیر. حسنقلی‌پور یاسوری، طهمورت (۱۳۹۸). طراحی مدل ارتقای تجربه و پاسخ مشتری با استفاده از بازاریابی رسانه‌های اجتماعی. دوفصلنامه مطالعات مصرف‌کننده. دوره ۶. شماره ۱. صص ۳۰۹-۲۸۷.

خدادادی، سید عابدین (۱۳۹۹). معیارهای سلامت روانی از دیدگاه قرآن اولین همایش ملی اسلام و روان ۱۳-۱. سالمی، آزاده. خانیکی، هادی. صبوری خسروشاهی، حبیب هاشمی، شهناز (۱۴۰۰). استفاده‌ی کاربران از رسانه‌های اجتماعی و رابطه‌ی آن با سواد رسانه‌ای (در حوزه‌ی سلامت شهر تهران). ارتباطات و رسانه. دوره ۴. شماره ۲. صص ۳۶-۵.

طاهری، احمد. پرهیزکار، محمدمهدی. امینی، محمدتقی. دانایی، حبیب اله (۱۳۹۸). تبیین عوامل موفقیت استراتژی بازاریابی در بانک‌های تجاری ایران (مورد مطالعه بانک‌های تجاری استان بوشهر). نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا. سال هجدهم. ۱۷۶-۱۵۹.

عبدلی، مریم. بوداقی خواجه نوبر، حسین. رستم‌زاده، رضا. مدرس خیابانی، فرزین (۱۴۰۰). اثربخشی الگوی بازاریابی رسانه‌های اجتماعی با رویکرد ترکیبی (مطالعه موردی: خبرگان و سیاست‌گذاران صنعت شیر تهران). مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال سیزدهم. شماره ۳. صص ۲۹۹-۲۸۵.

عقیلی، سید وحید. قاسم‌زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۴). رسانه‌های اجتماعی؛ چيستی، کارکردها و چالش‌ها. نشریه مطالعات توسعه اجتماعی ایران. دوره ۸. شماره ۱. صص ۳۶-۲۱.

فرهنگی، علی‌اکبر. سعیدآبادی، محمدرضا. آقايان، سمیه (۱۳۹۹). تسهیم دانش در شبکه‌های اجتماعی ارائه مدل

Marchand, André; Hennig-Thurau, Thorsten; Jan Flemming (2021). Social media resources and capabilities as strategic determinants of social media performance, *International Journal of Research in Marketing* 38, 549–571.

Moqbel, Saggi Nevo, Ned Kock, V. (2022). Assessing a firm's web presence: a heuristic evaluation procedure for the measurement of usability. *Information Systems Research*, 13(2), 168-186.

, B., & Ccorisapra-Quintana, J. (2022). The interactive effect of innovation capability and potential absorptive capacity on innovation performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100259.

Kamal, E. M, Lou, E. C, & Kamaruddeen, A. M. (2023). Effects of innovation capability on radical and incremental innovations and business performance relationships. *Journal of Engineering and Technology Management*, 67, 101726.

Khraishi, A, Paulraj, A, Huq, F, & Seepana, C. (2023). Knowledge management in offshoring innovation by SMEs: role of internal knowledge creation capability, absorptive capacity and formal knowledge-sharing routines. *Supply Chain Management: An International Journal*, 28(2), 405-422.





A review of text analysis in human resource management research: Methodological diversity, constructs identified, and validation best practices

Emily D. Campion, Michael A. Campion

Discovering and producing reliable and valid measures of psychological constructs are central aims for human resource management (HRM) researchers and practitioners. While HRM researchers have historically relied on traditional quantitative methods, increased accessibility of text analysis techniques enabled by advancements in machine learning make qualitative data more convenient to analyze and include in decision-making processes. In this review, we systematically analyze research in HRM, organizational behavior, strategy, and entrepreneurship that has used text analysis to uncover and/or measure constructs. Our goals are to 1) delineate types of text analyses (categorization, dictionaries, supervised machine learning, and unsupervised machine learning), 2) review what constructs can be derived from text data, 3) describe how those constructs have contributed to the core HRM functions, 4) provide guidance on validation efforts that are needed to trust inferences made, and 5) and identify future research opportunities to use text analysis by HRM function. We support these points by conducting two text analyses on the papers in our review: a hand-coded content analysis using an existing framework and building a topic model of the abstracts. We find that while there is convergence (triangulation), there is notable divergence such that the topic model revealed more nuanced and useful clustering in significantly less time, thus illustrating the value of different types of text analysis. We encourage HRM researchers and practitioners to use machine learning to increase efficiency, reduce subjectivity, increase replicability, and facilitate methodological diversity. We close with a brief discussion on the promise of large language models.



