

چابکی و تولید چابک در سازمان ها

مؤلف

احسان مسعودی



انتشارات نوآوران دانش

سرشناسه	: مسعودی، احسان، ۱۳۶۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: چاپکی و تولید چاپک در سازمان‌ها/ مؤلف احسان مسعودی.
مشخصات نشر	: تهران: نوآوران دانش، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۱ص.: جدول، مصور.
شابک	: 978-622-6076-57-9
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۹۵.
موضوع	: تحول سازمانی
موضوع	: Organizational change
موضوع	: رقابت
موضوع	: Competition
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
رده بندی کنگره	: ۹۷-۲۱۰/م/HD۵۰
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۶:
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۴۶۲۹۶۶:

مرکز پخش: انتشارات نوآوران دانش

عنوان	: چاپکی و تولید چاپک در سازمان‌ها
تألیف	: احسان مسعودی
ناظر فنی	: حدیث السادات براتی
طراح جلد	: الیرا صیامی
صفحه آرا	: اکرم ملک نژاد
تیراژ:	: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت	: ۱۰۰۰۰۰ ریال
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۷۶-۵۷-۹

حق چاپ، محفوظ و مخصوص ناشر است.

انتشارات نوآوران دانش: میدان انقلاب، ابتدای خیابان آزادی، تقاطع خیابان جمالزاده جنوبی، پلاک ۸۴ واحد ۴

تلفن مرکز پخش: ۶۶۵۶۸۹۱۷ - ۶۶۵۶۸۹۰۳ - ۰۹۳۷۹۶۶۴۶۰۸

سفارش اینترنتی: www.novinelc.com/book/

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۳	سیر تکامل رویکردهای تولید و عملیات
۱۳	تولید دستی
۱۴	تولید انبوه
۱۴	تولید ناب (تولید در سطح جهانی)
۱۵	تولید چابک: سرآر و روشن های تولیدی
۱۶	تاریخچه مفهوم چابکی
۲۰	ضرورت چابکی سازمانی
۲۶	مفهوم و تعریف چابکی سازمانی
۳۲	تعاریف مربوط به چابکی
۳۷	قابلیت ها و محرک های چابکی
۴۱	محرک های چابکی
۴۲	ابعاد چابکی
۴۵	ارکان چابکی
۴۵	الزامات چابکی
۴۶	ویژگی های سازمان چابک
۵۰	نشانه های یک سازمان چابک
۵۱	چهار مفهوم چابکی در سازمان
۵۲	مراحل پیاده سازی چابکی سازمانی
۵۳	تصمیم گیری
۵۳	اقدام
۵۴	چگونگی ارتقاء چابکی در سازمان
۵۵	طبقه بندی سازمان ها بر اساس چابکی و تلاطم
۵۷	تفاوت سازمان های تولیدی سنتی و چابک

۵۸	مقایسه سازمان‌های تولیدی سنتی و چابک
۵۹	روش‌های ارزیابی چابکی
۶۰	دیدگاه‌ها و مدل‌های چابکی
۶۹	ارزیابی چابکی از نظر هیلگرزبرگ و همکاران
۷۱	چابکی از نظر یوسف، سرحدی و گوناسکاران
۷۳	توانمندسازهای چابکی در سازمان
۷۴	دیدگاه رامش و دیویدسون در مورد تولید چابک
۷۵	چابکی نیروی کار از نظر شری‌های و همکاران
۷۶	مشخصه‌های چابکی در نیروی کار
۷۷	تجزیه و تحلیل چابکی از نه، بیکسون و پوهانسون
۷۸	ضرورت و اهمیت تولید چابک
۸۰	تعاریف تولید چابک
۸۱	تعاریف تولید چابک
۸۲	مؤلفه‌های شکل‌گیری تولید چابک
۸۴	معیارهای بیست‌گانه تولید چابک
۸۵	مقایسه تولید ناب و تولید چابک
۸۶	مقایسه تولید ناب و تولید چابک
۸۶	ارتباط چابکی و بازاریابی چابک
۹۰	اهمیت بازاریابی چابک
۹۱	ابعاد بازاریابی چابک
۹۲	عوامل تأثیرگذار خارجی (تغییر و عدم اطمینان)
۹۲	عملیات داخلی (اهرمی کردن اثر افراد و اطلاعات)
۹۵	منابع

