

مدیریت نوین در راستای رهبری سازمانی

تألیف و گردآوری:

مهندس امیررضا تجلی
مهندس مهدی حسینی
مهندس محمد حسینی

طراح جلد: علی یار احمدی

ویراستاری: امیررضا بهرآبادی

صفحه‌آرایی: امیررضا بهرآبادی

چاپ و صحافی: متخصصان

قیمت: ۶۵,۰۰۰ تومان

نوبت چاپ: اول (بهار ۱۴۰۱)

کلیه حقوق محفوظ است.

تهران؛ نشر متخصصان؛ ۱۴۰۰

آدرس و مشخصات:

نشانی دفتر مرکزی: تهران - خیابان دماوند -

نرسیده به میدان امام حسین (ع) - نبش کوچه

طباطبایی - پلاک ۲ - ساختمان نگین - طبقه

دوم - واحد ۶

تلفن: ۷۷۶۱۷۹۹۶-۲۱

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۹۲-۶۶۱-۸ ISBN

از نشر
مرتضی حسینی



www.Motekhassestan.com

سرشناسه : تجلی، امیررضا، ۱۳۷۳-

شناسه افزوده : حسینی، مهدی، ۱۳۷۶-

شناسه افزوده : توانا حسینی، محمد، ۱۳۷۴-

عنوان و نام پدیدآور : مدیریت نوین در راستای رهبری سازمانی / تالیف و گردآوری

امیررضا تجلی، مهدی حسینی، محمد حسینی؛ ویراستاری امیررضا بهرآبادی.

مشخصات نشر : تهران: متخصصان، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری : ۱۱۶ ص؛ قطع رقعی.

وضعیت فهرست‌نویسی : فیا

موضوع : رهبری - Leadership - مدیریت - Management

رده بندی کنگره : ۷/HD۵۷

رده بندی دیویی : ۴۰۹۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی : ۸۷۷۹۵۷۸

اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیا

- ۶.....سخن نویسندگان
- ۹.....پیشگفتار
- ۱۲.....ویژگی های رهبران موفق کسب و کار
- ۱۸.....آیا رهبری کسب و کار موفق فرمول مشخصی دارد؟
- ۲۰.....تفاوت مدیریت و رهبری در فوتبال
- ۳۰.....چگونه رهبران و دانشمندان الهام بخش می شوند؟
- ۳۶.....مدشدن و نقش مدل ها در رهبری مشتریان
- ۴۰.....سبک های متفاوت رهبری در کسب و کار
- ۴۳.....سلسله مراتب رهبری سطح پنجم
- ۴۶.....تحلیلی بر سازمان مربی گرا
- ۴۸.....رهبری به سبک اقیانوس آبی
- ۵۱.....رهبری مدیران بزرگ
- ۵۴.....نقش ژنتیک در توانایی رهبری و مدیریت
- ۵۶.....پنج تفاوت عمده مدیر و رهبر

- تفاوت بین مدیران و رہبران ۵۸
- رہبر ہستید یا یک دنبالہرو؟ ۶۱
- ۱۴ اشتباہ فاحش مدیران ۶۶
- سیزدہ نکتہ مدیریتی برای رہبران بزرگ ۷۱
- رہبری و ہوش سہگانہ ۷۳
- رہبری رزونانس چیست؟ ۷۶
- چہار ویژگی افراد درون گرا کہ آنان را تبدیل بہ رہبران قابلی می کند ۸۲
- خطاہای مہلک رہبری کسب و کار ۸۳
- چگونہ از خود یک رہبر فکری بسازیم؟ ۸۶
- قدرت رہبری مثبت ۹۳
- روان شناسی مثبت یک عدسی جدید ۹۳
- استراتژی رہبری ہزینہ: دربارہ استراتژی رہبری ہزینہ چہ می دانید؟ ۹۸
- آیا رہبر کسب و کار خوبی ہستید؟ ۱۱۲
- منابع: ۱۱۴

سخن نویسندگان

شکر ایزد منان را که توانستیم نتایج دانش و تجربیات خود را در قالب کتاب «سبک‌های رهبری سازمان» جمع‌آوری و به مشتاقان و علاقه‌مندان حوزه مدیریت کسب‌وکار ارائه دهیم. نگارش این کتاب مصادف شده بود با شیوع ویروس COVID-19 در اقصی نقاط دنیا و هر روز شاهد آثار منفی و زیان‌بار این ویروس بر کسب‌وکارها بودیم. همین موضوع، ایده اصلی نگارش این کتاب شد که نتیجه گردآوری، بررسی، تجزیه و تحلیل سبک‌های گوناگون رهبری در کسب‌وکارهای مختلف و اثرات آن بر بازده سازمان‌ها می‌باشد که ضمن تشریح و ارائه تفکرات سیستماتیک پیرامون موضوع رهبری کسب‌وکار، دیدگاه مناسبی به خوانندگان ارائه شود.

