



نهایت مزیت رقابتی

تغییر استراتژی، پایه پای سرعت کسب و کار

نویسنده: ریتا مک گراث

مترجم: سید حسین جلالی



گروه پژوهشی صنعتی ایران
انتشارات ایران اسناد و کتابخانه ملی

سرشناسه:

ریتا، مک گراث

عنوان و نام پدیدآور:

نهایت مزیت رقابتی، تغییر استراتژی، پایه پای سرعت
کسب و کار / ریتا مک گراث ، مترجم سید حسین جلالی

مشخصات نشر:

تهران: آریانا قلم، ۱۳۹۴

مشخصات ظاهری:

۲۱۶ص، جدول، نمودار

شابک:

۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۰۵-۶

وضعیت فهرست نویسی:

فیبای مختصر

یادداشت

فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی
<http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است

یادداشت: (عنوان اصلی)

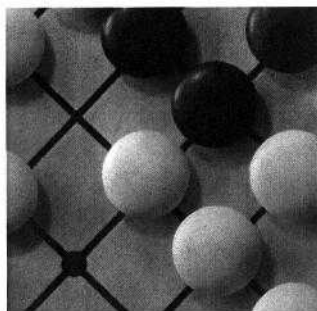
The End of Competitive Advantage: How to
Keep your Strategy Moving as Fast as Your
Business, 2013

شناسه افزوده:

سید حسین جلالی، ۱۳۶۶، مترجم

شماره کتاب شناسی ملی:

۳۷۹۸۵۰۰



نهایت مزیت رقابتی

تغییر استراتژی، پایه پای سرعت کسب و کار

نویسنده: ریتا مک گراث

مترجم: سید حسین جلالی

طراح جلد: الهه فرج عصری

صفحه آرا: داریوش گل سرخی

چاپ اول: بهار ۱۳۹۴

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۰۵-۶

ناشر: آریانا قلم، همه حقوق برای گروه پژوهشی صنعتی آریانا محفوظ است و هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل، بدون اجازه کتبی ممنوع است.

نشانی: تهران خیابان سهروردی جنوبی، ملایری پور غربی،

پلاک ۳۷، واحد همکف

تلفن: ۰۲۱۸۸۳۴۲۹۱۰

فروشگاه اینترنتی: www.AryanaGhalam.com





همان طور که می دانیم مفهوم مزیت رقابتی ارتباط مستقیمی با ارزش های مورد نظر مشتری دارد و هر قدر ارزش پیشنهادی شرکت به آنچه مورد نظر مشتری است، نزدیک تر باشد، شرکت برتری بیشتری نسبت به رقبای خود دارد. اما همان گونه که ریتا مک گراث در این کتاب اشاره می کند در دنیای امروز که به سرعت در حال تغییر است، نیازها و خواسته های مشتریان نیز در حال دگرگونی است و مزیت شکل گرفته براساس آن نیز می بایست تغییر کند و پافشاری برای حفظ آن مزیت ناگزیر به شکست منجر می شود.

در واقع این کتاب مفهوم مزیت رقابتی را نفی نمی کند، بلکه مفهوم مزیت رقابتی پایدار را به چالش می کشد و پایداری آن را نفی می کند. شرکت ها باید همگام با تغییر محیط، توانمندی ها و قابلیت های خود را گسترش دهند و مزیت های رقابتی شان را بازسازی کنند. این همان مفهومی است که مک گراث در کتابش به آن اشاره می کند و به کمک بحث هایی همچون تخصیص منابع و نوآوری سازمانی آن را شرح می دهد.

این کتاب کار پژوهشی ارزشمند مک گراث و همکارانش بر روی روند رشد مستمرده شرکت برتر در سال های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹ است. البته باید اشاره کرد که رکود اقتصاد جهانی در سال های اخیر شرایط متغیری برای تمامی شرکت ها به وجود آورده است و به طور طبیعی آنها بیشتر از گذشته ناپایداری مزیت رقابتی را درک کرده اند، کما اینکه شرکت های ایرانی نیز در فضای متغیر و

کم ثبات سیاست‌گذاری، پیش از این، باید به این درک رسیده باشند. انتشارات آریانا قلم امیدوار است مدیران و کارشناسان ایرانی با مطالعه این کتاب ضمن درک مفهوم مزیت رقابتی ناپایدار، بتوانند با چگونگی خلق استراتژی، متناسب با شرایط امروز کسب و کارها آشنا شوند.