پیشگفتار

از آنجاکه جهان پیچیده امروز با رشد سریع و تکامل دانش فنی و تکنولوژی و گسترش بازار مصرف کننده همراه است، فرصت استفاده از تجارب گذشته و حل آن‌ها از انسان‌ها گرفته شده است. دیگر تجارب گذشته و راه‌حل‌های مناسب برای مسائل جاری و آینده سازمان نمی‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. بایستی یک راه‌حل جدید دیگر مورد استفاده قرار گیرد تا سازمان قادر به ارائه کالاهای و خدمات با کیفیت به مشتری گردد. یافتن راه‌حل‌های خلاقانه برای پاسخ به محیط در حال تغییر امروزی و دستیابی به موفقیت سازمانی نیاز به استفاده از روش‌ها و رویکرد جدید در سازمان دارد. در دهه‌های اخیر، موفقیت سازمان وابسته به توانایی و شناسایی نیازهای مشتریان و ارائه خدمات سریع و ارزان مطابق با نیازها شده است. امروزه چابکی را به‌عنوان یک اصل غالب کسب‌وکار در هزاره سوم و به‌عنوان بهترین گزینه برای بقا و زنده ماندن سازمان در نظر می‌گیرند. در عصر کنونی، تحولات شگرف دانش مدیریت و وجود نظام ارزیابی چابکی سازمان را اجتناب‌ناپذیر کرده است؛ به‌گونه‌ای که فقدان ارزیابی چابکی در نهاد مختلف سازمان اعم از ارزیابی استفاده از منابع و امکانات، کارکنان، اهداف و استراتژی‌ها یکی از علائم بیماری سازمان قلمداد می‌شود. هر سازمان به‌منظور آگاهی از میزان مطلوبیت و کیفیت نسبت به خود به‌ویژه در محیط‌های پیچیده پویا، نیاز مبرم به نظام ارزیابی چابکی دارد. از سوی دیگر به نظام ارزیابی و کنترل در یک سیستم به مبنای عدم برقراری ارتباط با محیط درون و برون سازمانی تلقی می‌شود که پیامد آن کاهولت و درنهایت مرگ سازمان است. ممکن است بروز پدیده مرگ سازمانی به علت عدم وقوع یک‌باره آن از سوی مدیران عالی سازمان‌ها احساس نشود، اما مطالعات نشان می‌دهد نبود نظام کسب بازخورد امکان انجام اطلاعات لازم برای رشد، توسعه و بهبود فعالیت‌های سازمان را غیرممکن می‌سازد که سرانجام این پدیده، مرگ سازمانی است.

چابکی چیست؟ چرا به آن نیازمندیم؟ ویژگی‌های سازمان چابک چیست؟ چگونه می‌توان سازمان‌های کنونی را به سازمان چابک تبدیل نمود؟ تولید چابک چیست؟ بازاریابی چابک چیست؟ این سؤالات به‌هم‌پیوسته و مرتبط میانگر وجود تغییرات سریع و مداوم در عرصه حیات سازمان‌ها و افراد است. تغییر در ساختار و فرآیندها، وجود نوآوری‌ها، تنوع شگرف در محصولات تولیدی و رقابت‌های موجود در تجارت و فناوری، تحولی است که به وجود آمده و به‌صورت نسبتاً ثابت نیز ادامه دارد. داشتن توانایی شناخت بازار با توجه به تغییرات در نیازهای مشتریان و رهگیری نیازهای جدید، شناخت توان و ظرفیت طراحی خطوط جدید و ارائه محصول یا خدمات، شناخت ربا و رقابت‌های موجود و بالقوه، رسیدن به طرح راهبردی کسب مهارت رقابتی، فراهم ساختن تغییرات ساختاری و فرایندی برای پاسخ‌دهی به نیاز از مهم‌ترین جنبه‌های چابکی به شمار می‌روند.