



www.ketab.ir



راهنمای تحول سازمان‌ها در عصر دیجیتال



ناخدایی دیجیتال



مهدی شامی زنجان، فراز نبیی، شادی ایران دوست



نویسندگان:

دکتر مهدی شامی زنجانی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، فراز نبیی، شادی ایران دوست

ویراستار: مریم عطری

مدیر هنری و طراح جلد: مجید زارع

صفحه آرا: محمدرضا چیت ساز

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۸۹۰۴-۲

چاپ پنجم: بهار ۱۴۰۱

ناشر: آریانا قلم

نشانی: خیابان سهروردی جنوبی، ملایری پور غربی، پلاک ۳۷، واحد ۱

تلفن: ۸۸۳۴۲۹۱۰

وبسایت: www.AryanaGhalam.com

رسم الخط این کتاب براساس دستور خط فارسی فرهنگستان زبان و ادب فارسی است.

همه حقوق برای گروه پژوهشی صنعتی آریانا محفوظ است.

هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل بدون اجازه کتبی ممنوع است.

سرشناسه: شامی زنجانی، مهدی، ۱۳۵۸-

عنوان و نام پدیدآور: ناخدایی دیجیتال: راهنمای تحول سازمان ها در عصر دیجیتال /

نویسندگان مهدی شامی زنجانی، فراز نبیی، شادی ایران دوست.

مشخصات نشر: تهران: آریانا قلم، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۲۵۶ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۸۹۰۴-۲

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

عنوان دیگر: راهنمای تحول سازمان ها در عصر دیجیتال.

موضوع: نوآوری-مدیریت / Technological innovation - Management

موضوع: تحول سازمانی / Organizational change

موضوع: کسب و کار-نوآوری / Business - Technological innovation

موضوع: تکنولوژی اطلاعات-مدیریت / Information technology - Management

شناسه افزوده: نبیی، فراز، ۱۳۷۰-

شناسه افزوده: ایران دوست، شادی، ۱۳۶۹-

رده بندی کنگره: HD ۴۵

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۶۳

شماره کتاب شناسی ملی: ۶۱۹۲۲۷۵



سخن ناشر

همواره شنیده و خوانده‌ایم سازمان‌هایی که توان تغییر مناسب نداشته باشند در مقایسه با مجموعه‌های مشابه خود ضعیف می‌شوند و در نهایت از بین می‌روند. از سوی دیگر، می‌دانیم که تغییر فرایندی پویاست و شناخت عوامل و پیامدهای آن نیز بسیار مهم است. حال باید ببینیم منشأ این تغییر در سازمان‌ها کجاست؟ عمدتاً خواسته‌ها و نیازهای مشتریان تغییر کرده است یا دیگر به شیوه قبلی نمی‌توان به آنها پاسخ داد، پس لازم است تغییراتی در فرایندهای کسب‌وکار یا به صورت جامع‌تر در مدل کسب‌وکار و استراتژی‌مان ایجاد کنیم و همه اینها مستلزم تغییر فرهنگ و آموزش است. در سال‌های اخیر که فناوری با همه بخش‌های زندگی‌مان درآمیخته است سازمان‌ها هم به سمت دیجیتالی شدن سوق داده شده‌اند و نتیجه آن به‌کارگیری فناوری‌های جدید در همه بخش‌های سازمان‌ها بوده است. در واقع تحول دیجیتال تحولی سازمانی است.

دو سال پیش در جلسه‌ای در خدمت آقای دکتر شامی زنجانی در جریان اقدامات و تلاش‌های ایشان برای جاری‌سازی و کاربرد موضوع تحول دیجیتال قرار گرفتیم. ایشان که از استادان شناخته‌شده دانشکده مدیریت دانشگاه تهران‌اند در آن جلسه با اشتیاق درباره لزوم آشنایی و حرکت سازمان‌های ایرانی به سمت دیجیتالی شدن صحبت کردند و از رؤیای ایران دیجیتال گفتند و از اینکه این موضوع مد یا انتخاب نیست بلکه ضرورت و باید است. صحبت‌های آن روز ایشان و بررسی‌های بعدی ما به تألیف و انتشار کتابی که در دست دارید انجامید.

