



به نام خدا



# چابک سازی سازمان ها

مؤلفان:

دکتر محمد کشاورز

ابوالفضل رضای کاشانی

علی مهدیلوی تازه کندی



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

## ◀ عنوان کتاب: چاپک سازی سازمان ها

◀ مولفان: دکتر محمد کشاورز- ابوالفضل رضای کاشانی- علی مهدیلوی تازه کندی

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: نرگس مهرید

◀ صفحه آرای: نازنین نصیری

◀ طراح جلد: داریوش فرسایی

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۰

◀ چاپ و صحافی: درج عقیق

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۶۷۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۸۵-۸

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱-تلفن: ۶۶۴۱۰۰۴۶-۲۲۰۸۵۱۱۱

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

[WWW.MFTBOOK.IR](http://WWW.MFTBOOK.IR)

[www.dibagaran-tehran.com](http://www.dibagaran-tehran.com)

سرشناسه: کشاورز، محمد، ۱۳۷۱-  
عنوان و نام پدیدآور: چاپک سازی سازمان ها/مولفان: محمد کشاورز، ابوالفضل رضای کاشانی، علی مهدیلوی تازه کندی.  
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۰  
مشخصات ظاهری: ۱۳۰ ص.  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۸۵-۸  
وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
موضوع: تحول سازمانی Organization change  
موضوع: کارآمدی سازمانی  
موضوع: Organization effectiveness  
موضوع: نیروی انسانی-مدیریتی  
موضوع: Manpower planning  
شناسه افزوده: رضای کاشانی، ابوالفضل، ۱۳۶۳-  
شناسه افزوده: مهدیلوی تازه کندی، علی، ۱۳۵۷-  
رده بندی کنگره: HD ۵۸/۸  
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۶  
شماره کتابشناسی ملی: ۸۶۷۳۸۶۹

نشانی اینستاگرام دیبا dibagaran\_publishing      نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی و علمی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

# فهرست مطالب

مقدمه مؤلف	۹
<b>فصل اول</b> تعریف و مفهوم چابک‌سازی سازمانی	۱۳
<b>فصل دوم</b> تاریخچه چابک‌سازی سازمانی	۱۷
تاریخچه تولید چابک	۱۹
<b>فصل سوم</b> اهمیت و ضرورت چابک‌سازی	۲۱
الزامات چابک‌سازی	۲۴
۱. استراتژی: از اهداف چندگانه به یک هدف مشترک	۲۵
۲. ساختار سازمانی: از سلسله‌مراتب خشک تا تیم‌های توانمند	۲۵
۳. فرآیندها: از مدیریت خطی تا حلقه‌های تصمیم‌گیری سریع و یادگیری	۲۶
۴. افراد و فرهنگ: از مدیریت بالا به پایین تا خودمختاری	۲۶
۵. فناوری: از سیستم‌های ساخته‌شده برای کنترل تا راهکارهای توانمندسازی	۲۶
<b>فصل چهارم</b> اصول و ابعاد چابک‌سازی	۲۷
مشخصه‌های چابکی	۳۰
عوامل چابکی	۳۰
انواع مدل‌های چابکی سازمانی	۳۰
چابکی عملیاتی	۳۰
چابکی سرمایه‌گذاری و مشارکت	۳۰
چابکی استراتژیک	۳۰
<b>فصل پنجم</b> ویژگی‌ها و مزایای چابک‌سازی	۳۴
معرفی پنج مشخصه اساسی سازمان‌های چابک	۳۶
۱. تجسم یک ستاره قطبی در سازمان	۳۶
۲. شبکه‌ای از تیم‌های قدرتمند	۳۷
۳. تصمیم‌گیری سریع و چرخه‌های یادگیری	۳۹
۴. مدل مردمی پویا، که احساسات را برمی‌انگیزد	۴۲
۵. به‌کارگیری تکنولوژی نسل جدید	۴۳
کاربردها و مزایای چابکی سازمانی	۴۳

۱. سازگار با تغییرات ..... ۴۴
۲. رشد درآمد بالاتر ..... ۴۴
۳. تعامل و اشتیاق کارکنان ..... ۴۴

