

۲۰۶۸۲۵۹

به نام خدا

عصر چاپکی

چگونه شرکت های هوشمند، روش انجام کار را تغییر می دهند

نویسنده
اسعد بن نینگ

مترجم
مرتضی شانی



شرکت چاپ و نشر بازگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۷

سرشناسه:

عنوان و نام پدیدآور:

مشخصات نشر:

مشخصات ظاهری:

شابک:

عنوان اصلی:

موضوع:

موضوع:

شناسه افزوده:

وضعیت فهرست نویسی:

شماره کتاب، نامی ملی:

رده بندی دی:

رده بندی:

دیننگ، استفان

عصر چابکی: چگونه شرکت های هوشمند، روش انجام کار را تغییر می دهند.

نویسنده: استفان دیننگ، مترجم: مرتضی شانی

تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸.

ص ۳۰۳

۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۶۸۱-۸

The age of agile : how smart companies are transforming the way work gets done , [2018]

کارآمدی سازمانی [Organizational effectiveness]

تحول سازمانی [Organizational change]

شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

فیبا

۵۶۱۸۷۰۴

۶۵۸/۴۰۶۳

HD۵۸/۹/۵۹۶۱۳۹۸



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

عصر چابکی: چگونه شرکت های هوشمند روش انجام کار را تغییر می دهند

نویسنده: استفان دیننگ

مترجم: مرتضی شانی

صفحه آرا: سیده سمانه حسن زاده

طراح جلد: مهدی لاری

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۷

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۳۹,۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۶۸۱-۸

« کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است. »

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتراز بلوار کشاورز، نبش کوچه همدان،

شماره ۱۲۰۴ | تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۳۹۳۲۹

ایمیل: info@cpcp.ir

WWW.CPCP.ir



گفتار مترجم

کتاب حاضر در فوریه ۲۰۱۸ در آمریکا منتشر شد و حاوی آخرین مطالب روزآمد در علم مدیریت سازمانهای اقتصادی فعال، است. این کتاب پس از پدیده جهانی سازی، به تبع شرایط متحول جامع، سرفصلهای دروس مدیریت سنتی دهه های پیشین را درنور دیده و درنهایت با تکیه بر کاملاً جدید و بدیع در اندک زمان کوتاه، مورد استقبال بی نظیر مراکز علمی ستبر جهان واقع شده است. در این کتاب دو تئوری کاملاً متضاد راجع به مدیریت سازمانهای اقتصادی در مقابل هم قرار گرفته و به تمام زوایای تأثیرگذار آنها دقت شده است. چکیده این تئوری های مخالف، عبارت است از:

الف) تئوری پیشینه کردن ارزش سهام دار

هر کسب و کار برای به دست آوردن سود (پول) تشکیل می شود و هدف مدیریت هر سازمان، باید متمرکز بر ایجاد پول بیش تر برای سهام داران شود. سازمان مورد نیاز برای تحقق این ذهنیت، به اجبار دارای بوروکراسی سنتی مدیریت و سلسله مراتب و احکام دستوری از بالا به پایین است.

ب) تئوری چابکی

در عصر اینترنت اشیا، قدرت در سطح بازار از فروشنده سلب و در اختیار خریدار (مشتری) قرار گرفته است، در چنین شرایط پرتحول رقابتی در بازار، هر کسب و کار، بایستی با ذهنیت تولید کالا، خدمات نوآورانه و تحویل به موقع به مشتری چنان شکل گیرد، که به تکرار، خشنودی مشتری را فراهم آورد. سازمان مورد نیاز برای تحقق این

ذهنیت سازمانی، تشکیل تیم‌های کوچک آموزش دیده چابکی خودگردان است که تحت آراستگی خاص برای خشنود ساختن مشتری، آگاهانه و هدفمند با هم کار می‌کنند.

