

به نام خدا



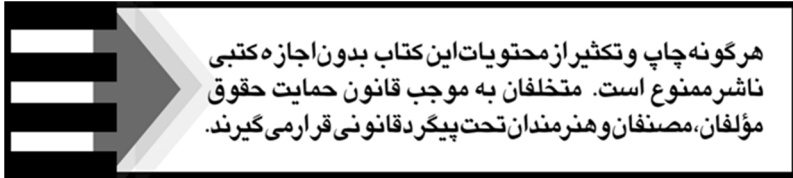
مقدمه ای بر مشاوره مدیریت

نویسنده:

Marc G.Baaj

مترجم:

دکتر بابک جوادی



◀ عنوان کتاب: مقدمه ای بر مشاوره مدیریت

◀ مولف: Marc G. Baaj

◀ مترجم: دکتر بابک جوادی

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ صفحه آرای: فرناوش عبدالهی

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۰

◀ چاپ و صحافی: صدف

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۱۸۰۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۱۴-۸

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱

تلفن: ۲۲۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagarantehran.com

www.dibbook.ir

نشانی اینستاگرام دیبا [dibagaran_publishing](https://www.instagram.com/dibagaran_publishing) نشانی تلگرام: @mftbook

هر کتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی.

هر گوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

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

سرشناسه: بایی، مارک جی. Baaij, Mark G
عنوان و نام پدیدآور: مقدمه ای بر مشاوره
مدیریت/نویسنده (مارک جی بایی): مترجم: بابک
جوادی.

مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری: ۶۲۰ ص: جدول، نمودار

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۱۴-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: An introduction to

management consultancy, ۲۰۱۴

موضوع: مشاوران کسب و کار

موضوع: Business consultancy

شناسه افزوده: جوادی، بابک، ۱۳۶۰- مترجم.

رده بندی کنگره: HD ۶۹

رده بندی دیویی: ۰۰۱

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۶۶۶۷۹

فهرست مطالب

بخش اول : پدیده‌ی مشاوره‌ی مدیریت ۶
فصل ۱ / تعریف مشاوره‌ی مدیریت..... ۹
فصل ۲ / مبدأ و توسعه‌ی مشاوره‌ی مدیریت ۴۷
فصل ۳ / دلایل، ریسک‌ها و نتایج مشاوره‌ی مدیریت..... ۸۱
بخش دوم : صنعت مشاوره‌ی مدیریت ۱۱۳
فصل ۴ / مروری بر دورنمای صنعت مشاوره‌ی مدیریت ۱۱۶
فصل ۵ / دورنمای رقابتی صنعت مشاوره‌ی مدیریت..... ۱۴۴
فصل ۶ / توسعه‌های کلان و صنعت مشاوره‌ی مدیریت..... ۱۹۱
بخش سوم : شرکت مشاوره‌ی مدیریت ۲۱۹
فصل ۷ / زنجیره‌ی ارزش شرکت مشاوره‌ی مدیریت ۲۲۲
فصل ۸ / مدیریت و اداره‌ی شرکت مشاوره‌ی مدیریت ۲۵۱
فصل ۹ / مسیر شغلی افراد در مشاوره‌ی مدیریت ۲۸۷
بخش چهارم : پروژه‌ی مشاوره‌ی مدیریت ۳۳۶
فصل ۱۰ / ارباب‌رجوعان و سایر ذینفعان..... ۳۴۰
فصل ۱۱ / مدیریت یک پروژه‌ی مشاوره..... ۳۹۲
فصل ۱۲ / تشخیص ساختاریافته‌ی مشکل..... ۴۲۷
فصل ۱۳ / توسعه ساختاریافته‌ی راهکار..... ۴۸۳
فصل ۱۴ / ارائه‌ای ساختاریافته..... ۵۳۲
فصل ۱۵ / پیاده‌سازی ساختاریافته..... ۵۷۵

خط مشی کیفیت انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌های است که بتواند خواسته‌های به روز 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 دانشگاهی، علوم پایه و به ویژه علوم کامپیوتر و انفورماتیک گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و 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 روشن می‌نماید.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری جمعی از اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران، محققان و نیز پرسنل ورزیده و ماهر در زمینه امور نشر درصدد هستند تا با تلاش‌های مستمر خود برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهند.

کتابی که در دست دارید با همت "دکتر بابک جوادی-عضو هیئت علمی دانشگاه تهران" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

کارشناسی و نظارت بر محتوا: زهره قزلباش

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما دانش‌پژوه گرامی درخواست می‌نماید با مراجعه به آدرس dibagaran.mft.info (ارتباط با مشتری) فرم نظرسنجی را برای کتابی که در دست دارید تکمیل و ارسال نموده، انتشارات دیباگران تهران را که جلب رضایت و وفاداری مشتریان را هدف خود می‌داند، یاری فرمایید.

