انتشارات موجک

مدیریت تحول

تالیف : پروفسور اولاف پَسنهیم
ترجمه : سیامک پزشکی فر

بسم الله الرحمن الرحيم

١٤١٤

مدیریت تحول

نویسنده :

پروفسور اولاف پَسنهیم

ترجمه :

سیامک پزشکی‌فر

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

انتشارات موجک

سرشناسه : پاسنهایم، اولاف
Passenheim, Olaf
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت تحول / ترجمه: سیامک پزشکی‌فر.
مشخصات نشر : تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری : ۵۹ ص.؛ وزیری.
شابک : ۵-۷۸-۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸ ، ۱۵۰۰۰۰ ریال.
وضعیت فهرست نویسی : فیپا
یادداشت : عنوان اصلی: Change Management, 2010
یادداشت : کتاب حاضر نخستین بار تحت عنوان "مدیریت تغییر" با ترجمه‌ی علی هزاوه، مائده هزاوه توسط انتشارات نورا در سال ۱۳۹۳ منتشر شده است.
عنوان دیگر : مدیریت تغییر.
موضوع : تحول سازمانی – مدیریت
موضوع : Organizational change - Management
شناسه افزوده : پزشکی‌فر، سیامک، ۱۳۶۱ -
رده بندی کنگره : ۱۳۹۵ ۴ م ۲ پ / ۸ / ۵۸ HD
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۰۶
شماره کتابشناسی ملی : ۴۳۰۸۱۹۸

انتشارات موجک
مدیر مسئول : دکتر مجید رستمی بشمنی
تلفن مرکز پخش : ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳
Email : mojakpublication@yahoo.com
Web : www.mojak.ir

عنوان : مدیریت تحول
تالیف : پروفسور اولاف پَسنهیم
ترجمه : سیامک پزشکی‌فر
طراح جلد : سیده زهرا روشنایی
مشخصات ظاهری : ۵۹ صفحه، قطع وزیری
چاپ اول : تابستان ۱۳۹۵
تیراژ : ۱۰۰۰ جلد – قیمت : ۱۵۰۰۰۰ ریال
شابک : ۵-۷۸-۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸
حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

عنوان **صفحه**

پیشگفتار ۱

مدیریت تحول ۳

فصل اول: مدیریت تحول ۵

۱-۱ مقدمه ۵

۱-۲ دلایل تحول ۶

۱-۳ مبدا و منشا مدیریت تحول ۸

فصل دوم: مفاهیم در مدیریت تحول ۱۳

۲-۱ تئوری تحول لوین ۱۳

۲-۲ تحولات کارآمد در سیستم انسانی از دیدگاه چین و بنه ۱۳

۲-۲-۱ رویکرد تجربی – منطقی ۱۳

۲-۲-۲ رویکرد قدرت قهریه ۱۴

۲-۳ مراحل تغییر برنامه‌ریزی شده بالوک و باتن ۱۵

۲-۳-۱ مراحل تکاملی مدل بالوک و باتن ۱۵

۲-۴ قانون تغییر بکهارد و هریس ۱۶

۲-۵ مدل ۵-۷ ..... ۱۷

فصل سوم: فرایند تحول ۱۹
۳-۱ آغاز یک تحول بالا به پایین ۱۹
۳-۲ آغاز یک تحول پایین به بالا ۲۱
۳-۳ مسئولیت مدیریت تحول ۲۳
۳-۴ فرایند مدیریت تحول ۲۴
۳-۴-۱ خروج از انجماد ۲۶
۳-۴-۲ انتقال (تحول) ۲۷
۳-۴-۳ انجماد مجدد ۲۸
۳-۵ برخورد با تغییرات ۲۹
۳-۶ اسکوپ یا قلمرو ۳۱

فصل چهارم: پروژه‌های مدیریت تحول ۳۵
۴-۱ عوامل داخلی و خارجی ۳۵
۴-۱-۱ عوامل خارجی ۳۵
۴-۱-۲ عوامل داخلی ۳۶
۴-۱-۳ برون سپاری ۳۶
۴-۱-۴ مشکلات مالی ۳۷
۴-۱-۵ معضلات مربوط به کارمندان ۳۷
۴-۱-۶ معضلات ناشی از فرهنگ کاری ۳۸
۴-۲ رویکردها و استراتژی‌های تغییر و تحول ۳۹
۴-۲-۱ استراتژی‌های آمرانه و دستوری ۳۹
۴-۲-۲ استراتژی‌های تخصصی ۳۹
۴-۲-۳ استراتژی‌های گفتگو و مذاکره ۴۰
۴-۲-۴ استراتژی‌های آموزشی ۴۰

