

نقش تفکر گروهی در خصوص ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه

میثم فتوائی، کارشناس حسابداری- کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی (استراتژیک) دانشگاه پیام‌نور واحد بین‌الملل
 قشم، کارشناس شرکت بیمه سینا (سهامی عام)، fatvaeimeysam@gmail.com

چکیده- ماهیت تفکر و کار گروهی عبارت است از «مجموعه تلاش‌های آگاهانه، منسجم و هماهنگ و همفکری افرادی که برای دستیابی به هدف یا اهداف مشترک صورت می‌گیرد و هم‌افزایی در محصول (نتیجه) را در پی دارد» در نگاه اولیه کار جمعی را می‌توان در سه شکل، همکاری (تقسیم کار)، هماهنگی (نظم و انضباط) و همفکری (مشورت) تصور کرد که هر کدام قالب ویژه‌ای از کار جمعی است و الزامات و مقتضیات خاص خود را می‌طلبد. قدر مسلم، نیاز به کار جمعی برای کاهش هزینه، افزایش بهره‌وری و بهبود امور است. در واقع مؤلفه‌های کار گروهی و مشارکتی را می‌توان کار و تلاش مضاعف (با انگیزه، صبر و تحمل، با تخصص و مهارت، جدیت و...)، پرهیز از اسراف (صرفه‌جویی در بیت‌المال)، رعایت اخلاق کاری، توکل به خدا و اعتقاد به رزاقیت خداوند، تعاون و همیاری در کارها و... دانست و آفت‌های کار جمعی را در دو دسته (فردی و محیطی) دسته‌بندی کرد. شایع‌ترین موانع کار جمعی عبارت‌اند از: بی‌اعتمادی و سوءظن، خودرأیی و استبداد، بخل، حسادت و پنهان‌کاری، ضعف فرهنگ کار جمعی، ضعف ساختار و سازمان و ضعف مدیریت. نیمی از این آفت‌ها ریشه در کاستی‌های اخلاق فردی دارد و نیمی دیگر به نارسایی‌های اداری یا سازمانی برمی‌گردد. بی‌تردید در راه رسیدن به اهداف مهمی چون خودکفایی و شکوفایی اقتصادی، ایجاد اشتغال، فراهم کردن فضای کسب‌وکار و... باید تلاش مضاعفی صورت بگیرد؛ تلاشی جهادگونه تا بتوان به شکوفایی اقتصادی در سطح کشور دست یافت. این مقاله با روش مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده و ابزار گردآوری اطلاعات در آن فیش-برداری از منابع پایگاه‌های اطلاعاتی شبکه جهانی اینترنت، کتب و مقالات علمی فارسی و لاتین و پایان‌نامه‌های مرتبط با موضوع مقاله بوده است. در این مقاله به نقش تفکر و مشارکت گروهی در خصوص ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کارآفرینانه خواهیم پرداخت.

واژگان کلیدی: تفکر گروهی، کار گروهی، فرهنگ کار، خلاقیت، کارآفرینی

مقدمه

امروزه سازمان‌ها نمی‌توانند با تعداد اندکی افراد خلاق و کارآفرین و یا اجرای چند طرح کارآفرینانه بر رقبای کوچک، چابک، منعطف، نوآور، فرصت‌گرا، و کم هزینه فائق آیند. آنها باید شرایطی را فراهم کنند تا همه کارکنان روحیه کارآفرینی پیدا کرده و بتوانند به راحتی، مستمر و بطور فردی یا گروهی فعالیت‌های کارآفرینانه خود را به اجرا در آورند. (قربان لک، ۱۳۹۱)

کار و تلاش، بخش تفکیک‌ناپذیر زندگی اجتماعی و محور پیشرفت و توسعه جوامع به‌شمار می‌آید. در آموزه‌های دینی نیز همواره بر کار و تلاش سازنده تأکید شده و لازمه عزت و اقتدار فردی و اجتماعی معرفی شده است. در این میان، کار گروهی و یاری‌رسانی جمعی که افزایش سطح توانمندی، کارآمدی، اثربخشی و موفقیت کار گروهی را در پی خواهد داشت، از اهمیتی دو چندان برخوردار است. برخلاف نظر برخی منتقدان که فرهنگ ایرانی را فاقد روحیه کار جمعی تلقی می‌کنند، پیشینه کار گروهی در ساختار اجتماعی ایران، بویژه در ساختار سنتی با جلوه‌هایی از وضعیت زیستی، نگرش کار گروهی و تلاش همدلانه در کلیه شئون زندگی همراه بوده است؛ اهمیت این مسئله نه فقط در گذشته که امروز نیز بیش از پیش احساس می‌شود. اهتمام به مسئله کار و تلاش و حمایت از کار و تولید ملی و اقتصاد مقاومتی به عنوان یکی از ضرورت‌های پیشرفت و شکوفایی اقتصادی کشور، همواره مورد عنایت رهبر معظم انقلاب (دام‌الله‌العالی) بوده است، این امر که بدون تردید عزم عمومی و تلاش جمعی را می‌طلبد، یکی از مؤثرترین روش‌های مقابله با تحریم‌های اقتصادی و موجب رشد و توسعه اقتصاد ملی است. (حاج محمدیاری، ۱۳۹۱)

با توجه به آنکه بسترسازی فرهنگی یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در ایجاد زیرساخت‌های کار گروهی است و نیز با عنایت به نقش مؤثر و منحصر به فرد تحقیق و پژوهش در ارتقای سطح فرهنگ کار گروهی و مشارکت جمعی برای نیل به اهداف توسعه اقتصادی، واکاوی جلوه‌های کار گروهی در عرصه ادبیات شفاهی و سنت‌های رفتاری پیشینیان نشان می‌دهد تمایل به کار گروهی، به عنوان یک الگوی فرهنگی در فرهنگ مردم ایران سابقه‌ای دیرینه دارد و ارائه آن می‌تواند مرجع بازنمایی بخش بزرگی از نگرش مثبت ایرانی - اسلامی و خرده فرهنگ‌های پسندیده و مؤثر در جامعه به مقوله همّت و کار و تلاش باشد.

در مقاله حاضر به بررسی و اهمیت کار و تفکر گروهی و نقش آن در توسعه و ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه خواهیم پرداخت با این نگرش که ان‌شاءالله در حوزه مفاهیم مرتبط با کار، اهمیت به‌سزایی در رشد و گسترش فرهنگ کار، تبلیغ مفاهیم ارزشی کار، تقویت روحیه کار گروهی و مشارکت مردم در امر توسعه داشته باشیم.