امیدواریم همواره بهتر از گذشته خدمات و محصولات خود را تقدیم حضورتان نماییم.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
bookmark@mft.info

در باره مولف و مترجم:

این کتاب توسط استاد مدیریت استراتژیک که سابقاً در شرکت گروه مشاوران بوستون فعالیت می‌کرده، نوشته شده است. وی نخست به‌عنوان یک مشاور مدیریت و بعدها به‌عنوان مدیر پروژه در این شرکت مشاوره، کار می‌کرد. بانیچ، در دانشکده‌ی مدیریت روتردام در دانشگاه آراسموس روتردام در هلند، مشغول تدریس و فعالیت است. وی، استاد مدیریت استراتژیک و مدیر بخش اجرایی کارشناسی ارشد در برنامه‌ی مشاوره‌ی مدیریت این دانشکده است. بانیچ، دروس و کارگاه‌های گوناگونی درباره‌ی مشاوره‌ی مدیریت، طراحی کرده است. همچنین وی، مدیران و مشاوران مدیریت را در خصوص بهترین رویه در روش حل مشکل در شرکت‌های رده‌ی بالای مشاوره، آموزش می‌دهد.

مترجم با بیش از ۱۵ سال سابقه حضور موثر در حوزه‌های مدیریت زنجیره تامین و لجستیک، مهندسی فرآیند و معماری سازمانی و مهندسی کسب و کار، در مجامع دانشگاهی و سازمانهای ایرانی نامی شناخته شده است. دکتر جوادی، دارای دکترای مهندسی صنایع از دانشکده فنی دانشگاه تهران است. ایشان معلم، محقق، نویسنده، مترجم، مشاور مدیریت و عضو هیات علمی دانشگاه تهران است. تلفیق دانش تئوری به روز و همچنین تجربه سالها همکاری به عنوان مدیر یا مشاور سازمانهای ایرانی موجب شده او یکی از مشاوران توانا و عملیاتی به منظور پروژه تغییر و بهبود قابلیت های سازمانی در محیط پویای کسب و کارهای امروزی به شمار آید. ایشان در حال حاضر علاوه بر تدریس در دانشگاه به عنوان مشاور با "گروه مشاوره مدیریت هدرا" همکاری دارد.

تقدیر و تشکر مترجم:

لازم است تا مراتب سپاسگزاری خود را به چند تن ابراز کنم. پیش و بیش از همه، از همسر (سرکار خانم دکتر رومینا گلپرور) سپاسگزارم، که واقعا بخش عمده ای از وقت مصروف در ترجمه این کتاب از آن او بوده است. از این رو، همین جا ترجمه این اثر را از اعماق قلبم به ایشان تقدیم می‌کنم. از دوستان فاضل و مهربانم در گروه مشاوره مدیریت هدرا، جناب آقایان مهندس مسعود خسروبد و مهندس امید لطفی، که از آغاز تا انجام کار مرا مورد مهر، حمایت و راهنمایی خود قرار دادند، تشکر و قدردانی می‌کنم و جناب آقای دکتر سعید سعادت، مدیرعامل و سایر همکاران موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران، بابت شکیبایی و پشتیبانی در به سرانجام رسیدن این اثر از آنها تشکر و قدردانی می‌نمایم.

بخش اول

◆ راهنمای فصل‌ها

فصل ۱- تعریف مشاوره‌ی مدیریت

فصل ۲- منشا و توسعه‌ی مشاوره‌ی مدیریت

فصل ۳- دلایل، ریسک‌ها و نتایج مشاوره‌ی مدیریت

پدیده‌ی مشاوره‌ی مدیریت

خلاصه بخش اول کتاب

این بخش با کنکاش چستی مشاوره‌ی مدیریت، کار را آغاز می‌کند. مشاوره‌ی مدیریت، اصطلاحی محبوب همگان است. اما هنگامی که افراد از مشاوره‌ی مدیریت، سخن به میان می‌آورند، در حقیقت چه منظوری دارند؟ هر بخش این کتاب طوری طراحی شده است که مجموعه‌ای از اهداف یادگیری حاصل آیند. پس از مطالعه‌ی بخش نخست، شما باید بتوانید:

