

کتاب جیبی
مدیریت تغییر

نویسنده : Neil Russell- Jones

مترجم : رضا مومن خانی

طراحی : Phil Hailstone

Russell - Jones, Neil

راسل - جونز، نیل

مديریت تغییر / نویسنده نیل راسل جونز؛ مترجم رضا موسی خانی. —
تهران: انتشارات ایران، ۱۳۸۲.

۱۱۰ ص.؛ تصویر ۲۱.۱×۱۷.۰ س.م.

ISBN 964-8068-70-4

۷۰۰۰ ریال

فهرست‌ویسی بر اساس اطلاعات فیا.

The managing change pocket book.

عنوان اصلی:

این کتاب با عنوان «کلیدهای مدیریت تغییر» توسط جردون و ما همین
عنوان توسط آدینه با مترجمین مختلف ارسال ۱۳۸۲ منتشر شده است.

۱. تحول سازمانی — مدیریت — مدیریت — نوآوری، اندیشه‌ها

خانی، رضا؛ مترجم. — انتشارات ایران، ج. عنوان. — عنوان: کلیدهای

مدیریت تغییر.

۶۵۸ / ۲۰۶

ک ۸ / ۲۰۶ / ۵۵۸ / ۸ HD

۶۸۲-۲۰۰۱۳

ب ۱۳۸۲ کتابخانه ملی ایران



انتشارات انتشارات ایران

مديریت تغییر

نویسنده: نیل راسل جونز

مترجم: رضا موسی خانی

تهران: ۷۰۰۰ جلد / چاپ اول ۱۳۸۵

شابک: ۹۶۴-۸۰۶۸-۷۰-۴

اومند ۷۰۰ تومان

کلیه حقوق قانونی و شرعی برای ناشر محفوظ است

میرداماد، خیابان شهید حصار، پلاک ۳۲، تلفن ۲۲۲۵۳۰۷۸

مقدمه مترجم :

بی تردید با ارزش ترین منبع در اختیار هر مدیری همواره زمان بوده است و به نظر می رسد که اهمیت این منبع روز به روز بیشتر و بیشتر می شود. تغییرات پی در پی محیط کسب و کار در سطح خرد و کلان با حضور پدیده های جهانی سازی (Globalization) و نیز ICT، تقاضای بزرگی برای وقت و زمان در اختیار مدیران بوجود آورده است.

از طرف دیگر جهت گیری در قبال این تحولات نیازمند کسب دانش و اطلاعات متناسب در حوزه مربوطه است. هر چه دانش مدیر از مسائل روز مدیریت بیشتر باشد، احتمال بهره گیری از فرصتهای دنیای کسب و کار نیز برای او بیشتر است.

به راستی چه باید کرد ؟ از سویی نیاز مدیر امروز به استفاده از ابزارهای آموزشی و تحصیل دانش حوزه های مختلف کسب و کار پیوسته بیشتر می شود و از طرف دیگر زمان در اختیار او روز به روز محدودتر می گردد.

در واقع انتخاب مجموعه "کتابهای جیبی مدیران" به منظور پاسخ گویی به این دو نیاز هر چند متناقض فوق بوده است. در این مجموعه ترکیب مناسبی از مباحث تئوریک و پیشنهادات عملی به زبانی ساده و به دور از جزئیات، در حد نیاز مدیران امروز کسب و کار گردآوری شده است. بدین صورت، کتاب، تنها به ارائه ترفند و راه حل نپرداخته است بلکه با آموزش ادبیات موضوع، راه بروز خلاقیت و بسوی سازی مطالب را فراهم آورده و برای کمک به این امر و نیز خلاصه نمودن مفاهیم از طراحیهایی ساده و بدیع ولی پر معنی بهره گرفته است.

به هر تقدیر، این مجموعه با این هیأت و شکل آماده نشد، مگر به حمایت و پشتیبانی اساتید و دوستانی که ارزش راهنماییها و کمکهایشان به هیچ وجه از ترجمه خود این کتاب کمتر نبوده است. لذا لازم می دانم از جناب آقای دکتر وفا غفاریان استاد گرانقدر و عزیز و جناب آقای بهروز بهزاد نیری استاد و همکار گرامیم بخاطر راهنماییهای ارزشمندشان و دوست عزیزم جناب آقای سپاسک آدم پور که اسباب آشنایی مرا با این مجموعه فراهم آورد و همینطور جناب آقای کوروش خاقانی مدیریت محترم انتشارات ایزدیران و سایر همکاران واحد انتشارات خصوصاً سرکار خانم سمیرا توکلی که زحمت همکاری با اینجانب را به خود هموار نمودند، کمال تشکر و قدردانی را بنمایند.