بیان مسأله

یکی از معیارهایی که کشورهای توسعه یافته را از کشورهای در حال توسعه مجزا می‌کند، فرهنگ گروهی کار کردن است. در کشورهای توسعه نیافته، افراد علاقه‌ای به فعالیت‌های گروهی ندارند و همین امر سبب

می‌شود علاوه بر صرف انرژی بیشتر، کارها با کیفیت پایین‌تری انجام پذیرد. اصولاً برای رسیدن به یک جامعه کارآفرین، رشد فعالیت‌های گروهی ضروری است و بدون چنین ویژگی، کارآفرینی در جامعه فراگیر نخواهد شد. انسان اجتماعی به مرور زمان و بویژه در گذر از کوچ‌نشینی به یکجانشینی و توسعه روستانشینی و سپس شهرنشینی (مدنیت) بر ضرورت کار جمعی وقوف بیشتری یافت و این ضرورت ابتدا به صورت تقسیم کار رخ نمود. در تمدن ایران باستان، تقسیم جامعه به سه طبقه دیران، سپاهیان و پیشه‌وران نمادی از تقسیم کار به شمار می‌آمد. دین مبین اسلام نیز تأکیدات مکرری بر کار جمعی دارد: تعاونوا علی البر و التقوی...، یدالله مع الجماعه و... یافته‌های علمی علم نوین، بویژه در شاخه مدیریت نیز ضرورت کار جمعی از طریق برنامه‌ریزی، ایجاد سازمان و رهبری (مدیریت) را روشن‌تر ساخته است. (حاج محمدیاری، ۱۳۹۱)

در اقتصاد جهانی شده‌ی کنونی، یکی از مهمترین شکل‌های انجام فعالیت‌های راهبردی، تشکیل سیستم‌های کاری میان سازمانی است. این امر می‌تواند در قالب ادغام همه جانبه‌ی چند شرکت، خرید کلی یک شرکت توسط شرکت دیگر، و یا سرمایه‌گذاری مشترک هدفمند، صورت پذیرد. در هر حال، نکته‌ی اصلی آن است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند مرزهای خود را در برابر نفوذ دیگر سازمان‌ها ببندند. فعالیت راهبردی فوق بر مبنای سرمایه‌گذاری بر روی تخصص، منابع، و یا قابلیت دستیابی سازمانی مورد نظر پایه‌گذاری شده است که تحقق این امر وجود تفکر گروهی و کار تیمی را طلب می‌کند. بسیاری از شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشترک که بدین تشکیل شده‌اند، شکست می‌خورند چرا که افراد نمی‌توانند روش مناسبی برای کار با یکدیگر را بیابند. در این شرایط اهداف مشترک موجود در کشمکش‌های کاذب رنگ باخته و یا آنکه کارکنان آن به دیگر شرکت‌ها می‌پیوندند و بدین صورت شرکت از درون تهی می‌شود. بنابراین تنها از طریق اهداف گروهی شفاف و کار جمعی و مشترک برای تحقق اهداف مذکور خواهد بود که فعالیت میان سازمانی از شانس موفقیت برخوردار می‌گردد. از نوآوری و خلاقیت نیز اغلب به عنوان یک مزیت رقابتی و دلگرم کننده ذکر می‌شود. در حالی که تفکر گروهی و کار گروهی الزاماً خلاقیت را به وجود نمی‌آورد ولی حل مشکلات گروه و فنون خلاقیت، دائماً به عقاید جدید و بهبود فرآیندها منجر خواهد شد.

در تئوری، تمام ارکان سازمان یافته از یک فناوری بهره می‌گیرند و خود را مقید به پیروی از یک چارچوب قانونی می‌دانند؛ یعنی اینکه زمینه‌ی فعالیتشان در یک سطح است. سازمان یادگیرنده راه چاره‌ای است برای جلوگیری از زوال و رکودی که ممکن است بر اثر این هم‌سطحی به وجود آید. با این تفسیر هر سازمان باید توانایی بررسی و یادگیری از محیط اطراف خود را دارا باشد. آنها باید قادر باشند تا اطلاعات را

ذخیره، بازیابی، و آنگاه با در میان گذاشتن با نیروی انسانی و کارگران و کارمندان خود، دانش آنها را گسترش دهند. برای اینکه یک چنین اطلاعاتی به حالت کاربردی درآید، یک کار گروهی همراه با تفکر گروهی لازم است. مدیریت دانش به تنهایی راه گشا نخواهد بود مگر اینکه از زمان وارد کردن اطلاعات، تا پایه‌گذاری زیربنای سیستم، بر مبنای کار گروهی طراحی و تنظیم شود. سازمانی که از فرهنگ کار گروهی و به عبارتی تیمی برخوردار نمی‌باشد برای مدیریت دانش و کار یادگیری سازمانی، از سطح اعتماد کافی بهره‌ای نخواهد داشت. تمام عواملی که ذکر شد اشاره به این نکته دارد که شرایط کاری به سرعت تغییر می‌کند اما مشکل این است که افراد به همان سرعت تغییر نمی‌کنند. ممکن است که از نظر فناوری در قرن بیست و یکم باشیم اما از نظر احساسی و روانی همچنان در عصر حجر هستیم. با این تفسیر نباید سلسله مراتب نیازهای "مازلو" را نپذیرفت چرا که او معتقد است بشر از نیاز به غذا و سرپناه، به نیاز به زندگی اجتماعی و جامعه‌پذیری رسید و آنگاه نیازمند به لحظات خودشکوفایی شد. اما به نظر می‌رسد که بشر به طور غریزی نیاز دارد با دیگران کار کند. گویی اشتیاق به ایجاد رابطه در نهاد او قرار داده شده است و برای همین است که افراد منزوی و یا کسانی که در حبس انفرادی هستند، رنج بسیاری می‌برند. مردم تفکر و کارگروهی و اجتماعی را دوست دارند و آنهایی که این‌طور نیستند توسط همکارانشان به عنوان اشخاصی عجیب در نظر گرفته می‌شوند. بسیاری از کارکنان آزاد که به کار در سازمان‌ها روی آورده‌اند دلیل این کار را داشتن همکار ذکر کرده‌اند. وقتی که مردم به خاطر از هم‌پاچیدگی جوامع سنتی و خانواده‌ها، احساس می‌کنند زندگیشان رو به نابودی است، جنبه‌ی اجتماعی کار، بیش از پیش نمایان می‌گردد. به این خاطر است که افرادی که در سازمان‌های بزرگ مشغول هستند اغلب مایل به داشتن حس تعلق می‌باشند که از کار در گروه‌های کاری کوچکتر با افکار گروهی منسجم به دست می‌آید. درست است که افراد مایل هستند با هم و به صورت گروهی کار کنند و افکار خویش را به یک سمت سوق دهند اما حرکت به سمت یک کار گروهی کارآمد، آسان نمی‌باشد. تمام عوامل فوق نیاز به کار گروهی در یک سطح بزرگ را افزایش می‌دهند اما چه واقعیت‌هایی را به طور ضمنی برای کار آفرینان، کارفرمایان و مدیران سازمان‌ها آشکار می‌کنند؟ مسلماً استفاده‌ی مؤثر از گروه‌ها به خاطر منافع که دارند (خلاقیت بیشتر، افزایش انگیزه، افزایش توجه به هم‌افزایی و خلاقیت، کاهش ریزش کارکنان (رفتن کارکنان از سازمان)، افزایش ارتباطات، استفاده‌ی بهتر از منابع، تصمیم‌گیری بهتر، فضای کاری بهتر و...) زندگی مدیران را راحت‌تر می‌سازد؛ و شاید آنهایی که در یک گروه بزرگ کار کرده‌اند بدانند که کار در