در جریان تحلیل و مقایسه معایب مدیریت سنتی با مزیت‌های بلندمدت رویکرد مدیریت چابکی، معانی پاره‌ای از احکام و واژه‌های رایج در تعاریف سازمان‌های اقتصادی سنتی، از بیخ‌وبین کنار گذاشته شده یا در تعمیم‌تئوری جدید، معانی خاص پیدا کرده است. برای نمونه، معنی واژه رایج «ارزش» در این کتاب با آنچه معمولاً در محاوره عادی به ذهن متبادر می‌شود، فرق دارد. این کلمه در حوزه‌های کاربردی، پول، اجتهاد و روانی به معنی ارزشیدن، ارزشمندبودن، ... است؛ ولی در کتاب حاضر به معنی «سرکاف سال‌های اخیر از یک سو و انتقال قدرت از کنش‌گرفروشنده به دانش‌گرفروشنده» از سوی دیگر، معنای به مراتب گسترده‌تر پیدا کرده و در قالب تازه، به صورت «ارزش = ارزش سهام‌دار = منافع سهام‌دار» جوابگوی مفروضات مدیریت تازه درآمده است. دوره‌های جدید این کتاب، که عمر آن بیش از چند سال نمی‌گذرد، ثقل علمی و استراتژی اصلی را در میدان عمل و واقعیت‌های روز ایالات متحده محک‌زده و اینک به تنهاتئوری زیادت‌بخش سازمان‌های سنتی در جهان متحول فعلی، تبدیل شده است. در کتاب حاضر، کلیه مباحث براساس ادراک جدید از فلسفه وجودی سازمان با تعاریف جدید، موازنه می‌شود. نظر به این‌که بدون آشنایی با تعاریف جاری واژه‌ها، احتمال درک نادرست، فصل‌های کتاب چابکی تا حدودی ثقیل است؛ بدین‌روی شرح مختصر این واژه‌ها در شرح کتاب آورده می‌شود تا علاقه‌مندان علم جدید مدیریت، با این واژه‌ها آشنایی لازم پیدا کنند.

فهرست مطالب

۳	گفتار مترجم
۵	لیست واژه‌های پرکاربرد کتاب (مربوط به چابکی (مربوط به ساختن برحسب الفبای انگلیسی)
۱۵	مقدمه
	بخش اول: مدیریت چابکی
۲۹	فصل اول: ارزش زیاد از کار کم
۵۷	فصل دوم: قانون تیم کوچک
۸۳	فصل سوم: قانون مشتری
۱۱۷	فصل چهارم: قانون شبکه
۱۳۹	فصل پنجم: اجرای چابکی در مقیاس: مایکروسافت
۱۴۳	بین هم‌سوسازی و خودگردانی توازن درست ایجاد کنید
۱۴۴	برای ابقای نقش مدیر چابکی کسب مهارت کنید
۱۴۵	وابستگی‌ها را در سطح تیم اداره کنید
۱۴۶	یکپارچگی مستمر (مداوم) تأمین کنید
۱۴۸	بدهی فنی را مهم شمارید
۱۴۸	پیاده‌سازی توسعه و عملیات (DevOps) و تحویل مستمر (مداوم)

۱۵۰	به طور مستمر پیشرفت را نظارت کنید
۱۵۰	به خواسته های مشتری گوش کن؛ اما نیازهای آن ها را تأمین کن
۱۵۱	مقابلۀ با دستورالعمل ها از بالا
۱۵۲	تیم های خودگردان برای تشویق مالکیت تیم به کار ببرید
۱۵۲	بشناسید که تیم محصول است
۱۵۳	کیفیت را از ابتدا بسازید
۱۵۴	از مریگری محتاطانه استفاده کنید
۱۵۴	کتاب ادایینان از پشتیبانی سطح بالا

۱۵۷	فصل ششم: از ملیات به چابکی استراتژیک
۱۶۱	اصول چابکی استراتژیک
۱۶۱	محصول جانبی چابک عملیاتی
۱۶۵	گزاره های ارزش معطوف به بازار
۱۶۷	چهار جزء یک گزاره ارزش معطوف به بازار
۱۶۹	رویکرد
۱۷۲	مزیت ها برحسب هزینه (برای هردو: مشتری و تولیدکننده)
۱۷۳	رقبا و جایگزین ها
۱۷۵	به تکرار ادامه دهید

۱۷۹	فصل هفتم: تغییر فرهنگ سازمانی
-----	-------------------------------

۲۰۱	بخش دوم: دام های مدیریت
۲۰۵	فصل هشتم: تله ارزش سهام دار
۲۱۳	تنویری پیشینه کردن ارزش سهام دار را می توان چنین خلاصه کرد:

۲۳۵	فصل نهم: دام بازخرید سهام
۲۴۲	چالش برای سیاست گذاران عمومی
۲۴۳	چالش برای رهبران چابک در معامله با بازار سهام

۲۴۵	چالش برای مدیران چابک در داخل (درون) شرکت
۲۴۹	فصل دهم: دام اقتصادهای هزینه گرا
۲۵۰	داستان شرکت دل Dell
۲۵۳	درخواست ساخت در خارج (بیرون سپاری)
۲۵۶	از دست دادن دائمی تخصص
۲۵۸	وضیح مدیریت چابکی به مدیرعامل
۲۵۹	سبب داری عملکرد (حاصل کار)
۲۶۵	فصل یازدهم: دام های استراتژی نگاه به عقب
۲۸۱	فصل دوازدهم: دام های هسته ای و عصرهای طلایی