#### فصل ششم عوامل مؤثر در چابکی ..... ۴۵

- عوامل مؤثر بر چابکی ..... ۴۵
- مقولات عمده چابکی سازمانی ..... ۴۶
۱. محرک‌های چابکی ..... ۴۶
۲. قابلیت‌های چابکی ..... ۴۶
۳. ابزارهای چابکی ..... ۴۷
۴. پیامدهای چابکی ..... ۴۸
- رابطه ساختار و چابکی ..... ۴۹
- چرخه چابکی ..... ۴۹
- عناصر سازمانی برای دستیابی به چابکی سازمانی ..... ۵۰

#### فصل هفتم چگونگی خلق یک سازمان چابک ..... ۵۲

- چگونه سازمان چابک داشته باشیم؟ ..... ۵۲
۱. ذهنیت درست را انتخاب کنید ..... ۵۲
۲. افراد مناسب را استخدام کنید ..... ۵۳
۳. یک چشم‌انداز ایجاد کنید ..... ۵۳
۴. سیلوهای سازمانی را بردارید ..... ۵۳
۵. تکرار و بهبود ..... ۵۴
- چابک‌سازی از طریق نمایندگان ..... ۶۳
- چابکی فراتر از محدوده‌ها ..... ۶۳

#### فصل هشتم ویژگی‌های مدیران شرکتهای چابک ..... ۶۵

۱. ماهیت مدیران چابک ..... ۶۷
۲. نقش‌های مدیریتی ..... ۶۷

#### فصل نهم تولید چابک ..... ۷۰

- تعریف چابکی در تولید ..... ۷۳
- مزایای سازمانی حاصل از تولید چابک ..... ۷۴
- ابعاد تولید چابک ..... ۷۴
- عناصر اصلی تولید چابک ..... ۷۵

۷۵	۱. یوزر استوری
۷۶	۲. صاحب محصول
۷۶	۳. اسکرام مستر
۷۶	۴. تیم
۷۶	۵. اسپرینت
۷۶	۶. بک‌لاگ محصول
۷۷	۷. اسکرام روزانه
۷۷	۸. جلسه گذشته‌نگر
۷۷	فرآیند چابک در هفت مرحله

## فصل دهم رهبری چابک ۷۸

۸۰	سه مدل از رهبران چابک
۸۰	مدل اول؛ قلب
۸۱	مدل دوم؛ عقل (ذهن)
۸۱	مدل سوم؛ اراده
۸۱	۱. قدرت جهت‌گیری، مشاهده، تصمیم‌گیری و اقدام
۸۱	۲. قدرت اولویت‌بندی، شهود و پردازش

## فصل یازدهم نظام آموزش و چابک‌سازی ۸۳

۸۵	چابکی در نظام آموزش عالی
۸۷	پیشبرنده‌های چابکی
۸۷	آسان‌کننده‌های چابکی
۸۷	بازدارنده‌های چابکی
۸۷	پیامدهای چابکی

## فصل دوازدهم مدیریت منابع انسانی و چابک‌سازی ۸۸

۹۰	هوشمندی و آگاهی
۹۰	شایستگی
۹۰	مدیریت دانش
۹۰	سیستم اطلاعات
۹۱	توانمندسازها یا شیوه‌های سازمانی مؤثر بر منابع انسانی چابک
۹۱	ابعاد چابک‌سازی منابع انسانی
۹۱	عوامل مؤثر بر چابک‌سازی منابع انسانی
۹۱	پیامدهای چابک‌سازی منابع انسانی

## فصل سیزدهم ..... زنجیره تأمین چابک ..... ۹۲

- ۹۴ ..... یکپارچگی فرآیندها در زنجیره تأمین چابک
- ۹۴ ..... حساسیت و پاسخگویی به بازار در زنجیره تأمین چابک
- ۹۵ ..... مجازی‌سازی در زنجیره تأمین چابک
- ۹۵ ..... شبکه‌مداری در زنجیره تأمین چابک
- ۹۶ ..... رویکرد فرآیندگرا در زنجیره تأمین چابک