فضایی که در آن درستی حاکم است، نه تنها زحمت نیست بلکه تفریح نیز می‌باشد. همانطور که بنیانگذاران بستنی بن و جری می‌گویند:

"هیچکس در شرکت بن و جری احساس تنهایی نمی‌کند. هرگاه یکی از ما احتیاج به کمک دارد همگی به کمک او می‌شتابیم. هرکس از بیرون ما را می‌بیند انرژی را در وجود ما حس می‌کند. ما برای زندگی، شور و شوق و یک احساس شادی داریم و از معاشرت با یکدیگر احساس لذت می‌کنیم. ما در بازی تجارت، شور و شغف ناشی از موفقیت را با همدیگر تقسیم می‌کنیم و می‌کوشیم هنگام کار به ما خوش بگذرد." کمی آزادی در کار گروهی برای ایجاد و تداوم یک چنین فضای مؤثر خواهد بود. (فکر نو، ۱۳۹۲)

پیشینه تحقیق

درباره مقوله کسب‌وکار و کارآفرینی به تبع آن تفکر و کار گروهی و مشارکتی پژوهش‌های گسترده‌ای در زمینه‌های مختلف انجام شده ولی هنوز ابعاد متعدد مسأله بسیار مهم آن در جامعه وجود دارد که مورد توجه سازمان‌هاست و نیاز به بررسی‌های جامع دارد. این مقاله برخی از پژوهش‌هایی را که در مورد ابعاد مختلف تفکر و کار گروهی انجام شده به طور خلاصه عرضه می‌نماید.

مدل تفکر گروهی برای اولین بار توسط ایروینگ جاننیک در سال ۱۹۷۲ ارائه شد. در این مدل که با تاکید بر ارتباطات گروه‌های کوچک به بیان فرضیات و نتایج می‌پردازد، با بررسی نقاط قوت و آسیب‌های تفکر گروهی، چگونگی ارتباطات بین فردی در گروه‌ها بررسی شده است. گرچه تفکر گروهی را به طور کلی آخرین مرحله تصمیم‌گیری می‌دانند ولی از لحاظ نظری ادعا و در تجربه نیز تأیید شده است که ریشه‌های تصمیم‌گیری معیوب به مراحل بسیار ابتدایی‌تر این روند باز می‌گردد. جاننیک قائل به زنجیره‌های علی بود که از محدودیت‌هایی که موقعیت برای تصمیم‌گیری ایجاد می‌کند مانند محدودیت زبانی، تنش زیاد، ناکامی تازه گروه، یا وضعیت بحران شروع می‌شد. از این گذشته، تفکر گروهی می‌تواند تحت تأثیر ساختارهای سنتی و نقش‌هایی قرار گیرد که اعضای گروه پیش از برهه تصمیم‌گیری داشته‌اند؛ این عوامل شامل رهبران دچار جانبداری، ضعف سنت تشریفات روشمند، همگونی گروه، و توهم آسیب‌ناپذیری در گروه می‌شود. به واسطه این شرایط پیش‌بینی، تصمیم‌گیری مستعد یک رشته خطاهای ممکن در زمینه پردازش اطلاعات توسط یک گروه از جمله جست‌وجوی ناکافی اطلاعات، کوتاهی از مورد اهداف و جایگزین‌ها، و کلیشه‌ای دیدن موقعیت یا افراد بیرون از گروه می‌شود. وقتی این عوارض تفکر گروهی بروز می‌کند نتیجه‌اش غالباً هنجارهای

خطرناک درون گروهی، دلیل تراش‌های دست‌جمعی، و خودسانسوری است. تفکر گروهی زمانی تحقق می‌یابد که گروه گرفتار این فرایندهای بیمارگونه تصمیم‌گیری گروهی شود که از نظر روان‌شناختی پشتیبان تفکر گروهی هستند. به گفته جانیس تصمیماتی که وجه مشخصه‌شان تفکر گروهی باشد احتمالاً به نتایج ناهینه می‌انجامد و منجر به تشدید درگیری‌های بین‌المللی می‌شوند. کار اولیه جانیس مروری بر چند بررسی موردی به دنبال عوامل تفکر گروهی از حیث ساختارهای معیوب گروهی و پردازش ضعیف اطلاعات بود. دو مورد از موارد بررسی او مربوط به دوران حکومت جان اف. کندی بود: خلیج خوک‌ها و بحران موشکی کوبا. تصمیم‌گیری درباره عملیات خلیج خوک‌ها شکستی فاحش بود و نشان می‌دهد تا چه حد یک گروه فوق‌العاده هوشمند، هنجارهای درون گروهی بسیار ضعیف به وجود می‌آورند که موجب می‌شود بسیاری از فرض‌ها بلامعارض و بسیاری از بدیل‌ها بررسی نشده بمانند. تنها اندکی پس از آن، دولت کندی در دستگاه تصمیم‌گیری خود تحولی ساختاری ایجاد کرد و توانست بحران موشکی کوبا را با شکیبایی، ریزنی دقیق و بررسی در خور راه‌حل‌های بدیل از سر بگذراند. برای شناخت برخی رویه‌های ملازم با تفکر گروهی سه اصطلاح دیگر کارگشاست: خودسانسوری، پاسداران ذهن، و دربانی. خودسانسوری زمانی صورت می‌گیرد که یک نفر برای آن که به نظر نرسد از اتفاق نظر گروه فاصله گرفته یا هنجارهای گروه را زیرپا گذاشته است از ابراز نگرانی، انتقاد یا زیر سؤال بردن یک خط‌مشی خودداری می‌کند. پاسدار ذهن کسی است که به شکل مستقیم تلاش دارد برای حفظ انسجام گروه و به حداقل رساندن دگراندیشی، اطلاعات مخالف را سرکوب کند. ادعا شده است که رابرت مک نامارا در تصمیم‌گیری پیرامون عملیات خلیج خوک‌ها چنین نقشی داشته است. او به آرتور شلزینگر دچار دودلی شدید بود گفت شاید این تصمیم، درست یا نادرست باشد ولی زمان تردید در آن گذشته است و رئیس جمهور نیاز دارد که همه با طرح تهاجم به خلیج خوک‌ها همراهی کنند.

گلشیری، معمارزاده و پورعبدیان در مقاله خود تحت عنوان نقش کار تیمی در گسترش توانمندی‌های فردی و بهبود کیفیت فرایندهای سازمانی ارائه یک الگو براساس مدل ارزشیابی cipp برآند تا از طریق راه‌اندازی حلقه‌های ارتقای کیفیت (quality circle)، به یافتن مشکلات سازمان و حل آنها پرداخته و با تدوین شاخص‌ها و ملاک‌های مناسب، تاثیر انجام کار گروهی را بر توانمندی‌های فردی اعضای آن اندازه‌گیری نمایند.

پناهی و محسنی کیاسری در مقاله خود تحت عنوان بررسی پدیده تفکر گروهی در تیم‌های توسعه محصول جدید در موضوع تفکر گروهی به عنوان یکی از آسیب‌های تیمی و اثر آن بر رشد و بهبود عملکرد تیم‌های

توسعه محصول جدید پرداخته است بدین منظور پس از ذکر مقدمه‌ای در مورد اهمیت نوآوری محصول و تاثیر تیم توسعه محصول جدید در فرایند نوآوری مفهوم تفکر گروهی با گروه‌اندیشی و مدل مطرح شده در این رابطه تشریح گردیده است در ادامه انواع تیم‌های توسعه محصول جدید معرفی گردیده و در نهایت اثرات این پدیده در کارکردهای تیم توسعه محصول و تحقیق و توسعه مورد بررسی قرار گرفته است.