- ◆ خدمات حرفه‌ای که متعلق به حوزه‌ی مشاوره‌ی مدیریت هستند و نیستند را مورد ارزیابی قرار دهید (فصل اول).
- ◆ گزاره‌های ارزش و موقعیت‌های بازار شرکت‌های مشاوره‌ی مدیریت را از لحاظ توسعه‌های تاریخی این صنعت، توضیح دهید (فصل دوم).
- ◆ زمان قابل توجه و مناسب برای استخدام مشاوران مدیریت را به طور انتقادی ارزیابی کنید (فصول یک و سه).
- ◆ میان دلایل غیررسمی ارباب‌رجوعان برای استخدام مشاوران مدیریت، تمایز قایل شوید (فصل سوم).
- ◆ به طور انتقادی در خصوص اثر مشاوران مدیریت بیندیشید (فصل سوم).
- ◆ مناسب‌ترین نوع پروژه‌ی مشاوره‌ی مدیریت را برای موقعیت و نیاز خاص ارباب‌رجوع، تعیین کنید (فصول ۱ و ۳).
- ◆ به طور انتقادی در خصوص این سؤال که آیا مشاوره‌ی مدیریت یک حرفه است یا خیر، بیندیشید (فصول ۱ و ۳).

❖ فصل اول: تعریف مشاوره‌ی مدیریت

برای آنکه به درک بهتری از مشاوره‌ی مدیریت برسید، این فصل میان ویژگی‌های مشاوره‌ی مدیریت، تمایز قایل می‌شود. بر اساس تعاریف گذشته از مشاوره‌ی مدیریت، این کتاب تعریفی ترکیبی را پیشنهاد می‌دهد که شامل تعریف گسترده و تعریف باریک‌بینانه از مشاوره‌ی مدیریت می‌شود. همچنین فصل اول به بررسی آن دسته از خدمات حرفه‌ای که متعلق به حوزه‌ی مشاوره‌ی مدیریت هستند، می‌پردازد. پرسش مهم دیگری که ممکن است بپرسید آن است که: چه کسی مسئول یک پروژه‌ی مشاوره‌ی مدیریت است؟ این فصل نحوه‌ی توزیع و تقسیم مسؤلیت‌ها میان ارباب‌رجوعان و مشاوران را نشان می‌دهد. فصل اول، نقش‌های مختلف و متنوعی - هم رسمی و هم غیر رسمی - که مشاوران مدیریت ممکن است بازی کنند را مرور می‌کند. در نهایت، این پرسش که آیا مشاوره‌ی مدیریت یک حرفه است یا خیر، مورد آزمون قرار می‌گیرد.

❖ فصل ۲: منشأ و توسعه‌ی مشاوره‌ی مدیریت

فصل دوم به بررسی تاریخ صنعت مشاوره‌ی مدیریت می‌پردازد. سؤالات کلیدی‌ای که در این فصل پاسخ داده می‌شوند، عبارتند از: منشأ و مبدأ مشاوره‌ی مدیریت کجاست و در طول زمان این صنعت چگونه متحول شده است؟ با این مرور، الگوهای تاریخ صنعت مشاوره، مشخص و معلوم می‌گردند و علل و پیامدهای این الگوها، بررسی می‌شوند. همچنین این فصل، چرایی اینکه شرکت‌های تازه وارد، جایگزین شرکت‌های مشاوره‌ی مدیریت در گذشته می‌شدند را توضیح می‌دهد. نام این فصل «صعود (رشد) و سقوط شرکت‌های مشاوره‌ی مدیریت» نیز می‌توانست باشد. آخرین ولی نه کم اهمیت‌ترین مورد آنکه، در این فصل پیامدهای این الگوهای تاریخی برای شرکت‌های امروزی مشاوره‌ی مدیریت، توضیح داده می‌شوند.

❖ فصل ۳: دلایل، خطرات و نتایج مشاوره‌ی مدیریت

فصل سوم روی این سؤال متمرکز می‌شود: چرا مدیران از مشاوران استفاده می‌کنند؟ این فصل دلایل رسمی و غیر رسمی برای استفاده از مشاوران مدیریت را شناسایی می‌کند و سپس اینکه آیا مشاوران باید انتظارات ارباب‌رجوعان را برآورده سازند یا خیر، مورد بحث قرار می‌دهد. همچنین اثر مشاوره‌ی مدیریت روی ارباب‌رجوعان، صنایع ارباب‌رجوعان و در مفهوم گسترده‌تر، روی محیط کلان، بررسی می‌شوند. علاوه بر این، مشاوره‌ی مدیریت خارجی و داخلی در این فصل مورد مقایسه قرار می‌گیرند و خطرات اصلی مشاوران خارجی مطرح می‌شوند. با توضیح اثر مشاوره‌ی مدیریت از لحاظ رشد جهانی آن، فصل سوم به پایان می‌رسد.