

نوهزینه گاهی

تو می از نوآوری که به مشتریان دقیقاً همان خدماتی را ارائه می دهد که
می خواهند، نه بیشتر

نویسندگان:

استفن وانگر
جین برنولا

مترجمان:

صدر امامی

محمد جوادی قاضیانی

www.ketab.ir

سرشناسه: وانکر، استیون

Wunker, Stephen

عنوان و نام پدیدآور: نوهزینه‌های نویسندگان استیون وانکر، جنیفر لولا؛ مترجم صدرا امامی، محمد جوادی قاضیانی؛ ویراستار علمی عادل طالبی، مریم حبیبی یوسفی..

مشخصات نشر: تهران: برآیند، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری: ۱۷۸ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۴۵-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Cost.o.vatin.

موضوع: برنامه‌ریزی سازمانی

موضوع: Business planning

موضوع: شرکت‌های اقتصادی -- امور مالی

موضوع: Business enterprises -- Finance

موضوع: بودجه‌بازگانی

موضوع: Budget in business

شناسه افزوده: لا، جنیفر لو

شناسه افزوده: Law, Jennifer Luo

شناسه افزوده: امامی، صدرا، ۱۳۷۰- مترجم

شناسه افزوده: Emami Ale Agha, Sadra

شناسه افزوده: جوادی قاضیانی، محمد، ۱۳۷۲- مترجم

شناسه افزوده: طالبی، عادل، ۱۳۵۶-، ویراستار

شناسه افزوده: Talebi, Adel

شناسه افزوده: حبیبی یوسفی، مریم، ۱۳۶۸-، ویراستار

شناسه افزوده: Habibi Yousefi, Maryam

رشدی کنگره: ۲۸/۲۹ ۱۳۹۸/HD۳۰

رده‌بندی دیویی: ۴۰۱۲/۶۵۸

کتابخانه کتابشناسی ملی: ۵۵۸۱۹۸۱

وضعیت زود: فیپا

BARAYAND

انتشارات برآیند

نوهزینه‌های

نوعی از نوآوری که به مشتریان دقیقاً همان خدمات را ارائه

می‌دهد که می‌خواهند نه بیشتر

نویسندگان: استیون وانکر، جنیفر لولا

مترجمان: صدرا امامی، محمد جوادی قاضیانی

ویراستار علمی: عادل طالبی

ویراستاران: سارا قدیمی، شهره زمانی، مریم حبیبی یوسفی

کارشناس ترجمه: مریم حبیبی یوسفی

مدیر هنری: فرشادرستمی

صفحه‌آرا: فاطمه محمدی

طراحی جلد: بابک قادری

ناظر چاپ: سینا برازوان

چاپ اول: ۱۳۹۹

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۶۶-۴۵-۳

آدرس: تهران، میدان فاطمی،

خیابان بیستون، کوچه دوم

ب، پلاک ۳/۱، واحد اول غربی،

صنایع دستی: ۱۴۳۱۶۵۳۷۶۵

تلفن: ۸۸۹۹۶۳۱

• همه حقه‌ها چاپ و نشر انحصاراً

برای سربند مجله‌هاست.

• استفسار، پیشنهادها، سفارش‌ها را از متن

کتاب، فقط برای متن و معنی آن

مجاز است.

بخش ۱ مقدمه‌های بر نوهزینه‌گاهی ۱۳

فصل اول

نوهزینه‌گاهی چیست و چرا مهم است؟ ۱۵

بخش ۲ سه ویژگی نوهزینه‌گاهی ۲۵

فصل دوم

چشم‌انداز کیفیت ۲۷

فصل سوم

تمرکز بی‌وجه: دقیق شوند! ۴۵

فصل چهارم

تمایل به کم‌رنگ کردن منافع نوا: نوآوری از درون ۶۱

بخش ۳ کتابچه راهنمای اختراعات نوهزینه‌گاهی ۷۵

فصل پنجم

بسیست استراتژی و تاکتیک ۷۷

بخش ۴ تصویری بزرگ‌تر ۱۲۵

فصل ششم

تشخیص: هفت نشانه آمادگی صنعت برای نوهزینه‌گاهی ۱۲۷

فصل هفتم

هم‌سویی نوهزینه‌گاهی و استراتژی کلان سازمان ۱۳۱

راهنمای گام‌به‌گام برای شروع کار

امروز صبح شنیده است. چه کار می‌کنید؟ ۱۴۷

یادداشت‌ها ۱۵۹

نماینه ۱۶۳

سخن مترجم

عنوان کتاب نوهزینه‌گاهی از ترکیب دو واژه پدید آمده است: نوآوری و کاهش هزینه. برای توضیح بیشتر، از متن کتاب استفاده می‌کنم: نوهزینه‌گاهی گونه‌ای نوآوری است که می‌کوشد هزینه‌ها را به حداقل برساند و هم‌زمان، مشتریان را به تحسین وادارد. نوهزینه‌گاهی به معنای برآورده کردن انتظارات مشتریان با کمترین هزینه و حتی فراترفتن از آن انتظارات است.