طی چند دهه اخیر، جهان تحولات و پیشرفت‌های چشمگیری را در زمینه‌های مختلف به خود دیده است. موفقیت و کامیابی در بازارهای رقابتی و جهانی برای سازمان‌هایی است که از کارکنان دانشی توانمند و با انگیزه برخوردار بوده و به واسطه آن، صاحب دانش به‌روز و فناوری‌مدون می‌باشند و با بهره‌گیری بهینه از فناوری اطلاعات و مدیریت شایسته و با گرایش به محیط و توجه کافی به مشتری و سایر ذی‌نفعان به مزیت رقابتی پایدار دست یافته و اقدام به تولید کالا و ارائه خدماتی می‌کنند که هم برای سازمان، هم برای مشتری و هم برای جامعه ارزش ایجاد کرده و رضایت آن‌ها را به شکلی بهتر از رقبای جلب می‌کند.

کامیابی و موفقیت این سازمان‌ها در به‌کارگیری جدیدترین تکنولوژی و تطبیق آن با نیازها و خواست‌های محیط و خصوصاً محیط بین‌المللی است. چنین سازمانی برای تداوم موفقیت خود با اعمال مدیریت دانش، قابلیت در کارکنان و مدیران خود ایجاد می‌کند که آن‌ها از نگرشی جامع و تفکری استراتژیک برخوردار شده و از تجربیات خود نکات بسیاری را می‌آموزند و به مجموعه آموخته‌های سازمان اضافه و بدین ترتیب سازمانی یادگیرنده و پویا خلق می‌کنند که با

برخورداری از چنین قابلیت‌های ارزشمندی همواره نسبت به محیط، بازار، رقبا، مشتریان، ذی‌نفعان کلیدی و خود حساس بوده و همواره به فکر خلق ارزش برای خود، ذی‌نفعان و جامعه به شکلی بهتر از رقبا می‌باشد.

آنچه برای سازمان‌ها در دنیای امروز توصیف شد، شاید ایده‌آل و غیرواقعی به نظر برسند. ولی باید قبول کرد که روند تحولات و پیشرفت‌های کنونی به گونه‌ای است که هر سازمان و سازمانی که بخواهد در مجموعه برگزیدگان قانون انتخاب طبیعی داروین در بازارهای به شدت رقابتی، متلاطم و پر آشوب باشد باید سوار بر موج سوم آلوین تافلر شده و صاحب بسیاری از قابلیت‌های مذکور شود؛ اما واقعیت این است که بسیاری از سازمان‌ها، حتی برخی از سازمان‌های موفق جهان، تعداد زیادی از قابلیت‌های مزبور را ندارند. اگر وضعیت توصیف‌شده را موقعیتی مطلوب برای سازمان‌ها در نظر بگیریم، آن‌ها باید در نهایت خود را به آن موقعیت برسانند تا بقا و موفقیت پایدار و سودآور داشته باشند؛

بنابراین، باید موقعیت موجود و مطلوب خود را به خوبی شناسایی نموده و با برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژی از وضع موجود به مطلوب گام بردارند. با توجه به اینکه امروزه سازمان‌ها در دنیایی متحول و پیشرفته و در بازاری به شدت رقابتی، ناپایدار و پر آشوب فعالیت می‌کنند مسلم است که با اعمال مدیریت سنتی و درون‌نگر نمی‌توانند به وضع مطلوب و موقعیت پایدار دست یابند لذا، باید از ابزارها و شیوهایی بهره گیرند که جامع‌نگر و محیط‌گرا بوده و دیدی بلندمدت، آرمانی و متعالی داشته باشند به طوری که با شناسایی مناسب و به موقع عوامل داخل و خارج سازمان، تصویر دقیق و مناسبی از وضع موجود ارائه و نیز با شناسایی تعیین وضع مطلوب راه درست رسیدن به آن را نشان دهند. این شیوه مدیریت در واقع همان تفکر و مدیریت استراتژیک است که نوید موفقیت سازمان‌ها را در محیط‌های رقابتی و بازارهای متلاطم به آن‌ها می‌دهد و آن‌ها را صاحب قابلیت‌های یادشده کرده و به وضعیت مطلوب می‌رساند. البته به شرطی که این نوع

مدیریت به خوبی درک شده و به درستی به کار گرفته شود.

در کتاب حاضر سعی شده است با به کارگیری زبانی شیوا و پرهیز از به کارگیری کلمات حجیم، متنی روان نگارش شود. مخاطبین این کتاب:

- مدیران و کارشناسان کسب و کارهای خدماتی و تولیدی
 - واحدهای صنعتی، کشاورزی، معدنی، پژوهشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی، مراکز درمانی، مطب‌های پزشکی، دفاتر فنی، مهندسی، فروش، بیمه، فروشگاه‌ها، شرکت‌های واردکننده، صادرکننده و...
 - دانشجویان رشته‌های مختلف در مقاطع دکتری، کارشناسی ارشد، کارشناسی رشته‌های مدیریت و صنایع
 - تمامی علاقه‌مندان به حوزه مدیریت کسب و کار
- مهندس امیررضا تجلی - مهندس مهدی حسینی - مهندس محمد حسینی