## فصل چهاردهم ..... چابک‌سازی در بخش دولتی ..... ۹۷

- ۹۷ ..... ضرورت توجه به چابکی سازمان در بخش دولتی
- ۹۹ ..... اصول بخش‌های دولتی برای چابکی
- ۹۹ ..... ۱۴ نشانه چابکی در بخش دولتی
- ۱۰۰ ..... مؤسسات دولتی چابک
- ۱۰۰ ..... چابکی در بانک‌های بخش دولتی
- ۱۰۱ ..... چالش‌های چابکی در بخش دولتی
- ۱۰۱ ..... راهکارهای پیشنهادی

## فصل پانزدهم ..... چابک‌سازی در بخش خصوصی ..... ۱۰۳

- ۱۰۴ ..... اصول و مزایای فرهنگ سازمانی چابک در شرکت‌های خصوصی
- ۱۰۵ ..... ویژگی‌های فرهنگ سازمانی چابک در شرکت‌های خصوصی
- ۱۰۵ ..... ۱. مزیت اول بودن
- ۱۰۵ ..... ۲. به تیم انگیزه می‌دهد.
- ۱۰۶ ..... ۳. مشتری‌های شما را درگیر می‌کند.
- ۱۰۶ ..... روش‌های چابک‌تر نمودن شرکت‌های خصوصی
- ۱۰۶ ..... ۱. به کارکنان استقلال بدهید.
- ۱۰۶ ..... ۲. خودتان نمونه باشید.
- ۱۰۶ ..... ۳. برای تیم خود یک نقطه کانونی ایجاد کنید.
- ۱۰۶ ..... ۴. ارزش را درک کنید.
- ۱۰۷ ..... ۵. از شر ترس خلاص شوید.
- ۱۰۷ ..... چگونه میزان مشارکت شغلی کارکنان شرکت را به سبک چابک بسنجیم؟

## فصل شانزدهم ..... چابک‌سازی در سازمان‌های نظامی و دفاعی ..... ۱۰۸

- ۱۰۸ ..... انواع چابکی
- ۱۰۸ ..... چابکی احساسی

۱۰۸	چابکی در تصمیم‌گیری
۱۰۹	چابکی عملیاتی
۱۰۹	چابک‌سازی در سازمان‌های نظامی
۱۰۹	طرح چابک‌سازی نیروی زمینی ارتش آمریکا
۱۰۹	چابک‌سازی در ارتش روسیه
۱۱۰	چابک‌سازی در ارتش هند

## **فصل هفدهم** ارزیابی چابکی سازمانی ۱۱۲

۱۱۲	۱. صنعت خود را درک کنید
۱۱۲	۲. معیارهای درست را اندازه بگیرید

## **فصل هجدهم** چالش‌های چابک‌سازی ۱۱۸

۱۲۰	چالش‌های راه‌اندازی نظام چابک‌سازی در یک سازمان
۱۲۱	چالش‌های دیگر مدیریت چابک
۱۲۳	منابع فارسی
۱۲۶	منابع انگلیسی

خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که بتواند  
خواسته‌های به‌روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.  
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست‌دارید تألیف "آقایان دکتر محمد کشاورز - ابوالفضل رضای کاشانی - علی مهدیلوی تازه‌کندی" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشر گشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

