

مدیریت تحول

نویسنده :

دکتر وفسور اولاف یسنهیم

ترجمه :

سیامک پژوهشکی فر

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی



انتشارات موجک



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

انتشارات موجک

مدیر مسئول: دکتر محسن رحمتی بشمینی

تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۷۶۷۲۵۰۲ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۲

Email: mojakpublication@yahoo.com

Web: www.mojak.ir



عنوان: مدیریت تحول
تالیف: پروفسور اولاف پاسنهایم
ترجمه: سیامک پزشکی فر
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

صفحه	عنوان
۱.....	پیشگفتار
۳.....	مدیریت تحول
۵.....	فصل اول: مدیریت تحول
۵.....	۱-۱ مقدمه
۶.....	۲-۱ دلایل تحول
۸.....	۳-۱ مبدا و منشا مدیریت تحول
۱۳.....	فصل دوم: مفاهیم در مدیریت تحول
۱۳.....	۱-۲ تئوری تحول لوین
۱۳.....	۲-۲ تحولات کارآمد در سیستم انسانی از دیدگاه چین و...
۱۳.....	۱-۲-۲ رویکرد تجربی - منطقی
۱۴.....	۲-۲-۲ رویکرد قدرت فهریه
۱۵.....	۳-۲ مراحل تغییر برنامه ریزی شده بالوک و باتن
۱۵.....	۱-۳-۲ مراحل تکاملی مدل بالوک و باتن
۱۶.....	۴-۲ قانون تغییر بکهارد و هریس
۱۷.....	۵-۲ مدل ۷-۵

۱۹.....	فصل سوم: فرایند تحول
۱۹.....	۱-۳ آغاز یک تحول بالا به پایین
۲۱.....	۲-۳ آغاز یک تحول پایین به بالا
۲۳.....	۳-۳ مسئولیت مدیریت تحول
۲۴.....	۴-۳ فرایند مدیریت تحول
۲۶.....	۱-۴-۳ خروج از انجماد
۲۷.....	۲-۴-۳ انتقال (تحول)
۲۸.....	۳-۴-۳ انجماد مجدد
۲۹.....	۵-۳ برخورد با تیرات
۳۱.....	۶-۳ اسکوپ یا قله رو
۳۵.....	فصل چهارم: پروژه‌های مدیریت تحول
۳۵.....	۱-۴ عوامل داخلی و خارجی
۳۵.....	۱-۱-۴ عوامل خارجی
۳۶.....	۲-۱-۴ عوامل داخلی
۳۶.....	۳-۱-۴ برون سپاری
۳۷.....	۴-۱-۴ مشکلات مالی
۳۷.....	۵-۱-۴ معضلات مربوط به کارمندان
۳۸.....	۶-۱-۴ معضلات ناشی از فرهنگ کاری
۳۹.....	۲-۴ رویکردها و استراتژی‌های تغییر و تحول
۳۹.....	۱-۲-۴ استراتژی‌های آمرانه و دستوری
۳۹.....	۲-۲-۴ استراتژی‌های تخصصی
۴۰.....	۳-۲-۴ استراتژی‌های گفتگو و مذاکره
۴۰.....	۴-۲-۴ استراتژی‌های آموزشی

- ۴-۲-۵ استراتژی‌های مشارکتی ۴۰
- ۴-۳ نمونه‌هایی از پروژه‌های مدیریت تحول نافرجام ۴۳
- ۴-۴ مشکلات و معضلات فرا روی 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 اشتباه و میزان کار ۵۰
- ۴-۴-۷ کاربرد غیر مناسب 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: نتیجه‌گیری 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 پدیده اینترنت، نرخ تبادل اطلاعات بصورت کاملاً بی سابقه و گسترش روزافزون شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری‌های نوین اطلاعاتی ارتباطی از جمله موضوعاتی است که شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ برای بقا و رقابت با آنها در برابر هستند و سازمان‌هایی که نسبت به تغییرات واکنش و عکس العمل مناسب نداشته باشند قطعاً مأمور به فنا و نابودی هستند.

توجه به مقوله تغییر و تحول و لزوم برنامه‌ریزی مناسب برای رویارویی و برخورد سنجیده نکته و رمز بقا 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 برنامه‌ای برای مواجهه با تغییرات ندارند و با مسائل و مشکلات دست به گریبان هستند و معمولاً در جریان مبارزه بزرگ حذف و نابود می‌شوند در حقیقت آنها همچون تکه چوب در دریای پرتلاطم هستند که ضربات سنگین امواج بصورت مداوم بر پیکره آنها نواخته می‌شود و 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 فلسفه‌ای اعتقادی آنها چیزی به نام سازگاری با تغییرات مفهوم نمی‌دارد بلکه آنها معتقداند که بواسطه خلاقیت،

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

بی‌توجهی به مقوله تغییر و فقدان برنامه مناسب عملیاتی برای مواجهه 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