ما در انتشارات آریانا قلم بر این نکته تأکید داریم که محتوای کتاب تألیفی برآمده از دانش، بینش، مطالعه و تجربه خود نویسنده باشد و نه صرفاً جمع‌آوری یا ترجمه مطالب مرتبط با موضوع. نوع نگارش کتاب ناخدایی دیجیتال و تجربه سال‌ها تحقیق، آموزش و مشاوره نویسنده و همکاران ایشان همان چیزی بود که ما به دنبالش بودیم. دیگر اینکه می‌خواهیم مطالب مطرح شده در کتاب تألیفی تا آنجا که می‌شود در ارتباط با فضای کسب‌وکار کشور خودمان باشد و از مثال‌ها و تجربه‌های کسب‌وکارهای ایرانی برای بسط و شرح موضوع استفاده شود که در این باره هم نویسندگان با ما هم‌نظر بودند و در کتابشان مثال‌هایی ایرانی در بخش‌هایی به نام ایران زیر ذره‌بین دیجیتال آوردند. البته در این مسیر با محدودیت‌هایی از جمله شفاف و کافی نبودن اطلاعات و نیز عمر کم برخی از سازمان‌ها روبه‌رو بودیم و همین موضوع سبب شده که کتاب چندین بار به روزرسانی شود و به‌ناچار برای تبیین موضوع از مثال‌های موفق بین‌المللی نیز کمک بگیریم. علاوه بر اینها، از همان ابتدا با نویسندگان هم‌نظر بودیم که مخاطب این کتاب نیاز دارد از پایه با مفاهیم آشنا شود. بنابراین آنچه درباره تغییر دیجیتال مهم بود به زبانی ساده و فهم‌پذیر بیان شد و در این موضوع نیز تأکید شد که تغییر ابتدا باید در درون سازمان و برای مشتریان داخلی اتفاق بیفتد تا سازمان‌ها را به سوی عمل‌گرایی سوق دهد که بتوانند فرایندها و ارزش‌های پیشنهادی‌شان را بازطراحی و در این زمینه سرمایه‌گذاری بلندمدت کنند.

نکته جالب توجه اینکه با وجود درک ضرورت این تغییر گاهی می‌دیدیم بعضی مدیران آن را آن قدرها جدی نمی‌گرفتند، اما از اسفندماه سال ۱۳۹۸ با شیوع ویروس کرونا ابعاد این موضوع برای ما و بسیاری از صاحبان کسب‌وکار کاملاً ملموس شد: اینکه وقتی می‌گوییم به سازمان‌های دیجیتال نیاز داریم یعنی چه؟ اینکه ضرورت این موضوع را

می‌باید همهٔ افراد سازمان درک کنند و با آن همراه شوند یعنی چه؟ اینکه تحول دیجیتال تغییری فرهنگی است یعنی چه؟ اینکه تحول دیجیتال فقط به معنای استفاده از ابزارهای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی نیست و مفهومی کلان‌تر و عمیق‌تر است یعنی چه؟ تحولات دیجیتال و مجبور شدن سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی به پذیرش آن در چندماههٔ اخیر به حدی سریع بوده است که خیلی از آنها دیگر درست نمی‌دانند فضای کسب‌وکارشان در آینده به چه شکل خواهد بود و به چه سمت و سویی خواهد رفت و همین مسئله ضرورت توجه به این موضوع را دوچندان می‌کند.

امیدوارم با مطالعهٔ این کتاب تمامی مدیران و کارشناسان کسب‌وکارهای ایرانی در تمام سطوح سازمان این تحول را پذیرا باشند و برای آن اقدامات مؤثری بکنند. در اینجا لازم می‌دانم از جناب آقای دکتر مهدی شامی زنجانی و همکارانشان که با نهایت تواضع در تمام مراحل ویرایش و تولید کتاب همراه آریانا قلم بودند تشکر کنم. همچنین از سرکار خانم لیلا نبی‌فر، سرویراستار انتشارات، که با اشتیاق و صبوری مسیر تألیف را در انتشارات آریانا قلم هموار می‌کنند سپاسگزارم.

سمیه محمدی

مدیرعامل انتشارات آریانا قلم



فهرست

00:17	فصل صفر / به عصر دیجیتال خوش آمدید
00:41	فصل یک / قابلیت های فناورانه تحول دیجیتال
00:71	فصل دو / مدل کسب و کار دیجیتال
01:07	فصل سه / تجربه دیجیتال مشتری
01:35	فصل چهار / فرایندهای دیجیتال
01:65	فصل پنج / محیط کار دیجیتال
02:01	فصل شش / قابلیت های رهبری تحول دیجیتال
02:35	فصل آخر / ده فرمان تحول دیجیتال
02:49	کتابنامه