**با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید**

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران  
dibagaran@mftplus.com



## مقدمه مؤلف

در فضای کسب و کار متلاطم و غیر قابل پیش‌بینی در عصر حاضر، برتری در رقابت به هدف اصلی و اساسی هر سازمانی تبدیل شده است. در چنین شرایطی، کوچکترین لغزش و اشتباه، گاه می‌تواند منجر به زوال و نابودی یک سازمان گردد. در محیط کسب و کار کنونی، تغییرات همیشگی و بی‌سابقه‌ای حاکم است. محصولات و خدماتی که امروز در حد جهانی تولید می‌شوند، شاید فردا به زحمت یافت شوند. در چنین فضایی، برخی سازمان‌ها به سختی به فعالیت خود ادامه می‌دهند و گاهی با شکست روبرو می‌شوند، چرا که قابلیت‌های سازمانی آنها پاسخگوی تغییرات محیطی نیست. در واقع تغییرات در محیط بیرونی باعث واکنش و عکس‌العمل کسب و کارها و سازمان‌ها می‌شود و آنها را به سمت تغییر سوق می‌دهد. فرآیندهای کوچک‌سازی سازمان‌ها، مهندسی مجدد فرآیندها، تشکیل تیم‌های توسعه محصول، اجرای برنامه‌های تقویت کارکنان، حرکت به سوی سازمان‌های مجازی، ارتقاء قابلیت پاسخگویی مؤثر به نیازهای مشتریان و تحلیل بازار به منظور پاسخ اثربخش به تغییرات از جمله اقداماتی هستند که در این راستا صورت می‌پذیرد. به منظور رویارویی با تغییرات جدیدی که در دنیای رقابت امروزی رخ می‌دهد، سازمان‌ها باید به فراتر از سازگاری با تغییرات بیاندهند و به دنبال بهره‌مندی از فرصت‌های بالقوه باشند.

واژه چابک در فرهنگ لغت، به معنای حرکت سریع، چالاک، فعال، و چابکی به معنای توانایی حرکت به صورت سریع و آسان و قادر بودن به تفکر سریع و با یک شیوه هوشمندانه است. اساساً ریشه و زادگاه چابکی، ناشی از تولید چابک است و تولید چابک مفهومی است که طی سال‌های اخیر عمومیت یافته و به عنوان استراتژی موفق توسط تولیدکنندگانی که خودشان را برای افزایش عملکرد قابل ملاحظه آماده می‌کنند، پذیرفته شده است. در شرایط امروزی، هر سازمانی باید توان تولید همزمان محصولات متمایز و با کیفیت، توان طراحی مجدد محصولات، تغییر روش‌های تولید، و توان واکنش کارآمد به تغییرات را داشته باشد. در صورت داشتن چنین توانمندی‌هایی به آن بنگاه اقتصادی، سازمان چابک اطلاق خواهد شد. بنابراین چابکی را می‌توان به عنوان توانایی کامیابی در محیط همیشه در حال تغییر و غیرقابل پیش‌بینی تعریف نمود.

بالتبع می‌توان اذعان داشت که چابکی سازمانی، موضوعی بسیار مهم برای پاسخگویی به چالش‌های محیطی است. در اقتصاد پویا و دیجیتالی امروز، تنها مزیت رقابتی پایدار این است که سازمان بتواند نیازهای مشتریان خود را به سرعت شناسایی کرده و به موقع به آنها پاسخ بدهد. نقطه قوت این مزیت این است که استراتژی‌های جدید را به سرعت توسعه داده و پیاده‌سازی کند و برای دستیابی بهتر به فرصت‌های نوظهور، سازماندهی مجدد کند تا قادر به عرضه "ارزش" در کوتاه‌ترین زمان ممکن باشد. مدیران و رهبران سازمانی باید چابکی را در سازمان‌ها نهادینه کرده و آن را به یک فرهنگ سازمانی و ارزش مبدل نمایند.

با این توصیف، سازمان‌های چابک فراتر از انطباق با تغییرات خواهند اندیشید. این قبیل سازمان‌ها، در ارتباط با تأمین و ارضای نیازهای مشتریان نیز به گونه‌ای دیگر تعمق خواهند کرد و تنها به فکر فروش صرف محصولات یا خدمات خود نخواهند بود. بلکه راه‌حلی برای برآوردن نیازهای واقعی مشتریان ارائه خواهند داد. اینگونه سازمان‌ها معتقد

هستند که محصولات و خدمات‌شان کامل نیست و به غنی‌سازی ارزش‌های مشتریان و ایجاد ارزش افزوده برای آنان با غنی‌سازی محصول خود اقدام می‌کنند. این امر سبب غیر قابل دسترس شدن جایگاه سازمان‌های چابک برای رقبا می‌گردد. بر این اساس هر چقدر سازمان شما انعطاف‌پذیرتر باشد و سریع‌تر بتواند خود را با تغییرات اجتناب‌ناپذیر تطبیق دهد، آمادگی بهتری برای رویارویی با تغییرات، کسب بیشتر سهم بازار، بهبود کارایی سازمان و افزایش رضایت و وفاداری مشتریان و ذینفعان خواهد داشت.