Women's authorship in international human resource management research: Implications for responsible management education and emerging scholars

Fang Lee Cooke, Karin Sanders, Helen De Cieri, Komal Balkrishna Bhoir

Like many professional occupations, the participation of female scholars has steadily increased since the 1990s in the human resource management (HRM) fields. While it is widely acknowledged that workforce diversity brings different perspectives, we lack insight into the impact of such changes. In this paper, we explore the implications of gender in the authorship of scholarly articles for the knowledge base of this field, using an example of a content analysis of 890 articles in the international HRM field. We discuss the implications of gender in scholarly work both within and beyond the HRM field. We draw connections to the sustainability development agenda and responsible management education from a gender perspective and offer suggestions for the career development of emerging and future scholars.



Still our most important asset: A systematic review on human resource management in the midst of the fourth industrial revolution

Salvatore Ammirato, Alberto Michele Felicetti, Roberto Linzalone, Vincenzo Corvello, Satish Kumar

The digital transition is transforming society in general and industry in particular, so much so that the concept of Industry 4.0 is by now widespread and consolidated. However, there is the risk that too pronounced a focus on technology may lead to losing sight of the centrality of human resources. Among others, the European Commission has urged greater attention from research and industry on the human factor. There is a need for further theorizing concerning the role of humans in a digitalized industry. Understanding what is known in the literature on human resource management in an Industry 4.0 context is an important first step toward defining a roadmap for enhancing the human factor in a digitized industry. To achieve this goal, we conducted a systematic analysis of the literature. We used a text-mining approach implemented via the MySLR software platform, which uses latent Dirichlet allocation, to analyze 566 papers published in academic journals. In this way, we were able to identify the main trends in the literature, the most frequently analyzed topics, and the gaps and 75 researchers and managers with a clear and updated overview of research in the field of human resource management in the context of Industry 4.0, as well as future research directions.



PROJECT TEAMS AND THEIR ROLE AND PLACE IN GOVERNMENT ORGANIZATIONS

Karimova Diyora Aybekovna

This article explores the role and significance of project teams in government organizations, focusing on their contributions to achieving organizational goals, fostering innovation, and improving service delivery. Through an examination of existing literature, methodological analysis, and case studies, this study highlights best practices, challenges, and strategies for optimizing project team performance in the public sector.



Shaping the future of industrial - organizational psychology: The transformative potential of research collaborations

Nathaniel M. Vos, Stacy A. Stoffregen, Kelsey L. Couture, Joel A. DiGirolamo, Melissa Furman, Sarah Haidar, Jin Lee, Leslie B. Hammer, Sarina M. Maneotis, Rodney A. McCloy, Ryan Olson, Paul E. Spector.

It is important for the research produced by industrial-organizational (I-O) psychologists to be rigorous, relevant, and useful to organizations. However, I-O psychology research is often not used in practice. In this paper, we argue that engaged scholarship—a collaborative research method that incorporates multiple stakeholder perspective can help reduce this academic practice gap and advance the impact of I-O psychology. To examine the current state of the field, we reviewed empirical evidence of the prevalence of collaborative research by analyzing the number of articles that contain nonacademic authors across 14 key I-O psychology journals from 2018 to 2023. We then describe how engaged scholarship can be integrated throughout the research process and conclude with a call to action for I-O psychologists to conduct more collaborative work. Our goal is to highlight the value of collaborative research in reducing the academic-practice gap and to inspire action that enhances the impact of I-O psychology on the future world of work.

❖ جهت دسترسی به فایل پی‌دی‌اف اصلی و دانلود هر مقاله QRcode مربوطه را اسکن نمایند.

❖ علاقمندان می‌توانند در صورت تمایل یکی از مقالات منتخب در این بخش را ترجمه کرده و خلاصه آن را جهت ارزیابی و انتشار به دفتر فصلنامه "پژوهش‌های نوین در مدیریت سرمایه انسانی" ارسال نمایند.

معرفی

کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد

مقدمه

چندین دهه از زمانی می‌گذرد که صاحب‌نظران علمی و مسئولان اجرایی نظام توسعه در سرتاسر گیتی به این باور مشترک دست یافته‌اند که «انسان، محور توسعه است». با آن که امروزه اهمیت عامل انسانی به عنوان پیشران تعالی جوامع، مورد توافق تمامی طراحان و مجریان برنامه‌های توسعه قرار دارد، اما هنوز هم چالش‌هایی متعدد در مسیر بهره‌برداری بهینه از این ظرفیت خدادادی برای ارتقای پالندگی سازمان‌ها و کشورها وجود دارد و تحولات جدید نیز بر تعدد و پیچیدگی این مسائل می‌افزاید.

طبیعی است که مواجهه‌ی موفقیت آمیز با این چالش‌ها، به ویژه در استان دارالعباده و دارالعلم یزد با تمام مختصات و مقتضیاتش، نیازمند تلاشی گروهی و مبتنی بر اندیشه‌ورزی و گفت‌وگو است.