بنا بود کتاب نوهزینه‌گاهی اولین کتابی باشد که برای انتشارات برآیند ترجمه می‌کنم؛ اما بعدها و بر اثر اتفاقاتی که از حوصله این متن خارج است به دومین کتاب بدل شد. اکنون که به گذشته نگاه می‌کنم از این اتفاق خرسندم. در ادامه، دلیل این خرسندی کوچک را توضیح می‌دهم. زمانی که این متن نوشته می‌شود ده ماه از آغاز همه‌گیری کرونا می‌گذرد و کسب‌وکارها به شدت تحت تأثیر این واقعه قرار گرفته‌اند. قیمت دلار به مرز ۳۲ هزار تومان رسید و در کنار فشار فزاینده هزینه‌های زندگی کسب‌وکارها هر روز با افزایش هزینه‌های تأمین مواد اولیه مواجه‌اند؛ اما مشکلات بزرگ‌تر نیز نبود. نمی‌توان آینده‌ی روشنی برای وضعیت سیاسی اقتصادی کشور متصور شد و از پس این اتفاق، ایران کسب‌وکارها در وضعیت بی‌تصمیمی قرار گرفته‌اند. این وضعیت بی‌تصمیمی فارغ از اندازه کسب‌وکار، میزان نقدینگی موجود و اندازه شرکت است؛ زیرا مدیران نمی‌دانند آیا باید این موقعیت را فضای زودگذر بدانند یا وضعیتی که برای چندین سال پایدار است. آن‌ها نمی‌دانند باید از بازار خارج شوند یا با افزایش انعطاف‌پذیری و سرعت عمل، سهم بازاری را که به‌تازگی از خروج دیگر شرکت‌ها به وجود آمده است تصاحب کنند. با وجود افزایش قیمت‌ها مواد اولیه بخردند و تولید را بر این اساس قیمت‌گذاری کنند یا مدتی کاهش تولید داشته باشند تا ثبات به بازارها برگردد. این کتاب از اقتصاد کلان صحبت نمی‌کند، اما با نگاهی جزئی‌تر و کاربردی دقیقاً برای چنین روزهایی نوشته شده است.

نویسنده در بخشی از کتاب می‌گوید: «رکود اقتصادی روزی از ما خواهد رسید و آمادگی برای سیر نزولی اقتصاد کلان به آن معنا نیست که شما نمی‌توانید نوآوری کنید و جلو بروید؛ با نوهزینه‌گاهی از عهده هر دو برمی‌آید.» یا در جایی دیگری اشاره می‌کند: «با اذعان کرد مشکلات مشتریان، رکود اقتصادی و تحول صنعت را نمی‌توان پیش‌بینی کرد؛ اما به هر حال رویارویی با این اتفاقات اجتناب‌ناپذیر است و نوهزینه‌گاهی پاسخی سریع به این وضعیت را امکان‌پذیر می‌سازد.» به بیان ساده‌تر، این کتاب برای این روزهای فعالان اقتصادی نوشته شده است تا نشان بدهد چگونه می‌توان با تغییر دیدگاه به نوآوری و ترکیب نوآوری و کاهش هزینه به دستاوردهای بزرگی رسید.

در پایان، به رسم ادب باید از افرادی تشکر کنم. در ابتدا، از جناب آقای عادل طالبی، مدیر محترم نشر برآیند، برای تمام نظرات و حمایت‌ها تشکر می‌کنم. در ادامه باید از سرکار خانم مریم حبیبی

برای پیگیری‌های مستمر و همچنین از سرکار خانم سارا قدیمی برای ویراستاری تشکر کنم و صد البته از محمد جوادی که با همراهی اش این کتاب شکل گرفت. امیدوارم که این کتاب بتواند تأثیر مثبتی بر ذهن مدیران و فعالان اقتصادی کشورم داشته باشد و دریچه‌نگاه جدیدی بر روی آن‌ها بگشاید و سختی تصمیم‌گیری‌های اقتصادی این روزها را اندکی بکاهد.

صدرا امامی
دی ۱۳۹۹