برای مواجهه با این تغییرات، چابکی به عنوان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر فعالیت و رقابت در عرصه مدیریت جهانی مسأله‌ای است که ذهن مدیران و مسئولان کشور ما در سازمان‌های مختلف را به خود مشغول کرده است. به طور کلی سازمان‌هایی که به چابکی سازمانی خود بیشترین اهمیت را بدهند، طبیعتاً بیشترین موفقیت را نیز کسب خواهند کرد. در کتاب پیش رو، بر آن شدیم تا بر اهمیت بحث چابک‌سازی در سازمان‌ها بپردازیم و این مفهوم را از جنبه‌ها و ابعاد گوناگون در انواع سازمان‌ها بررسی و تبیین نماییم و مدل‌هایی را برای پیاده‌سازی چابکی در سازمان‌های ایران ارائه دهیم. امید است این قلیل خدمت، مورد توجه و عنایت مدیران و کارکنان سازمان‌ها و همچنین اساتید و دانشجویان ارجمند کشور عزیزمان ایران قرار گیرد.

**دکتر محمد کشاورز**

**ابوالفضل رضای کاشانی**

**علی مهدیلوی تازه کندی**

**پاییز ۱۴۰۰**

## ← مقدمه

«چرا کسبوکار من باید چابک باشد؟» سوالی است که هر مدیری باید قبل از چابک‌سازی سازمان خود به آن فکر کند. چابک‌سازی سازمان در توضیح کلی؛ یعنی توانایی پاسخ‌گویی به نیاز مشتری و بازار به صورت سریع و آسان است. در فضای کنونی کسبوکارهای آنلاین و فیزیکی، تنها راه‌حل برای پاسخ‌گویی سریع و بدون دغدغه، چابک‌سازی سازمان است. چابکی را می‌توان به معنی نشان دادن واکنش سریع به عوامل و فعالیت‌های غیرقابل پیش‌بینی دانست. در سال‌های اخیر این کلمه بیش‌تر برای واحدهای تولیدی به کار گرفته می‌شود، که خواهان تولید بیش‌ازپیش خود هستند. هم‌زمان با شروع قرن ۲۱ دستیابی به موفقیت و بقای سازمان مشکل‌تر می‌شود و این واقعیت ناشی از ظهور عصر تجاری جدیدی است که تغییر یکی از خصوصیات اصلی آن است. این وضعیت موجب بازنگری اساسی در اولویت‌های تجارت، دیدگاه استراتژیک، قابلیت بقا و روش‌ها شده‌است. در جهان امروز بیش‌تر تأکید بر قابلیت سازگاری با تغییر در محیط تجاری است و یک روش پیش‌کنشی برای درک نیازهای مشتری و بازار، متدهای تازه همکاری؛ مانند سازمان‌های مجازی است. پارادایم ظاهرشده چابک‌سازی است که در مفهوم یک گام به جلو و ایجاد معانی جدید برای عملکرد بهتر و موفقیت در تجارت بوده و در عمل نیز رویکردی استراتژیک و در نظر گرفتن شرایط جدید محیط تجاری است. پاسخ به تغییرات و در نظر گرفتن مزیت آن‌ها از طریق استفاده استراتژیک از متدها و ابزارهای تولیدی و مدیریتی، مفاهیم محوری و اساسی چابک‌سازی هستند (خوش‌سیما، ۲۰۰۳).