یافته‌ها

تفکر گروهی و کارآفرینی

در واقع فرآیند کارآفرینی در بطن خود فرهنگ خاصی را نهفته دارد که این فرهنگ را می‌توان همان فرهنگ حاکم بر سازمان یا شرکت دانست. این فرهنگ مفهوم مشترکی است که اعضای سازمان یا شرکت پذیرفته‌اند و ارزش‌ها، باورها و روش‌های مشترکی است که بر فعالیت سازمان یا شرکت حاکم است. بنابراین با توجه به نقش کارآفرینی در توسعه همه‌جانبه در کشورهای صنعتی و پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز باید در پی ایجاد سازمان‌ها و شرکت‌های کارآفرین باشند و این مهم میسر نمی‌شود مگر آنکه ضمن توجه به نقش و اهمیت فرهنگ کارآفرینی؛ عوامل رشد و توسعه‌دهنده که تفکر و فرهنگ کار گروهی از جمله آنهاست و یا موانع آن در سازمان‌ها و شرکت مشخص شوند.

یکی از مهارت‌های لازم برای بهبود عملکرد اجتماعی و موفقیت فردی توانمندی کار گروهی است که گاه به عنوان شاخه‌ای از مهارت‌های ارتباط بین فردی ذکر می‌شود. بسیاری اوقات هنگامی که این مهارت را نداریم، سعی می‌کنیم خود را درگیر فعالیت‌های اجتماعی یا کارها و بازی‌های گروهی نکنیم و گاه نیز برای پوشش این نقص به دلایلی متوسل می‌شویم، مثلاً می‌گوییم: دیگران مسئولیت‌های محوله را به خوبی انجام نمی‌دهند، کار گروهی نتیجه‌ی مناسبی ندارد، من از ورزش‌های گروهی لذت نمی‌برم و یا من به تنهایی بهتر و با آرامش بیشتری کار می‌کنم. باید توجه داشت که ناتوانی در مشارکت و کار گروهی علاوه بر این که از محبوبیت اجتماعی ما می‌کاهد، مانعی در راه پیشرفت و موفقیت خواهد بود و ما را از تجربه‌ی بسیاری از فعالیت‌های مهم و دوست‌داشتنی محروم می‌کند. علاوه بر این، چنانچه هیچ‌کس رغبتی به کار گروهی نداشته باشد یا مشارکت مناسبی بین افراد یک جامعه نباشد، محیط اجتماعی پرتنش و پیشرفت آن جامعه نامطلوب خواهد بود. (مهدوی، ۱۳۸۸)

ضرورت کار و تفکر جمعی و گروهی و تأثیر آن بر ایجاد کسب‌وکارهای کارآفرینانه را می‌توان از جوانب گوناگون مورد مطالعه و بررسی قرار داد؛ زیرا انجام برخی کارها به صورت فردی امکان‌پذیر نیست، و لازم است تا به صورت گروهی صورت بگیرد، مثل بلند کردن یک وزنه سنگین که به نیروی افراد زیادی نیاز دارد. گاهی نیز هر چند امکان انجام کار به صورت فردی وجود دارد، اما مستلزم تحمل هزینه فراوان و فشار زیاد است، که از لحاظ کیفیت اجرا نیز قابل مقایسه با صورت جمعی آن نیست. گروهی انجام ندادن کار، به معنی عدم استفاده از امکاناتی است که در اختیار داریم، کسانی که قابلیت قرارگرفتن در کنار ما و در یک گروه را دارند، با توانایی‌های مختلف خود، هر یک سرمایه بالقوه‌ای هستند که بی‌توجهی به آن‌ها عقلایی نیست. هم‌چنین ما در عصر جهش‌های تکنولوژیک، در یک شرایط رقابتی سنگین در همه عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی قرار داریم. در شرایطی که رقبا با استفاده از بهره‌های فعالیت‌های جمعی، پروژه‌های بزرگی را اجرا می‌کنند و بدین وسیله سلطه خود را بر جهان می‌افزایند، بی‌تفاوتی نسبت به فواید کار جمعی می‌تواند موقعیت ما را در جهان تضعیف کند. علاوه بر این که بدون فعالیت‌های گروهی آگاهانه و هماهنگ، ممکن است ما کار یکدیگر را خنثی، تخریب و یا تکرار کنیم. (پگاه حوزه، ۱۳۸۸)

هر فعالیت و یا کسب‌وکاری اگر با مشارکت انجام شود اثربخشی آن چندین برابر کاری است که به تنهایی انجام شده است. از فعالیت در یک تولیدی پوشاک گرفته تا تولید یک قطعه سخت‌افزاری و... با ایده‌های نو و جدید و متنوع هم‌چنین کار از زاویه‌های مختلف دیده شده و نتایج بهتری خواهد داشت. گاهی هراس از نپذیرفتن مسئولیت، عدم همکاری یکی از افراد گروه در نیمه‌های راه فعالیت جمعی، عامل مهمی است که جوانان را به کار فردی سوق می‌دهد. گاهی اوقات ممکن است فردی توانایی‌ها و استعدادهایش کمتر از گروهی باشد که با آنها همکاری می‌کند. از این جهت که توانایی کمتری دارد و قادر به رقابت با آنها نیست سعی می‌کند برای جبران خلا خود به نوعی مانع از حرکت بقیه شود. قطعاً این یک حرکت مخرب است و چاره‌ای جز حذف وی البته در شرایطی که واقعاً راه‌حل دیگری نباشد، وجود ندارد.

مشارکت همه‌جانبه و به ویژه فکری کارکنان سازمان جهت تحقق اهداف آن سازمان ضرورتی اساسی است، چنانچه افراد خلاق و صاحب‌اندیشه تعالی سازمان با تفکر و خلاقیت مشارکتی سازمان را یاری دهند انواع مسائل سازمانی راحت‌تر و سریع‌تر حل خواهد شد. تفکر و خلاقیت مشارکتی، موجب هم‌افزایی تفکر و خلاقیت تک‌تک افراد سازمان می‌شود. لازمه توسعه این تفکر فرهنگ‌سازی، اصلاح فرهنگ سازمانی و مدیریت فرهنگ خلاقیت و نوآوری در سازمان می‌باشد. موانعی همچون فقدان انگیزه و عدم اعتماد به کار

گروهی، عدم توجه به نظرات کارکنان، نقدناپذیری، محافظه‌کاری و مدیریت مستبدانه، از مهمترین موانع تفکر و خلاقیت مشارکتی محسوب می‌گردد. مهندسی مجدد فرهنگ سازمانی، آموزش و فرهنگ‌سازی، مهندسی مجدد نظام‌های مدیریتی از جمله نظام پیشنهادات، تقویت کار گروهی و تقدیر از کارکنان خلاق، از جمله مهمترین راهکارهای توسعه فرهنگ خلاقیت مشارکتی در سازمان می‌باشد. (ماهوشی، ۱۳۹۲)

اصول کار و تفکر گروهی

عمده‌ترین اصول کار و تفکر گروهی بدین شرح است: (مدیران اجرایی، ۱۳۹۲)

۱- تطبیق‌پذیری: اگر به خاطر گروه خود را تغییر ندهید، گروه ممکن است شما را تغییر دهد. عدم تطابق، یکی از بدترین عیوب انسان است. شما می‌توانید بیاموزید که جلوی عکس‌العمل‌های آنی را بگیرید، با اعتماد به نفس، بر ترس و با انضباط بر تنبلی غلبه کنید. اما برای عدم انعطاف فکری هیچ دارویی وجود ندارد. این خصوصیت نابودی را در وجود خود دارد.