سمیه محمدی

مدیرعامل انتشارات آریانا قلم

www.ketab.ir



بدون شک مزیت رقابتی پایدار کلیدی‌ترین مفهوم کتاب‌های حوزه استراتژی در دو تا سه دهه اخیر بوده است. تقریباً در هر کتابی از مدیریت استراتژیک می‌توانید تأکید درباره اهمیت مزیت رقابتی پایدار را بیابید و به علاوه، هیچ دانش‌آموخته‌ای در رشته مدیریت را نخواهید یافت که با تعریف این واژه بیگانه باشد. به همین دلیل، مزیت رقابتی پایدار توافق جمعی استادان، دانش‌آموختگان، محققان، مشاوران و دانشجویان مدیریت را در پس خود داراست و این مسئله مطالعه کتابی را که ایده مزیت رقابتی پایدار را به چالش می‌کشد، در نگاه اول دشوار می‌سازد.

بخش عمده‌ای از توفیق ایده مزیت رقابتی پایدار مرهون ذکاوت، قدرت بیان و وجهه آکادمیک مایکل پورتر، استاد دانشکده کسب و کار هاروارد است. اما همانطور که نویسنده این کتاب، ریتا گانتز مک‌گراث، استاد دانشکده کسب و کار کلمبیای ایالات متحده آمریکا، در مصاحبه اخیرش اشاره کرده است، ایده مزیت رقابتی پایدار تا زمانی کارآمد است که محیط و مرزهای پیرامون آن از ثبات و شفافیت لازم برخوردار باشد، سازمان از توانایی لازم برای جلوگیری از ورود رقبای جدید به صنعت برخوردار باشد و رقابت در درون صنعت اصلی‌ترین محرک سودآوری به شمار آید. با این وجود، سرعت تغییر و تحولات محیطی، میزان رقابت و توسعه شتابان کسب و کارهای نوپا کارآمدی ایده مزیت

رقابتی پایدار را به شدت کاهش داده است و مک‌گراث با ترسیم چنین شرایطی به تبیین مفهوم مزیت رقابتی ناپایدار و موقتی پرداخته است.

پیشینه مک‌گراث در تدریس، مدیریت اجرایی و مشاوره سبب شده است این کتاب فقط منحصر به تشریح مباحث نظری نباشد. تشریح ابعاد مزیت رقابتی ناپایدار به همراه معرفی ابزارهایی از جمله پرسشنامه تله مزیت‌های رقابتی، ماتریس استراتژی‌های قطع ارتباط، رویه تخصیص منابع، ماتریس موقعیت‌یابی نوآوری، فرایند گام‌به‌گام و نظام مدل نوآوری و یک فصل مستقل درباره مفهوم مزیت رقابتی ناپایدار در زندگی شخصی این کتاب را به مرجعی جذاب برای هر دو گروه مخاطبان دانشگاهی و مخاطبان حرفه‌ای تبدیل کرده است. لازم است در ابتدا از نقطه نظرات و همراهی همه دوستانم در مجموعه گروه پژوهشی صنعتی آریانا و انتشارات آریانا قلم، به ویژه جناب آقای مهندس مجتبی اسدی، سرکار خانم سمیه محمدی و سرکار خانم لیلا نبی‌فر تشکر کنم. به علاوه، از سرکار خانم الهه فرج‌عصری که زحمت طراحی جلد کتاب را بر پایه توصیف نویسنده از مزیت رقابتی ناپایدار متقبل شده‌اند، سپاسگزاری می‌کنم. با تقدیم این کتاب به خانواده‌ام، شما را به مطالعه ایده مزیت رقابتی ناپایدار دعوت می‌کنم و از آنجایی که علاوه بر لغزش‌های احتمالی ترجمه، موضوعی چالش برانگیز و بدیع در این کتاب مطرح شده است، با اشتیاق پذیرای نقدها و دیدگاه‌های تان هستم.

سید حسین جلالی

book@shjalali.com



فهرست

۱۱	نظرات چهره‌های مشهور درباره کتاب
۱۵	پیش‌گفتار
۱۷	مقدمه
	فصل اول
۲۵	نهایت مزیت رقابتی
	فصل دوم
۵۳	بازآرایی مستمر: دستیابی به توازن میان ثبات و چابکی
	فصل سوم
۷۹	قطع رابطه موفق
	فصل چهارم
۱۰۱	بهره‌گیری از تخصیص منابع برای ارتقای چابکی
	فصل پنجم
۱۳۱	خبرگی در نوآوری
	فصل ششم
۱۶۷	رهبری و چارچوب ذهنی شرکت‌های رویارو با مزیت‌های ناپایدار
	فصل هفتم
۱۹۱	مزیت رقابتی ناپایدار چه معنایی در زندگی شخصی شما دارد؟
۲۱۳	درباره نویسنده