به عبارتی می‌توان گفت رویکردها و راه‌حل‌های گذشته دیگر قابلیت و توانایی خود را برای مقابله با چالش‌های سازمانی و محیط بیرونی از دست داده‌اند؛ یا بهتر است که با رویکردها و دیدگاه‌های جدیدی جایگزین شوند. بنابراین، یکی از راه‌های پاسخگویی به عوامل تغییر و تحول سازمانی، چابکی است. به طور کلی، سازمان چابک می‌تواند باعث کاهش هزینه‌های تولیدی و افزایش سهم بازار، ارضای نیاز مشتریان، آماده‌سازی برای معرفی محصول یا خدمت جدید، ارزیابی و تخمین فعالیت‌های فاقد ارزش افزوده و افزایش رقابت‌پذیری سازمان‌های دولتی و خصوصی شود. از این رو، سازمان چابک به عنوان پارادایم سازمانی قرن ۲۱ طرفداران بسیاری دارد و به عنوان یک استراتژی موفق در بازارهای رقابتی با تغییرات سریع نیازهای مشتریان مطرح شده‌است. از این رو، در دنیای امروز اصطلاح «دولت چابک» دیگر یک تناقض نیست. نیروهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و تکنولوژیک بر دولت‌ها و تصمیمات آن‌ها با سرعت فزاینده‌ای تأثیر می‌گذارند. شهروندان و کسبوکارها خواستار خدمات سریع‌تر و سفارشی‌شده بیش‌تری هستند و لذا، سیاست‌ها باید سریع‌تر از پیش توسعه یافته و اجرا شوند. تغییر پیوسته یکی از مفاهیم اساسی و کارکردی در سازمان‌هایی است که در قرن حاضر فعالیت می‌کنند. سازمان‌هایی که در محیطی بسیار فعال و پویا در حال انجام فعالیت و بقا باز خواهند ماند. در این راستا، بی‌شک می‌توان گفت سازمان‌هایی می‌توانند به موفقیت دست یابند، که از رویکردها و راهبردهای جدید همچون مفهوم چابکی استفاده کنند. چابکی؛ از جمله راهبردهای بسیار کلیدی در راستای دریافت سریع نیازهای مشتریان و ارائه پاسخ مناسب به آن در کوتاه‌ترین زمان ممکن است. چابکی مفهومی است که می‌تواند به عاملی اساسی در راستای برخورد و مدیریت محیط‌های سازمانی با ویژگی‌های تغییرات پیوسته و همراه با عدم اطمینان تبدیل شود و به سازمان‌ها کمک کند تا بتوانند به اهداف از پیش تعیین شده خود دست یابند.

(آقایی و آقایی، ۱۳۹۳). از طرف دیگر بر اساس سیاست‌های کلی نظام اداری که از سوی مقام معظم رهبری ابلاغ گردیده‌است، چابکی سازمان‌ها می‌تواند در مؤلفه‌هایی؛ همچون فرهنگ، رهبری و مدیریت، نوآوری، استراتژی، تغییر و یادگیری، ساختار سازمانی، فناوری اطلاعات، انسجام و یکپارچگی، استفاده از فرصت‌های بالقوه و ارزش‌های مشترک جلوه پیدا کند (صفدریان و پورکیانی، ۱۳۹۶). باید توجه داشت که سازمان‌های چابک با سازمان‌های سنتی دارای تفاوت‌های بنیادینی هستند. در سازمان‌های چابک عموماً مدیر وظیفه استفاده بیش از پیش از استعداد و ظرفیت پرسنل موجود در راستای تولید ارزش برای مشتری را دارد. در این رویکرد مدیر باید به قضاوت، دانایی و دانش افرادی که قرار است کارهای مشتری را انجام دهند، ایمان داشته باشد. در این رویکرد مدیر به تمام نیروی انسانی تحت نظر خود اعتماد دارد و رویکرد از خارج به داخل است؛ نه پایین به بالا یا بالا به پایین. در این سیستم به جای مدیر، مشتری مدیریت و ریاست می‌کند؛ اما در سازمان‌های سنتی، مدیر باید کارهایی را که نیاز است انجام شود، شناسایی کند و این کارها را به پرسنل برای انجام بسپارد، مدیر در این مدل سازمان وظیفه نظارتی بر انجام صحیح کارها را نیز بر عهده دارد. هدف نهایی این نوع از سازمان‌ها به سود رسیدن است و مدیر به تنهایی تعیین‌کننده کارها، اهداف و وظایف است. عموماً در سازمان‌هایی که رویکرد بالا به پایینی دارند، چابک‌سازی سازمان به شدت مشکل و در برخی مواقع ناممکن است. اجرای چابک‌سازی در این سازمان‌ها معمولاً به صورت ناقص انجام می‌شود و فقط چابک‌سازی در حد گروه اعمال می‌شود.