۲- حس همکاری: همکاری گروهی پیش درآمد موفقیت گروهی است. نیرو در اتحاد است و خطر در تفرقه. همکاری یعنی تکثیر نیروها. چالش‌های بزرگ نیازمند کار گروهی عظیم و تشریک مساعی خصوصیتی است که بیش از همه در میان فشارهای یک چالش دشوار، برای اعضای گروه نیاز است. تشریک مساعی (با هم سعی کردن) چیزی بیش از همکاری است. همکاری یعنی کار گروهی مطبوع و دلپذیر. تشریک مساعی یعنی کار گروهی جسورانه و مصممانه اعضای گروهی که با هم تشریک مساعی می‌کنند کاری بیش از فقط با هم کار کردن، انجام می‌دهند. هم‌افزایی (synergy) در اثر کار گروهی و همکاری صمیمانه بدست می‌آید.

۳- تعهد: وقتی فرد خود را کاملاً متعهد می‌کند، نیروهای برتر نیز به حرکت در می‌آیند. رویدادهای مختلفی به او کمک می‌کنند، که در غیر این صورت اتفاق نمی‌افتادند. رویداد های بسیاری از این تصمیم ناشی می‌شوند که حوادث غیر قابل پیش‌بینی، ملاقات‌ها و یاری دیگران را در جهت منافع فرد پدید می‌آورند. چنین حوادثی برای هیچ‌کس باورکردنی نیست. (ویلیام اچ موری). عده‌ای تعهد را با احساسات مرتبط می‌دانند؛ اگر حال خوبی داشته باشند، می‌توانند تعهدات خود را به انجام برسانند. اما تعهد واقعی این‌گونه نیست. تعهد واقعی احساس نیست، بلکه جنبه‌ای از شخصیت است که ما برای رسیدن به هدف-

هایمان یاری می‌کند. احساسات انسان همواره در حال تغییرند، اما تعهد باید به پایداری و استحکام سنگ باشد.

۴- قابلیت برقراری ارتباط: یک گروه یعنی صداهای مختلف با یک قلب واحد. در صورتی که اعضای گروه به ایجاد ارتباط با یکدیگر قادر نباشند، کار گروهی هم وجود نخواهد داشت. بدون ارتباط، گروهی در کار نیست بلکه فقط مجموعه‌ای از افراد حضور دارند. گروه‌های موفق دارای اعضایی با خصوصیات مشترک و ارتباطات قوی هستند.

راه‌های جذب تفکر و ایده گروهی: (حسینیان، ۱۳۹۲)

اگر کارکنان مهم‌ترین دارایی شرکت‌ها هستند، شرکت‌های موفق آن‌هایی هستند که بیشترین بازده ممکن را از این منابع پدید آورند. افزایش بهره‌وری یکی از این راه‌هاست، اما روش باارزش‌تر استخراج ایده از اعضای گروه است. باید از افکار گروه خود بهره برد در این صورت متوجه خواهیم شد هر چند کسب و کارمان کوچک است، آنچه را که برای پیشروی در رقابت نیاز است، در اختیار داریم. راهکار آن، استخراج نوآوری است. با پنج روش ارائه شده ذیل می‌توان از ایده‌های بزرگ اعضای گروه بهره‌برداری لازم را به عمل آورد.

۱. درک ارزش گروه در پروراندن نوآوری: ایده‌های بزرگ به ندرت به صورت کاملاً شکل گرفته پدیدار می‌شوند تا بقیه گروه آن‌ها را انتخاب کنند و به ثمر برسانند. همان‌گونه که جان اریک ادیر، نظریه پرداز رهبری در کتاب خود، مدیریت نوآوری: چگونگی سازماندهی نوآوری و برداشت ایده‌ها، اشاره می‌کند؛ ایده‌های جدید بیشتر وقت‌ها کامل شکل نگرفته‌اند و پُر از اشتباهات و مشکلات هستند و لازم است که پیش از به کار گرفتن‌شان آن‌ها را کاملاً شکل داد. ممکن است فردی ایده خوبی در ذهن داشته باشد، اما این گروه است که باید جنبه‌های مثبت آن ایده را بیابد و با کمک‌های نوآورانه خود پایه‌ای روی آن بنا کند. همین مشارکت است که مفهومی نوآور را تبدیل به تیمی مبتکر می‌کند و در نتیجه، سبب موفقیت شرکت می‌شود. بنابراین، اولین گام برای پروراندن نوآوری گروه این است که مطمئن شوید نگرش‌مان درست است: اما باید بقیه گروه را تشویق کنیم که به جای رقابت کردن، در مسیر پروراندن آن ایده همکاری کنند.

۲. طوفان فکری مؤثر با درهم شکستن الگوها: روش معمول تولید ایده در گروه این است که همه را در یک مکان گرد هم جمع کنیم و از آن‌ها بخواهیم افکار خود را بنویسند و به یکدیگر بدهند تا قضاوت کنند.

این روش به‌ندرت مؤثر است و معمولاً فهرستی از ایده‌های بی‌ثمر تهیه می‌شود و در نتیجه سردرگمی بسیاری ایجاد می‌کند. طوفان فکری معمولاً به دو دلیل اثربخش نیست. اول اینکه وقتی ایده‌ای به محض پدیدار شدن در ذهن، بیان شود، اعضای گروه می‌آموزند که سکوت کنند و انتقاد نکنند. جلسه‌های طوفان فکری روندی منفی دارد و سازنده نیست. دلیل دوم این است که طوفان فکری سبب می‌شود افراد با همان الگوهای فکری معمول خود بیندیشند. همان‌طور که دکتر چارلز پرتز، نویسنده کتاب راهنمای مدیریت برای پروراندن نوآوری می‌نویسد:

«طوفان فکری معمولاً فقط جعبه ذهن ما را از تمام ایده‌های معمولی خالی می‌کند و طراحی نشده است که الگوهای فکری مان را بشکند.»