فلسفه وجودی کانون‌های تفکر

ظرفیت قانونی تشکیل کانون‌های تفکر دانشگاهی که از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ایجاد شده است، فرصتی را پیش روی تعدادی از دغدغه‌مندان و متخصصان حوزه‌ی مدیریت منابع انسانی استان یزد قرار داد تا با تأسیس «کانون تفکر توسعه سرمایه‌ی انسانی» تلاش‌های خود را در این زمینه به صورتی همگرا و هم‌افزا سامان دهی کنند. این تشکل فرهنگی که از اواخر سال ۱۳۹۹ شکل گرفته، فضایی را فراهم آورده است تا دیدگاه‌های گوناگون پیرامون پدیده‌ی محوری «توسعه‌ی انسان بنیان» مورد ارائه و تحلیل قرار گیرد؛ و دستاوردهای ناشی از این فرایند، با رویکرد مدیریت دانش در اختیار مخاطبان عام و خاص گذاشته شود؛ باشد که حاصل این مجاهدت علمی و کوشش گروهی به ارتقای نظام توسعه سرمایه انسانی استان کمک کند.

مأموریت

- اندیشه‌ورزی برای شناسایی و حل چالش‌های نظام مدیریت توسعه سرمایه انسانی
- گفت‌وگو برای ترویج مبانی فکری و نظری مرتبط
- شبکه‌سازی از صاحب‌نظران و ایده‌پردازان

مخاطبان

- تصمیم‌گیران و مسئولان نظام توسعه‌ی مدیریت سرمایه انسانی
- متولیان نظام تعلیم و تربیت (از پیش دبستانی تا آموزش عالی)
- مدیران و کارکنان نظام اداری و اجرایی استان
- مدیران بخش خصوصی
- مدیران و کارشناسان در حوزه‌ی منابع انسانی
- مشاوران و متخصصان مدیریت منابع انسانی
- اصحاب رسانه

خروجی‌ها

- انتشار بیانیه‌های تخصصی خطاب به جامعه‌ی هدف اختصاصی یا عمومی
- تنظیم آیین‌نامه‌ها و مصوبات پیشنهادی
- تولید محتوا در حوزه‌ی مأموریت‌های کانون
- تدوین گزارش‌های آماری و تحلیلی
- ارائه‌ی پیشنهادهای اجرایی

موضوعات اولویت‌دار

- ارتقای عملکرد نظام آموزش و پرورش عمومی
- بهبود کارایی و اثربخشی نظام آموزش عالی استان
- ایجاد تعادل میان جریان‌های عرضه و تقاضای نیروی انسانی
- آینده‌نگاری ارکان نظام مدیریت سرمایه انسانی
- برنامه‌ریزی برای ارتقای خلاقیت، نوآوری و بهره‌وری نیروی کار
- برنامه‌ریزی برای ارتقای مهارت‌های نرم در سرمایه انسانی امروز و آینده
- ارتقای کیفیت نظام‌های جذب، گمارش، انگیزش و ارزشیابی کارکنان
- توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در نظام اداری برای ایفای نقش بهینه در تحقق اهداف توسعه و رشد اقتصادی
- زمینه‌سازی برای استقرار سازوکارهای مناسب از نظام مدیریت دانش
- تقویت انسجام و ارتباط میان حلقه‌های متعدد زنجیره‌ی مدیریت منابع انسانی
- شناسایی و پیشنهاد نظام‌ها و سازوکارهای نوین توسعه‌ی سرمایه انسانی

اعضای کانون تفکر توسعه سرمایه انسانی استان یزد

● دکتر داریوش پورسراجیان

رییس مؤسسه آموزش عالی امام جواد^(ع)

● دکتر نگار جلیلیان

دبیر کانون تفکر

● دکتر منصور ارجمندی

● دکتر فاطمه آذرنوش

● مهندس سید محمد دعایی

● مهندس اکرم فداکار

● دکتر احمد رضا فقیه

● دکتر امین خالقیه

● دکتر هدایت کارگر شورکی

● دکتر مهدی کبیری نائینی

● دکتر جعفر رحمانی شمسی

● سید حسین رضوی خوشفی

● دکتر سید محمود زنجیرچی

● دکتر حمید رضا شرافت

اعضای کانون تفکر

● مهندس سید رضا زکی پور

مسئول دبیرخانه

● مهندس محمد حسین مزیدی

● دکتر علیرضا مصباح فر

● مهندس علی اکبر اولیاء

● دکتر مونا اسماعیل زاده

● دکتر مرتضی محمودی

● دکتر شیوا عربشاهی

● دکتر محمد سپهر

● مهندس عباس زارع بنادکوکي

● دکتر ابوالفضل مرشدی

● دکتر ابوالفضل شرافت

● دکتر علی حاجی غلام سریزدی

● مهندس محمد رضا میر جلیلی

فصلنامه پژوهش‌های **نوین** در مدیریت سرمایه انسانی

شماره ثبت: ۹۱۸۷۳

انتقادات و پیشنهادات خود را در جهت بهبود این فصلنامه، با ما در میان بگذارید.

جهت تهیه **اشتراک فصلنامه** با شماره ۳۱۴۳-۳۵۵ داخلی ۲۲۶ دبیرخانه تماس حاصل فرمائید.