

به نام خدا

جرمی هوپ - استیو پلایر

فراسوی مدیریت عملکرد (جلد اول)

چرا، چه هنگام و چگونه ابزارها و تجارب
برتر مدیریتی به عملکرد ممتاز منجر می‌شوند

((سری کتاب‌های استراتژی و عملکرد / ۳))

مترجمان:

فرهاد مهمان‌پذیر، محمد مسعود نخستین

علی عباس بنائی



۱۳۹۴

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور

هوپ، جرمی، ۱۹۴۸ - Hope, Jeremy

فرا سوی مدیریت عملکرد: چرا، چه هنگام، چگونه ابزارها و تجارب برتر مدیریتی به عملکرد ممتاز منجر می‌شود / جرمی هوپ، استیو پلایر؛ مترجمان فرهاد مهمان‌پذیر، محمد مسعود نخستین، علی عباس بنایی.

مشخصات نشر
مشخصات ظاهری

تهران: بازتاب، ۱۳۹۳-

۳۲۲ ص. جدول، نمودار.

فروست

سری کتب‌های استراتژی و عملکرد؛ ۳.

شابک

۹۷۸-۶۰۰-۷۵۲۲-۰۴-۲

وضعیت فهرست‌نویسی

فیبا

یادداشت

عنوان اصلی: Beyond performance management: why, when, and how to use 40 tools and best practices for superior business performance, c2012.

چرا، چه هنگام، چگونه ابزارها و تجارب برتر مدیریتی به عملکرد ممتاز منجر می‌شود.

عنوان دیگر

موضوع

کارآمدی سازمانی - اندازه‌گیری

موضوع

عملکرد - مدیریت

موضوع

کیفیت فراگیر - مدیریت

شناسه افزوده

پلیر، استیو، ۱۹۸۵ - Player, Steve

شناسه افزوده

مهمان‌پذیر، فرهاد، ۱۳۴۴ - مترجم

شناسه افزوده

نخستین، محمد مسعود، ۱۳۴۶ - مترجم

شناسه افزوده

بنایی، علی عباس، ۱۳۴۶ - مترجم

رده‌بندی کنگره

۱۳۹۳ ق ۵۸۸/۸۶۸۶ HD

رده‌بندی دیویی

۶۵۸/۳۱۴

شماره کتابشناسی ملی

۳۷۵۱۷۶۱



فرا سوی مدیریت عملکرد

مترجمان: فرهاد مهمان‌پذیر - محمد مسعود نخستین - علی عباس بنایی

ناشر: انتشارات بازتاب

صفحه‌آرا: زهره ترکمن / طراح جلد: مریم عمارلو

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۲۲-۰۴-۲ ج ۱

نوبت چاپ: اول، تهران - ۱۳۹۴ / تیراز: ۱۰۰۰ جلد

چاپ و صحافی: گوتنبرگ

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ و مسئولیت صحت مطالب کتاب به عهده مؤلف است.

تهران، خیابان انقلاب، خیابان اردیبهشت (شهید منیری جاوید)، تقاطع ژاندارمری، ساختمان

دانشجو، پلاک ۶۱، طبقه اول، انتشارات بازتاب

تلفن: ۶۶۴۱۷۴۲۵ - ۶۶۴۹۴۵۴۱ فکس: ۶۶۹۵۶۰۶۹

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار مترجمان
۹	پیشگفتار
۱۱	مقدمه نویسندگان
۲۳	فصل اول: بیانیه مأموریت
۴۵	فصل دوم: برنامه‌ریزی استراتژیک
۶۷	فصل سوم: اهداف بلندپروازانه
۸۳	فصل چهارم: کارت امتیازی متوازن
۱۰۷	فصل پنجم: مدیریت منابع پویا
۱۳۵	فصل ششم: مدیریت دانش
۱۵۷	فصل هفتم: الگوبرداری
۱۷۳	فصل هشتم: پایداری
۱۸۷	فصل نهم: دارایی‌های نامشهود
۲۰۵	فصل دهم: ارزش افزوده اقتصادی
۲۲۳	فصل یازدهم: تحلیل رشد درآمد
۲۴۱	فصل دوازدهم: مدیریت ارتباط با مشتری
۲۵۹	فصل سیزدهم: مدیریت وفاداری
۲۷۷	فصل چهاردهم: ارزش پیشنهادی به مشتری
۲۸۹	فصل پانزدهم: مشتریان سودآور و استراتژیک
۳۰۵	واژه‌نامه