۳. ایجاد پنج عنصر اصلی برای گروه‌های مجازی: استخراج ایده‌های مبتکرانه از گروه در یک محل به اندازه کافی دشوار است و در مقیاسی کاملاً متفاوت، بیرون کشیدن ایده از گروه‌های مجازی، چالش است. خانم جیل نیمرو، پژوهشگر دانشگاه صنعتی ایالت کالیفرنیا، پنج عنصر اصلی را شناسایی کرده است که بنا به گفته وی برای گروه‌های مجازی نوآور ضروری هستند: طراحی، آب‌وهوا، منابع، هنجارها و ارزیابی مستمر. بعضی از این عناصر بديهی‌تر از بقیه هستند. در حالی که به نظر می‌رسد ایده‌ها نیاز به منابع دارند تا واقعی شوند و نیز ارزیابی مستمر لازم است تا مطمئن شویم گروه در مسیر صحیح قرار گرفته است، «طراحی» اشاره به فرایندی دارد که طی آن ایده‌های مبتکرانه پدید می‌آید. این فرایند ممکن است بخش‌بخش باشد، طوری که برای هر یک از اعضای گروه وظیفه‌ای خاص تعیین کنند یا تکرار شوند باشد و طی آن اعضای گروه به‌طور منظم تماس بگیرند و پیوسته درباره پیشرفت‌ها و مشکلات گزارش بدهند. نیمرو استدلال می‌کند که برای حمایت موفقیت‌آمیز از نوآوری گروه‌های مجازی، اعضای گروه باید طراحی مناسبی را برای فرایند نوآوری آن‌ها و وظایف‌شان انتخاب کنند.

۴. مدیریت نوآور: کتاب اثر کرم‌شب‌تاب؛ گروهی بسازید که نوآوری‌ها را به ثمر می‌نشانند، نوشته خانم کیمبرلی داگلاس، دنبال کردن ایده را با شکار کرم‌شب‌تاب مقایسه می‌کند. اگرچه این کتاب بر جنبه گروهی شکار کرم‌شب‌تاب تأکید دارد - گروهی از کودکان که هوشمندانه اما با رقابت، برای رسیدن به هدفی خاص با یکدیگر همکاری می‌کنند. او می‌گوید شرکت‌های نوآور نیاز به رهبری جدید دارند، کسی که «محیطی بارور ایجاد کند تا نوآوری پدیدار شود». این امر بیشتر محدود به ایجاد فضایی می‌شود که در آن ایده‌ها را به‌جای

ذخیره کردن، به اشتراک گذاشته می شود و هنگام مواجهه با ایده‌های خوب می‌دانیم که چه کاری انجام بدهیم.

۵. با اعطای پاداش به متفکران نوآور: شاید بهترین راه برای ترغیب تفکر نوآور این است که آشکارا بگوییم به افرادی که ایده‌های خوبی را به اشتراک بگذارند، پاداش خواهیم داد. لازم نیست این پاداش به شکل نقدی باشد. ستودن نیز ممکن است پاداشی خوب باشد. از فردی که ایده‌ای دارد بخواهیم مسئولیت آن را تا پایان برعهده بگیرد، این‌گونه همه افتخارات از آن او خواهد بود. گاهی نیز پاداش دهی اثربخش نیست.

تفکر گروهی و خلاقیت

از آنجا که مدیریت اثربخش در گرو خلاقیت و نوآوری است، مدیریت کردن، فعالیتی بسیار مهیج و گاهی بسیار دشوار می‌نماید. همین که مدیر به طور ذهنی مسائل را تجزیه و تحلیل کرده و اجزای آن را در مختصاتی جدید و بالقوه مولد سامان می‌بخشد و باید ماورای چهارچوب‌های عادی را برای یافتن راه‌حل‌های جدید ببیند، به خلاقیت نیاز دارد. تقریباً تمامی مسائل مدیریتی نتیجه‌ای مطلوب از خلاقیت را طلب می‌کنند. این فراگرد مانند تغییر حالت‌های ذهن است. توماس ادیسون عادت داشت بر روی تختخوابی در آزمایشگاه خود استراحت کند و به تفکر پردازد. گفته می‌شود هنری فورد با خیره شدن بر دیواری سفید در کارگاهش بینش‌های خلاق را جست‌وجو می‌کرد. هر چند تلاش‌های مدیران معمولی در خلاقیت ممکن است به اندازه فورد و ادیسون به طور شگفت‌انگیز بارور نباشد، ولی شناخت خلاقیت در محیط کار و پرورش آن ضرورت دارد. خلاقیت تابع دانش، قدرت تخیل و ارزیابی انسان است. هر چه دانش انسان بیشتر باشد، بالطبع می‌تواند فکرها و در نتیجه الگوها یا ترکیب‌های بیشتری را به دست آورد. ولی صرف داشتن دانش، شکل‌گیری الگوهای جدید را تضمین نمی‌کند. اجزاء و تکه‌های اطلاعاتی باید آمیخته شده و به طرق جدید به هم مرتبط شوند، آنگاه فکرهای نارس ارزیابی شده، به صورت فکرهای کاربردی توسعه یابند. خلاقیت اغلب لطیف بوده و فکرهای بکر به صورت آماده در پیش چشم انسان‌های بی‌دقت ظاهر نمی‌شوند، ولی ترکیب و گسترش پیشرفت‌های غیر منتظره به ظاهر جزئی روزانه، به پیشرفت سازمانی منجر می‌شوند. پیتر دراگر در کتاب نوآوری و کارآفرینی ضمن تشریح نوآوری و کارآفرینی و راهبردهای کارآفرینانه کوشیده است تا بر این نکته تأکید کند که نوآوری و کارآفرینی قواعد به نسبت ساده خود را دارند، و هر دو اکتسابی‌اند. همه انسان‌ها می‌توانند با به کارگیری توانایی‌های ذهنی خود و رفع موانع، خلاق و کارآفرین باشند. (کشاوری، ۱۳۹۲)

بهترین راه‌حل برای داشتن ایده‌های خوب آن است که ایده‌های زیادی داشته باشیم. پس ایده‌پردازی گروهی یعنی جمع‌آوری تعداد زیادی ایده از افراد گروه، در مدت زمانی کوتاه. این روش براساس عادات تفکر خلاق انفرادی پایه‌ریزی شده که شبکه‌ای از تفکر را ایجاد می‌کند و مزیت دیگر آن عدم تصمیم‌گیری سریع در مورد صحت ایده‌ها است و بیشتر تأکید بر کمیت ایده‌ها دارد در این روش افراد علاوه بر پرورش ایده خودشان، دیگران را نیز در بهبود ایده‌شان یاری می‌دهند و یا ایده‌ها را برای رسیدن به ایده‌ای بهتر ترکیب می‌کنند. (آسبورن ۱۹۳۹)

مهارت همکاری در جذب تفکر گروهی

نقش آموزش‌های دوران کودکی در تقویت این مهارت بسیار برجسته است. کودکان طی دوران تحصیل با تلاش انفرادی و رقابت برای انتخاب بهترین نفر به خوبی آشنا می‌شوند، اما برای کسب مهارت همکاری و کار گروهی باید بیاموزند فراتر از توجه به یادگیری و کسب موفقیت خود، به موقعیت دیگران و نتیجه‌ی عملکرد گروه نیز توجه نشان دهند. تقویت مهارت مشارکت و همکاری نتایج مطلوبی را دربر خواهد داشت از قبیل:

- افزایش اعتماد و احترام متقابل
 - شناخت بهتر از دیگران
 - تقویت حس همدلی و نوع دوستی
 - تسهیل فعالیت‌های اجتماعی
 - امکان بروز خلاقیت بیشتر
 - تقویت مهارت‌های ارتباطی
- بدیهی است با توجه به دوسویه بودن رابطه، همان‌گونه که تعامل مناسب‌تری با دیگران خواهیم داشت، از کمک و همکاری مناسب دیگران نیز بهره خواهیم برد. در تعاملات گروهی، علاوه بر تقویت نقاط قوت، تفاوت‌های فردی اعضای گروه باعث می‌شود نقاط ضعف پوشش داده شود و به نوعی جبران می‌شود و کارآیی گروه افزایش یابد. اما باید توجه داشت که همین تفاوت‌های فردی چنانچه خوب مدیریت نشوند، ممکن است مانعی برای پیشبرد کار گروهی باشند.