امید که این مجموعه گام کوچکی باشد برای ایوانی آبادتر.

فهرست مطالب

تغییر را اعمال کنید ۶۹



گامهای اصلی (تجزیه و تحلیل ، طراحی ، برنامه ریزی ، پیاده سازی) ، یک رویکرد تیمی به مدیریت تغییر، شیوه مواجهه با مقاومت (در برابر تغییر)

اطلاع رسانی ۹۳



۵- (W) برای اجتناب از سوء تفاهم

سخن آخر ۱۰۱



چگونه SMART و نه STUPID باشیم، ترفندها، برای مطالعه بیشتر

معرفی ۱



چگونه با تغییر رویرو شویم. این کتاب به دنبال چه دستاوردی است

تغییر چیست؟ ۳



تعاریف، تغییر تدریجی، عواملی که موجب تغییر می شوند، چرا سازمانها تغییر می کنند- مثالها

آماده سازی ۲۱



تعهد، جایگاه سازی، نقطه نظر افراد آگاه، اصل "Success"، موانع، فرهنگ، شیوه مواجهه با پاسخهای مثبت و منفی، آمادگی سازمانی، مطالعات موردی



داینامیسور نباشید ...

تغییر و تحول با ماست و همیشه نیز همراه ما خواهد بود . تنها دو شیوه برای مواجهه با آن وجود دارد :

• واکنشی (Reactively) : تنها در صورت اجبار به تغییر پاسخ داده شود (واکنش نشان دهیم) که البته معمولاً بسیار دیر است.

• پیشگیرانه (Proactively) : با برنامه ریزی (آمادگی تغییر را در خود ایجاد کنیم- مترجم) و تلاش برای همگامی با آن. بدین صورت حتی اگر همیشه یک قدم از آن جلوتر نباشید تا لاف‌ل پا به پای آن پیش می روید.

البته انتخاب سومی هم وجود دارد . می توان تغییر را ناهیده گرفت و امیدوار بود که بی سروصدا از کنار شما بگذرد. داینامیسورها، دودو (برنده بزرگی که نمی توانست پرواز کند و نسل آن منقرض شد- مترجم) و نیز بسیاری از شرکتهایی که نتوانستند نوشته های روی دیوار- علائم محیطی (مترجم)- را بخوانند، (برای مثال تولید کنندگان انگلیسی موتورسیکلت که در هجوم شرکتهای ژاپنی به کام آنها فرو رفتند) همگی این گزینه را انتخاب کرده بودند.

تغییر و تحول باید بدرستی مدیریت شود، در غیر اینصورت باعث از بین رفتن کل دارایی شما می گردد (برای مثال GEC تصمیم گرفت تا با تملک پر مخاطره یک کسب و کار، از یک شرکت تولید کننده به یک شرکت Telecom تبدیل شود - و برای آغاز یک حرکت خوب نام مارکونی را برای خود برگزید - ولی با رکود بازار Telecom مواجه گردید و در نتیجه آن یک سازمان بسیار موفق بکلی نابود شد).



چرا مطالعه این کتاب را توصیه می کنیم ؟

مدیریت و بعضاً فهم تغییر و برنامه های تحول، دشوار و پیچیده است.

هدف این کتاب معرفی عناصر کلیدی فرآیند تغییر و توصیف مشکلات، دامها و راه حلهای موجود برای مقابله و کمک به افراد درگیر در این فرآیند است. با این توضیح شما می توانید به عنوان یک خواننده فعال یا فردی که صرفاً می خواهد اطلاعات بیشتری در مورد آن داشته باشد، از این کتاب استفاده کنید.

خواندن این کتاب شما را به یک متخصص در امور تحول سازمانی تبدیل نمی کند ولی- امید آن داریم تا- درک مناسبی از اصول آن ایجاد نموده و شما را با فرآیند تغییر آشنا سازد.