پیشگفتار مترجمان

عده زیادی از مدیران میانی و کارشناسان با ژستی روشنفکرانه داد سخن می‌دهند که من در سازمان یا در واحد خود این ابزار یا مدل را اجرا کرده‌ام. در برخی از نمونه‌ها شاهد بوده‌ایم که تقریباً ابزار مدیریتی وجود ندارد که شرکت مدعی اجرای آن نباشد. اما آنچه که در عمل مشاهده می‌شود، ملغمه‌ای آشفته و کاریکاتوری از نمونه‌های غربی است که کاملاً با فضای سازمان نامأنوس و بیگانه است؛ و در برخی موارد نیز به شکلی متفاوت نمایش داده شده و ریاکارانه به خورد سازمان داده شده‌اند. نتیجه این ابزار بازی‌ها نیز بسیار روشن است، معجونی التقاطی و نامتعین تحویل مدیران ارشد می‌گردد که هر کسی از ظن خود یار اوست و در انتها هم هیچ تأثیری در عملکرد سازمان ندارد. در این موارد معمولاً متولیان این امور نیز که بهتر از هر کسی آگاهند که چه کرده‌اند و چه بلایی بر سر سازمان آورده‌اند، شروع به تعبیرها و تفسیرهای متعددی از کار خود کرده، درحالی که غافل از این موضوع مهم هستند که این ابزارها در صورتی که ماهیتاً با نوع مسائل سازمان ما تطبیق داشته باشند و البته به‌خوبی و با تمام جزئیات توسط متخصصین واجد شرایط اجرا شده باشند، خود بسنده هستند و بی‌نیاز به هر گونه معرفی و تفسیری. در سازمان‌های ذکر شده بدون شنیدن توضیحات متولی ابزار، فرایند و نتیجه کار غیرقابل درک است؛ البته نه به دلیل پیچیدگی و تخصصی بودن امور بلکه به سبب بی‌معنی بودن. به این جمله اسکار وایلد دقت کنید، "فقط آدم‌های سطحی‌اند که بر مبنای ظواهر و دوری نمی‌کنند، راز جهان در آن چیزی است که آشکار است، نه آنچه به چشم نمی‌آید". بله منظور واضح است، مدیران ارشد بایستی با چشم باز و آگاهی مناسب تنها بر مبنای نتایج خلق شده از اجرای ابزارها قضاوت نمایند و نه بر مبنای اصطلاحات آکادمیک نامأنوس و افاصات عجیب و غریبی که توسط برخی کارشناسان مدعی به سازمان دیکته می‌شود. متأسفانه هنوز عده‌ای از مدیران نیز دیده می‌شوند که می‌پندارند "اگر در مدل‌های استراتژی و عملکرد خود متغیرهای بیشتری دخیل کنند و یا تعداد زیادی ابزار بکار ببرند، به معنای تضمین موفقیت بیشتر است". این

درحالی است که متخصصی همانند الفرد چندلر در یک دوره زمانی طولانی، مطالعاتش تنها بر روی دو متغیر (ساختار و استراتژی) متمرکز بود و دیگری مثل وودوارد نیز فقط بر روی رابطه ساختار و تکنولوژی مطالعه می‌کرد؛ قطعاً این به معنای ناآگاهی این افراد برجسته از تعداد بسیار زیاد متغیرها نبوده بلکه مصداق این تمثیل است که، "یک داغ دل بس است برای قبیله‌ای ...".

انتخاب کتاب حاضر برای ترجمه با هدف تبیین موارد فوق و به دست آوردن توانایی تشخیص سره از ناسره صورت گرفته تا از این طریق بتوان ضمن آگاهی بخشی به مدیران و کارشناسان کشور، حداقل آن‌ها را با ادبیات و نقاط ضعف و قوت هر یک از این ابزارهای مدیریتی به گونه‌ای آشنا ساخت که بتوانند با بهرین از مدگرایی بر بهبود عملکرد سازمانی واقعی و ملموس متمرکز شوند.

از مشخصه‌های جذاب این اثر، نگارش آن به دست دو تن از صاحب نظران و مشاوران برجسته مدیریت و اساتید دانشگاه هاروارد است. کتاب حاضر به توصیف ۴۰ ابزار مدیریتی می‌پردازد و آن‌ها را در قالب ۵ مقوله کلی برنامه‌ریزی استراتژیک، ارزش سهامداران و مشتریان، مدیریت هزینه ناب، مدیریت عملکرد، و ارزیابی عملکرد دسته بندی می‌نماید. کتاب توسط انتشارات هاروارد به چاپ رسیده است و هر ابزار پس از معرفی از روایای پراهمیت زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد:

- چستی و چرایی اثربخشی این ابزار
- چگونگی تأثیر آن بر عملکرد سازمان
- دلایلی که باعث ناکارآمد شدن ابزار می‌گردد

مجموعه این توضیحات، به گونه‌ای است که مدیر و یا تصمیم‌ساز را به درجه‌ای از توانایی در شناخت می‌رساند که احتمال عدم موفقیت انتخاب او را در ابزار مناسب به حداقل کاهش می‌یابد. از آنجا که حجم کتاب ترجمه شده در قالب یک جلد مناسب تشخیص داده نشد، جلد اول آن با ۱۵ ابزار در این مرحله و جلد دوم آن با ۲۵ ابزار در آینده نزدیک تقدیم شما خواهیم کرد. مقدمه نویسندگان کتاب بسیار جامع است و بنابراین نیازی به توضیح بیشتری از سوی مترجمین نیست، توصیه می‌نماییم که حتماً قبل از شروع کتاب آن را مطالعه فرمایید.

از مدیران نشر بازتاب که بامتانت و روشنفکری که برازنده شخصیت فرهنگی آن‌هاست، ما را در مسیر چاپ این کتاب یاری نمودند کمال سپاس‌گزاری را داریم.

سعی فراوانی به عمل آورده‌ایم تا ضمن حفظ امانت، ترجمه روان و قابل درکی را تقدیم حضور نماییم لیکن از آنجایی که دید انتقادی و ریزبین شما خواننده گرامی، کاستی‌های احتمالی اثر را برای تصحیح در چاپ‌های بعدی بر ما عیان می‌کند، درخواست داریم تا انتظارات و انتقادات خود را از طریق ایمیل ceo@khordadgroup.com با ما در میان بگذارید.

فرهاد مهمان‌پذیر - محمدمسعود نخستین

بهمن ۱۳۹۳

www.ketab.ir