مهارت کار گروهی خود نیاز به ویژگی‌ها و مهارت‌هایی چون مسئولیت‌پذیری، قانون‌مداری، انعطاف‌پذیری و درجات پایین خودمحموری و قدرت‌طلبی دارد. توجه به نکات زیر می‌تواند ما را در کار گروهی توانمندتر کند:

- وجود هدف یکسان و روشن بسیار مهم است. چنانچه افراد گروه هدف مشخص و واحدی نداشته باشند، کار گروهی دچار مشکل می‌شود. بنابراین اولین گام پس از تشکیل گروه تبیین هدف است.

- باید توجه داشت که نقش‌های اعضای گروه و مسئولیت‌شان روشن باشد. به طوری که هیچ مسئولیتی بی‌مسئول نباشد و از طرفی، وظایف با هم همپوشانی نداشته باشند. اگر در گروه دو نفر برای انجام یک بخش کار با هم وارد رقابت می‌شوند، باید آن را به دو بخش کاملاً مجزا و مشخص تقسیم کنیم و هر یک از افراد با توجه به مهارت و تخصص خود، مسئولیت یک بخش را به عهده بگیرد. بدین ترتیب فضای رقابتی به فضایی مشارکتی تبدیل می‌شود و کار گروهی روند مناسب‌تری پیدا می‌کند. چرا که در بسیاری از مواقع رقابت بین اعضای گروه سبب کند شدن حرکت گروه و ایجاد فضایی نامطبوع می‌شود. باید سعی کرد حس رقابت درون گروهی را به رقابت بین گروه‌ها تبدیل کنیم تا عملکرد گروه بهتر شود.

- وجود حس اعتماد بین اعضای گروه عامل مهمی در موفقیت گروه و ایجاد احساس مثبت در افراد است. برای ایجاد و افزایش حس اعتماد، شرکت در جلسات منظم برای آشنایی اعضا با دیدگاه‌ها و نقطه نظرات یکدیگر سودمند خواهد بود. شرکت در جلسات فرصتی خواهد بود تا همراه با حس اعتماد، انعطاف‌پذیری بیشتری در افراد گروه ایجاد شود و به خلاقیت گروهی نیز کمک خواهد کرد. علاوه بر شرکت در جلسات کاری، این که گروه ساعاتی را در فضای غیر رسمی‌تر با هم بگذرانند به بهبود روابط بین فردی و افزایش همکاری کمک خواهد کرد. مثلاً هفته‌ای یک روز افراد گروه برنامه‌ی ناهار دسته‌جمعی داشته باشند.

- برای ارتقای روحیه‌ی کار گروهی باید همه‌ی اعضای گروه به نحوی در تصمیم‌گیری‌ها دخیل باشند تا احساس تعلق بیشتری به گروه و عملکرد آن پیدا شود. باید سعی کنیم اگر عضوی از گروه در وظایف محوله‌اش موفق نیست، به او کمک کنیم. وقتی احساس تعلق به گروه داشته باشیم، نقطه ضعف‌های یک عضو فقط به او مربوط نمی‌شود و همه اعضای گروه باید به نحوی که وی رنجیده نشود به او کمک کنند. گاه نیز می‌توان با در نظر گرفتن توانایی‌ها و محدودیت‌های افراد، نقش‌های محوله‌شان را تغییر داد و وظایف‌شان را سبک‌تر یا سنگین‌تر کرد.

- نکته‌ی مهم در کار گروهی پذیرش قوانین گروه و نقش‌ها است. معمولاً در کارهای گروهی تعدادی از اعضا نقش رهبری یا مدیریت را به عهده دارند که باید با توجه به وظایفی که برای مدیر گروه تعیین شده، تابع وی بود. یکی از مشکلاتی که در کارهای گروهی با آن برخورد می‌کنیم، برخورد سلیقه‌ای با قوانین گروه است. باید توجه کنیم که وقتی کار گروهی و مشارکتی انجام می‌دهیم، همان‌گونه که مسئولیت‌ها و وظایف - مان کمتر خواهد بود، همان‌قدر نیز از قدرت اعمال سلیقه و نظرات شخصی مان کاسته خواهد شد. معمولاً وقتی در کار گروهی مشکل ایجاد می‌شود که فرد یا افرادی در گروه پذیرای محدودیت‌های ناشی از کار گروهی نیستند. تقویت حس مشارکت و سایر مهارت‌های ارتباطی و تفکر و توجه به منافع کلی گروه می‌تواند به ما کمک کند تا پذیرش مناسبی برای وظایف و محدودیت‌های آن در گروه داشته باشیم. (مه‌دوی، ۱۳۸۸)

دلایل عدم موفقیت در کار و تفکر گروهی

وقتی به موفقیت طرح‌های پژوهشی، تولیدی یا تبلیغاتی و یا حتی موفقیت کار گروه‌ها می‌نگریم قطعاً یکی از مواردی که می‌تواند مسبب این توفیق باشد، کار گروهی و هماهنگی است ولی متأسفانه طبق چیزی که در جامعه هویداست، شاهد ضعف افراد در شرکت در کارهای گروهی و تیمی هستیم و افراد جامعه بیشتر تمایل به فردگرایی دارند تا جمع‌گرایی. عدم تمایل به روحیه‌ی جمعی در مقابل تمایل به فردگرایی و همچنین شکست در کارهای گروهی می‌تواند دلایل متعددی داشته باشد که فقط به چندین مورد اشاره می‌کنیم:

۱. شکست در کارهای گروهی و تیمی قلبی و ایجاد بدبینی در فرد.
۲. عدم توانایی فرد در ارتباط با سایر افراد گروه.
۳. عدم توانایی فرد در رفع اختلاف نظرها و کنار آمدن و رسیدن به نتیجه واحد در کار گروهی.
۴. لجبازی و یکدنده بودن یکی از طرفین و اصرار بر نظر و رای خود.
۵. عدم اعتماد کافی بین اعضای گروه.
۶. تخصصی نبودن گروه و انتخاب افراد و مسئولیت‌ها بر اساس معیارهای غیرمعمول و غیر مورد نیاز.
۷. مبهم و ناشناخته بودن اهداف گروه.
۸. نداشتن استراتژی واحد و تعویض و شکست پی‌درپی تاکتیک‌ها در جهت نیل به اهداف.
۹. نداشتن طرح و برنامه بلندمدت و کوتاه مدت.
۱۰. عدم وجود نقد درون‌گفتمانی و آسیب‌شناسی و بررسی نقاط ضعف و قوت.