۴-۲-۵ استراتژی‌های مشارکتی ۴۰
۴-۳ نمونه‌هایی از پروژه‌های مدیریت تحول نافرجام ۴۳
۴-۴ مشکلات و معضلات فراروی پروژه مدیریت تحول ۴۶
۴-۴-۱ نبود تجزیه و تحلیل استراتژیک و عملکردی چالش ۴۶
۴-۴-۲ نداشتن آگاهی کافی از مشکل ۴۷
۴-۴-۳ ارتباط ناکافی ۴۸
۴-۴-۴ سبک و روش نادرست ۴۸
۴-۴-۵ مدیریت ناکارآمد و غیر حرفه‌ای افراد ذی‌نفع ۴۹
۴-۴-۶ شتاب و میزان کار ۵۰
۴-۴-۷ کاربرد غیر ماهرانه روش‌ها در فرایند تحول ۵۱
۴-۴-۸ فقدان و عدم کنترل ۵۱
۴-۴-۹ کنترل و نظارت بر نتایج ۵۲
۴-۵ تبدیل تحول به موفقیت ۵۲
۴-۵-۱ ایجاد یک پرونده کسب و کار (شغلی) ۵۲
۴-۵-۲ تعیین آمادگی سازمانی ۵۳
۴-۵-۳ افراد بیشتر – ارتباطات گسترده‌تر ۵۴
۴-۵-۴ درگیر نمودن سهامداران ۵۵
۴-۵-۵ مروری بر تغییر (تحول) ۵۶

فصل پنجم: نتیجه گیری ۵۷
جعبه ابزار C۴ در مدیریت تحول ۵۷

پیشگفتار

تغییر و تحول و بروز شرایط غیر منتظره از اجزاء لاینفک دنیای کنونی و قرن حاضر است که شرکت و سازمان‌ها به صورت روزمره با آن مواجه هستند، رقابت سنگین و فشرده، رویکردهای منابع انسانی، رشد و توسعه سرسام آور تکنولوژی و مصرف گرایی و از طرفی ظهور و بروز پدیده‌اینترنت، نرخ تبادل اطلاعات بصورت کاملا بی‌سابقه و گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی از جمله موضوعاتی است که شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ برای بقاء و رقابت با آنها در تقابل هستند و سازمان‌هایی که نسبت به تغییرات واکنش و عکس العمل مناسب نداشته باشند قطعا محکوم به فنا و نابودی هستند.

توجه به مقوله تغییر و تحول و لزوم برنامه‌ریزی مناسب برای رویارویی و برخورد سنجیده نکته و رمز بقاء سازمان‌هاست که تحت عنوان مدیریت تغییر مطرح می‌گردد، سازمان‌ها در جریان رقابت پیچیده سه رویکرد متفاوت را در پیش می‌گیرند که در حقیقت نوع عملکرد آنها تعیین کننده شرایط و جایگاه آنها در این کارزار بزرگ است، دسته اول شرکت‌هایی هستند که هیچ برنامه‌ایی برای مواجه با تغییرات ندارند و با مسائل و مشکلات دست به گریبان هستند و معمولا در جریان مبارزه بزرگ حذف و نابود می‌شوند در حقیقت آنها همچون تکه چوبی در دریای پرتلاطم هستند که ضربات سنگین امواج بصورت مداوم بر پیکره آنها نواخته می‌شود در آخر شیرازه آنها را از هم خواهد گسست، دسته دوم شرکت و سازمان‌هایی هستند که پی به اهمیت مقوله تغییر و تحولات برده‌اند و برنامه‌ریزی مناسبی برای شناسایی آنها و واکنش مناسب دارند ولیکن فاقد توانایی و توانمندی ایجاد تغییر و تحول هستند، این شرکت‌ها به محض بروز تغییرات، نسبت به آن واکنش نشان داده و سعی در ایجاد سازگاری و همنوایی با آن دارند که از آنها به عنوان دنباله روها تعبیر می‌شود، دسته سوم سازمان و شرکت‌هایی هستند که منتظر تغییر و تحولات نیستند، در فلسفه‌ایی اعتقادی آنها چیزی به نام سازگاری با تغییرات مفهومی ندارد بلکه آنها معتقداند که بواسطه خلاقیت،

نوآوری و توانمندی موجود مبتنی بر منابع انسانی کارآمد و متخصص امواج و جریان‌های تغییر را سازمان دهی و مدیریت می‌کنند و در حقیقت آنها پیشتازان عرصه بازار هستند و تحولات بازار در اثر فعالیت‌های آنهاست.

بی‌توجهی به مقوله تغییر و فقدان برنامه مناسب عملیاتی برای مواجه با تغییرات از یک طرف و نداشتن توان تخصصی و کارشناسی برای سعی و تلاش در عرصه کنونی رقابت، همچون ورود به میدان کارزار و مبارزه بدن ابزار و پشتیبانی مناسب است که سرنوشتی جز نابودی و خسارت سنگین و غیر قابل جبران را به همراه نخواهد داشت.

سیامک پزشکی‌فر

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

تابستان ۱۳۹۵

Change Management

Author:Prof.Dr.Olaf Passenheim

Translation: Siamak Pezeshkifar

ISBN: 978-600-8307-78-5

9 786008 307785

انتشارات موجک