

۲۲۱۹۲۴۲

ساختن برای ماندن

جیم کالینز و جری پوراس

www.ketab.ir

کالینز، جیمز چارلز، ۱۹۵۸ - م.	سرشناسه
(Collins, James C. (James Charles	عنوان و نام پدیدآور
ساختن برای ماندن/ جیم کالینز و جری پوراس؛ مترجم پویا پوراحمد.	مشخصات نشر
تهران: انتشارات شیرمحمدی، ۱۴۰۰.	مشخصات ظاهری
۴۰۱ ص: ۵/۲۱×۵/۱۴؛ ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۷-۱۴-۱	شابک
فیبا	وضعیت فهرست نویسی
Build to last: successful habits of visionary companies, اصلی: ۱۹۹۴. c	یادداشت
کتاب حاضر در سالهای مختلف توسط مترجمان و ناشران متفاوت منتشر شده است.	یادداشت
موفقیت در کسب و کار -- ایالات متحده	موضوع
Success in business -- United States	موضوع
پوراس، جری آی.	شناسه افزوده
.Porras, Jerry I	شناسه افزوده
پوراحمد، پویا، ۱۳۶۴-، مترجم	شناسه افزوده
HF۵۳۸۶	رده بندی کنگره
۶۵۸	رده بندی دیویی
۷۹۴۶۶۷۲	شماره کتابشناسی ملی
فیبا	اطلاعات رکورد کتابشناسی

ساختن برای ماندن

جیم کالینز و جری پوراس

مترجم: پویا پوراحمد

صفحه آرا: هدیه نوری

ویراستار: مونا حقوقی پور

چاپ: شریف

لیتوگرافی: بارنگ

چاپ: اول ۱۴۰۰

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۹۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۹۷-۱۴-۱



انتشارات شیرمحمدی

آدرس تهران خ انقلاب اسلامی خیابان ۱۲ فروردین ک مینا

پلاک ۱۲ واحد ۱

تلفن ۶۶۹۵۷۴۱۶ ۶۶۱۷۵۸۴۵

مخلصى ۰۹۱۲۴۴۵۸۷۰۲

فهرست مطالب

۷	مقدمه‌ای بر چاپ جلد شومیز
۲۱	پیش‌گفتار
۲۳	فصل ۱: بهترین بهترین‌ها
۵۵	فصل ۲: ساعت‌ساز، نه زمان‌گو
۸۹	فصل ۳: فراتر از سود
۱۳۹	فصل ۴: حفظ هسته‌ی اصلی / تحریک پیشرفت
۱۵۵	فصل ۵: اهداف بزرگ جسورانه
۱۸۹	فصل ۶: فرهنگ‌های فرقه‌مانند
۲۲۳	فصل ۷: آزمودن موارد بسیار و حفظ آنچه کارایی دارد
۲۶۳	فصل ۸: مدیریت خانگی
۲۸۵	فصل ۹: خوب بودن هرگز کفایت نمی‌کند
۳۰۷	فصل ۱۰: پایان آغاز
۳۳۱	فصل ۱۱: ساخت آرمان
۳۶۳	بخش پایانی: پرسش‌های متداول
۳۷۳	پیوست ۱: مسائل پژوهشی
۳۸۱	پیوست ۲: ریشه‌های شرکت‌های آرمانی و شرکت‌های مقایسه‌ای

مقدمه‌ای بر چاپ جلد شومیز

در روز ۱۴ مارس ۱۹۹۴، نسخه‌ی نهایی «ساختن برای ماندن» را برای ناشر فرستادیم. مانند همه‌ی نویسندگان، امیدها و آرزوهایی برای این کتاب داشتیم؛ اما هرگز اجازه ندادیم این امیدها به توقع تبدیل شوند. می‌دانستیم که به ازای هر کتاب موفق، ده یا بیست اثر به همان اندازه خوب (یا بهتر) در گمنامی می‌مانند. دو سال بعد، هنگام نوشتن این مقدمه برای چاپ جلد شومیز، تا حدودی از ابعاد موفقیت کتاب متعجب بودیم: بیش از چهل مورد انتشار در سراسر جهان، ترجمه به سیزده زبان و فروش گسترده در آمریکای شمالی، ژاپن، آمریکای جنوبی و بخش‌هایی از اروپا.

روش‌های زیبایی برای سنجش موفقیت کتاب وجود دارد؛ اما برای ما شمار خوانندگان در اولویت قرار داشت. در ابتدا، به لطف پوشش گسترده‌ی مجله‌ها و روزنامه‌ها، کتاب به سرعت مورد توجه مخاطبان قرار گرفت و واکنش زنجیره‌ای دهان‌به‌دهان را در بین خوانندگان متفکر برانگیخت و این کلمه‌ای کلیدی است: خوانندگان. قیمت واقعی کتاب چقدر است؟ قطعاً پانزده تا بیست و پنج دلار پشت جلد نیست. برای افراد پرمشغله، قیمت پشت جلد در مقایسه با زمان لازم برای خواندن و هضم یک کتاب، به ویژه آثار مبتنی بر پژوهش، مانند همین کتاب، اهمیت چندانی ندارد. بیشتر مردم کتاب‌هایی را که می‌خرند، یا دست‌کم برخی از آن‌ها را، نمی‌خوانند. ما نه تنها از آمار خریداران کتاب، بلکه از تعداد بالای خوانندگان آن خوشحال و حیرت‌زده شدیم. از مدیران عامل و مدیرهای ارشد گرفته تا کارآفرینان، رهبران موسسه‌های غیرانتفاعی، سرمایه‌گذاران، روزنامه‌نگاران، تازه‌مدیران و بسیاری افراد پرمشغله‌ی دیگر، زمان ارزشمند خود را صرف مطالعه‌ی این کتاب کردند.