۱۱. هدفمند نبودن زیر مجموعه‌ها و زیر گروه‌های مجموعه اصلی.
۱۲. مغرور شدن اعضای گروه به موفقیت‌ها و دست کم گرفتن چالش‌های پیش‌رو.
۱۳. عدم توزیع صحیح مسئولیت‌ها براساس توانایی‌ها.
۱۴. عدم توزیع صحیح کارها بین افراد گروه.
۱۵. عدم توانایی رهبر و سرپرست گروه در نگهداری افراد قبلی و جذب افراد جدید.
۱۶. نبودن تنوع و روابط عاطفی و قلبی و روانی بین اعضا.
۱۷. هماهنگ نبودن اهداف افراد در هنگام گرد هم آمدن و تشکیل گروه.
۱۸. خودسری افراد و عدم مسئولیت‌پذیری و زیر کار در رفتن.
۱۹. ضعف‌های مدیریتی رهبر و سرپرست گروه از جمله: عدم داشتن شخصیتی کاریزماتیک، نداشتن تخصص، داشتن مشکلات اخلاقی، مشورت نکردن با سایر افراد و ...

بحث و نتیجه‌گیری

فرهنگ یک جامعه می‌تواند موجبات تقویت بنیان‌های کارآفرینانه را فراهم ساخته و بستر مناسب و مساعد را برای رشد و توسعه کارآفرینی به ویژه در سازمان‌ها به وجود آورد. از سوی دیگر کارآفرینی از طریق تحرک بخشیدن به جامعه و ایجاد زمینه‌های توسعه همه جانبه باعث رشد و ارتقای ارزش‌های اجتماعی شده و با تولید ثروت، امکان سرمایه‌گذاری بیشتر در تمام ابعاد از جمله امور فرهنگی را میسر می‌سازد. بدیهی است که برای نفوذ فرهنگ کارآفرینی در عمق جامعه، باید تمام خرده فرهنگ‌های مرتبط یعنی: فرهنگ کار، فرهنگ مشارکت و کارگروهی، فرهنگ خلاقیت و نوآوری، فرهنگ سرمایه کاری به ویژه سرمایه‌گذاری خطرپذیر، فرهنگ جسارت‌پروری و خطرپذیری در جامعه شکل گیرد (گلستان هاشمی، ۱۳۸۲). از سوی دیگر همان‌طور که فرهنگ جامعه بر فرآیندها و پدیده‌های کارآفرینی تاثیر دارد به طور متقابل کارآفرینی نیز دارای نقش تعیین کننده‌ای بر فرهنگ جامعه می‌باشد و اصولاً کارآفرینی یکی از عوامل اصلی فرهنگ‌سازی محسوب می‌گردد.

یکی از آسیب‌های فرهنگی که در کشور ما وجود دارد ضعف انجام امور به صورت جمعی و گروهی است. اگر اندکی تأمل کنیم متوجه این ضعف در بین اکثر آحاد جامعه می‌شویم که در آنها بسیاری از امور توسط یک نفر انجام می‌گردد؛ حتی از نظرات و تجارب دیگران نیز در مرتبه مشاوره هم بهره گرفته نمی‌شود.

این خود باعث تحلیل قوا و هدر رفتن زمان فرد و اجتماع می‌شود و بسیاری امور مجدداً تجربه شده و وحدت و یکپارچگی جامعه صدمه خواهد دید. ناگفته نماند که نقش مدیریت در این مرحله بسیار چشم‌گیر و اثرگذار خواهد بود. وظیفه هر عضو از تیم، انجام وظیفه ترسیم شده فردی خود به نحو احسن و اکمل در گروه از یک-سو و پیشبرد اهداف گروه و نیل به آن از سوی دیگر است. افراد گروه باید با روحیه انتقادپذیر و مسئولیت‌پذیری و اعتماد و تعهد خود، تیم را در مسیر موفقیت و رسیدن به اهداف یاری دهند. فراموش نکنیم که در کار گروهی به جای عیب‌جویی باید چاره‌جویی کرد؛ زیرا در نهایت، تیمی موفق خواهد بود که تک-تک افراد منافع گروه را بر منافع شخصی خود ترجیح دهند. در پایان امیدواریم خداوند توفیق همکاری‌های گروهی را نصیب همه ما بگرداند بتوانیم در زمینه فرهنگ‌سازی کار و تفکر گروهی و مشارکتی گام‌های بلند و مثمرتری را برداریم چرا که رهبر معظم انقلاب در بیانات خود فرمودند: چرا فرهنگ کار جمعی در جامعه‌ی ما ضعیف است؟ این یک آسیب است. با اینکه کار جمعی را غربی‌ها به اسم خودشان ثبت کرده‌اند، اما اسلام خیلی قبل از اینها گفته است: «تعاونوا علی البرّ و التّقوی»، یا: «واعتصموا بحبل اللّٰه جمیعاً». یعنی حتی اعتصام به حبل‌الله هم باید دسته‌جمعی باشد؛ «و لا تفرّقوا»

منابع

۱. قربان لک، محمد، ۱۳۹۱، مقاله: بررسی تأثیر متغیرهای سازمانی بر کارآفرینی سازمانی و عملکرد سازمانی / مطالعه موردی: سازمان جهاد کشاورزی استان لرستان
۲. حاج‌محمدیاری، رقیه، ۱۳۹۱، فرهنگ کار گروهی در سنت‌های گفتاری و رفتاری، چاپ اول، تهران، انتشارات سروش، واحد فرهنگ مردم مرکز تحقیقات صدا و سیما
۳. مهدوی، نیلوفر، ۱۳۸۸، مهارت‌های زندگی، چاپ دوم، تهران، انتشارات قطره
۴. کارشناسان حوزه، ۱۳۸۸، مقاله: کار گروهی؛ ضرورت‌ها و مزیت‌ها، مجله پگاه حوزه، شماره ۲۷۴
۵. حسینیان، زهرا، ۱۳۹۲، مقاله: تفکر نوآور برای گروه‌ها <http://www.geekpreneur.com>
۶. دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان همدان، ۱۳۹۰، جزوه آموزشی روش‌ها و فنون حل مسئله
۷. دراکر، پیترو، ۱۳۹۰، نوآوری و کارآفرینی، ترجمه علی حسن کشاورزی، انتشارات سمت

۸. گلستان هاشمی، سیدمهدی، ۱۳۹۲، مقدمه‌ای بر علم خلاقیت‌شناسی، جهاد دانشگاهی واحد صنعتی اصفهان
۹. ماهوشی، افشین، ۱۳۹۲، مبانی فرهنگ کارآفرینی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
۱۰. کار گروهی شروع کارآفرینی، ۱۳۸۲، روزنامه اعتماد، شماره ۴۰۷
۱۱. ماهوشی، افشین، مقاله: توسعه فرهنگ خلاقیت مشارکتی در سازمان‌ها برگرفته از وبلاگ علم خلاقیت‌شناسی؛ علم خلاقیت و نوآوری

12. www.Fekreno.org (سایت فکر نو)

13. www.hoviatema.ir