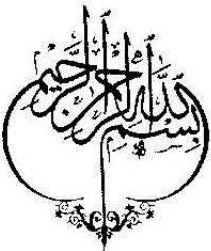


۲۲۹۰۱۸۲
۰۰۰۰



چابکی و فراموشی در سازمان های اثربخش

مؤلف:

غلامرضا محمدقاسمی



۱۴۰۰

سرشناسه	:	محمد قاسمی، غلام رضا
عنوان و نام پدیدآور	:	چابکی و فراموشی در سازمان های اثربخش / مؤلف غلام رضا محمد قاسمی
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات شیل، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۰۰ ص. : مصور.
شابک	:	978-600-97854-5-2
وضعیت فهرست نویسی	:	فبا
یادداشت	:	تأییدیه: ص. ۹۲ - ۹۹.
موضوع	:	تغییر سازمانی
		Organizational change
		کارآمدی سازمانی
		Organizational effectiveness
رده بندی کنگره	:	HD۵۸/۸
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۴۰۶
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۶۷۶۶۶
اطلاعات رکنورد کتابشناسی	:	۵۱

چابکی و فراموشی در سازمان های اثربخش



ISBN: 978-600-97854-5-2



کتابخانه ملی ایران

مؤلف: غلام رضا محمد قاسمی

ناشر: انتشارات شیل

سال چاپ: ۱۴۰۰

نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۲۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸۵۴-۵-۲

طراح جلد: آرا ریس

قیمت: ۳۱۰۰۰ تومان

انتشارات شیل ناشر کتب تخصصی و دانشگاهی (۰۲۱) ۷۷۲۲۹۹۶۱-۰۹۳۰۱۳۰۰۲۴۰

فهرست

۵	پیشگفتار
۷	مقدمه
۱۳	فصل اول: مبانی نظری چابکی سازمانی
۱۵	مقدمه
۱۶	تاریخچه چابکی سازمانی
۱۷	تعاریف چابکی
۲۰	ابعاد چابکی سازمانی
۲۴	انواع الگوها و رویکردهای چابکی
۲۹	مضامین کلیدی در مفهوم چابکی
۳۲	سازمان مجازی
۳۲	مفهوم‌های مختلف سازمان مجازی
۳۳	ویژگی‌های سازمان مجازی
۳۵	سازمان‌های دانش محور
۳۵	مدیریت دانش
۳۶	زیر ساخت‌های سازمان‌های دانایی محور
۳۶	فرهنگ سازمانی
۳۷	قابلیت اعتماد سازی
۳۸	منابع انسانی
۴۰	تفاوت بین سازمان‌های سنتی و چابک
۴۳	فصل دوم: مبانی نظری فراموشی سازمانی
۴۵	مقدمه
۴۶	تعاریف فراموشی سازمانی

۴ ■ چابکی و فراموشی در سازمان های اثر بخش

۴۹	انواع فراموشی سازمانی و پیامدهای آن
۵۰	فراموشی تصادفی
۵۰	فراموشی عمدی
۵۲	فرایند فراموشی سازمانی
۵۶	طبقه بندی های فراموشی سازمانی
۶۰	ترکیب طبقه بندی های فراموشی سازمانی
۶۲	دانش سازمانی
۶۳	مدیریت دانش و اشتراک دانش
۶۴	یادگیری سازمانی
۶۶	"یادگیری زدایی" در سازمان
۶۹	فصل سوم: مبانی نظری اثربخشی سازمانی
۷۱	سازمان
۷۲	تعاریف اثربخشی سازمانی
۷۷	ابعاد اثربخشی سازمانی
۸۲	مدل های اثربخشی سازمانی
۸۸	دیدگاه های اثربخشی
۹۲	منابع

اثربخشی سازمانی از جمله مباحثی است که تحقیقات زیادی را به خود اختصاص داده است. بحث در مورد اثربخشی، بهروری، کارایی، فرهنگ و برتری سازمان‌ها موضوعاتی است که نظریه پردازان سازمانی، فلاسفه مدیریت، تحلیل گران مالی و اقتصادی و مدیران اجرایی را به خود جلب کرده است. بیش از چند دهه است که اثربخشی به عنوان موضوع تحقیق مدیریت و طراحی سازمان‌ها است. تحقیقات تجربی هنوز به یک تئوری عمومی در مورد اثربخشی دست نیافته است. این در حالی است که اثربخشی به شکل عمیقی در ادبیات سازمانی جایی گرفته است. در سطح نظری گودمن و پنینگر^۱ مطرح می‌کنند که اثربخشی، موضوعی اصلی در تمامی تجزیه و تحلیل‌های سازمانی است و تصور تئوری سازمانی که شامل ساخت اثربخشی نباشد، مشکل است. ایوان^۲ نیز توجه به اثربخشی سازمانی را باعث توسعه تئوری سازمان می‌داند. اولین دیدگاهی که نسبت به اثربخشی ارائه شده است (که احتمالاً در طی ۱۵۰۰ مطرح گردید)، بسیار ساده بود. در این دیدگاه اثربخشی به عنوان میزان یا حدی که اهداف یک سازمان محقق می‌شود تعریف شده بود. پاسخ به تغییرات و در نظر گرفتن مزیت آنها از طریق استفاده استراتژیک از متدها و ابزارهای تولیدی و مدیریتی، مفاهیم محوری و اساسی تولید چابک هستند. در حال حاضر تفکر غالب، سازمان‌ها را هویت‌های می‌داند که نه فقط به محیط بیرونی خود عکس العمل نشان می‌دهند، بلکه به شکل فعال و اثرگذار محیط خود را تعریف می‌کنند.

فقط سازمان‌های می‌توانند به حیات و رقابت در بازارهای رقابتی ادامه دهند که توانسته باشند به چنین توانمندی‌های دست یافته باشند. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که رویکردها و راه‌حل‌های گذشته دیگر توانایی خود را برای رویاروی با مشکلات سازمانی و محیط بیرونی از دست داده‌اند یا بهتر است با رویکردها و دیدگاه‌های جدید جایگزین شوند. از این رو، یکی از راه‌های پاسخ گویی به این عوامل تغییر و تحول، چابکی سازمانی^۳

^۱ - Goodman & Peningeze

^۲ - Ivanz

^۳ - Organizational Agility

است در واقع، چابکی سازمانی پارادایم جدیدی برای مهندسی سازمان ها و ینگاه رقابتی است. سازمان چابک همواره برای یادگیری هر چیز جدیدی که باعث افزایش **بازده** ناشی از بهره گیری از فرصت های جدید می شود، آماده است. اساس و بنیان سازمان **چابک**، یکپارچه سازی سیستم / فن آوری اطلاعات، کارکنان، فرایندهای تجاری و تجهیزات درون یک تشکیلات هماهنگ و انعطاف پذیر، جهت پاسخگویی سریع به اتفاقات و تغییرات محیط است. بنابراین از چابکی به عنوان پارادایم تجاری قرن بیست و یکم طرفداری شده است و به عنوان یک استراتژی موفقیت آمیز و برنده در دوران کنونی مطرح می باشد «شرکت نه تنها یاد می گیرند، بلکه فراموش نیز می کنند» در حقیقت مدیریت دانش به دنبال فرایندهایی است که نه تنها به یادگیری و حفاظت از دانش مفید، بلکه برای **علم** یادگیری و پرهیز از آنچه که مفید نیست نیز به کار آید. فراموشی مثل یادگیری ساده نیست و ممکن است زیان آور یا سودمند باشد اما هر حال به گونه چشم گیری هم در بعد مثبت و هدفمند و هم در بعد منفی در رقابت پذیری یک شرکت مؤثر خواهد بود. در میان سازمان با حجم عظیمی از اطلاعات مفید و غیر مفید نیز مواجه خواهد شد که در حافظه سازمان انباشته شده اند این اطلاعات اضافی در بعضی مواقع مانع حرکت سریع بوده و کند کننده چابکی سازمانی می باشد. بنابراین باید به صورت عمدی و آگاهانه بسیاری از این اطلاعات غیر مفید را از حافظه سازمان پاک کرد یا به اصطلاح با فراموشی سازمانی هدفمند حافظه سازمان را برای یادگیری دانش جدید و چابکی سازمان آماده نگاهداشت. از طرف دیگر فراموشی سازمانی به فرآیند ترک گفتن، جانشین کردن و زوال دانش با تأکیدش بر تغییر دانش تعریف می شود.

فراموشی سازمانی نه فقط یک شکل مهم از یادگیری است بلکه کامل کننده یادگیری است و به فرآیند جدید یادگیری سازمانی منجر می شود. نظریه پردازان، فراموشی سازمانی را به عنوان یک فرآیند تغییر یادگیری و دوباره یادگیری را در حافظه سازمانی، یک فرایند ترک گفتن حافظه عمدی و یک فرایند بازسازی بخشی از سازمان تعریف می کنند.