

ارزش‌گذاری از داستان تا اعداد

ارزش داستان‌ها در تجارت

نویسنده:

آسوات داموداران

مترجمان:

کامیار فراهانی‌فرد

افسانه شریعت

ویراستار:

الهام السادات طوسی

آراد کتاب

سرشناسه	داموداران، آسوات، ۱۹۵۷-م.
عنوان و پدیدآور	ارزش‌گذاری از داستان تا اعداد/ نویسنده: آسوات داموداران، ترجمه: کامیار فراهانی‌فرد. ترجمه: افسانه شریعت
مشخصات نشر	تهران، آراد کتاب،
مشخصات ظاهری	۳۰۸ ص،
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۲۶۶-۳
یادداشت	عنوان اصلی: Narrative and numbers : the value of stories in business, [2017]
موضوع	پرس و جوی روایی (روش تحقیق) (Narrative inquiry (Research methods))
موضوع	کسب و کار - ارتباط (Business communication)
موضوع	پس‌خورد (روانشناسی) (Feedback (Psychology))
موضوع	شرکت‌ها - ارزش‌گذاری (Corporations -- Valuation)
شناسه افزوده	فراهانی‌فرد، کامیار، ۱۳۵۹-مترجم
شناسه افزوده	شریعت، افسانه، ۱۳۶۲-مترجم
رده بندی کنگره	۱۳۹۶ ۱۳۹۵ / ۵۲۵۲ / H۶۱
رده بندی دیویی	۳۰۰ / ۷۲۳
شماره کتابخانه ملی	۴۷۴۰۸۸۸

ارزش‌گذاری از داستان تا اعداد

ارزش داستان‌ها در تجارت

تالیف: آسوات داموداران	ترجمه: کامیار فراهانی‌فرد
ناشر: آراد کتاب	افسانه شریعت
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد	نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۸۶-۲۶۶-۳	قیمت: ۱۴۵۰۰۰ تومان

حق چاپ برای ناشر محفوظ است. کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب با نگرش به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ برای انتشارات آراد کتاب محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

مرکز پخش و فروش:

انتشارات آراد کتاب | تلفن: ۰۶۶۹۷۵۲۸۵ - ۰۶۶۴۸۲۲۲۶ - ۰۹۳۵۳۰۶۲۴۵۸

خرید آنلاین از سایت: www.aradbook.com

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
7	فصل اول: ماجرای دو قبيله
19	فصل دوم: براييم داستاني بگو
35	فصل سوم: عناصر داستان گويي
49	فصل چهارم: قدرت اعداد
67	فصل پنجم: ابزار سروكله زدن با اعداد
87	فصل ششم: ساختن داستان
111	فصل هفتم: راستي آزمايي داستان
131	فصل هشتم: از داستان تا اعداد
151	فصل نهم: از اعداد به ارزش
177	فصل دهم: بهبود و اصلاح داستان، حلقه بازخورد
195	فصل يازدهم: تحول داستان - دنياي واقعي مداخله مي كند
215	فصل دوازدهم: اخبار و داستان ها
239	فصل سيزدهم: بزرگ فكر كن - داستان كلان
263	فصل چهاردهم: چرخه ي عمر شركت
287	فصل پانزدهم: چالش مديريتي
305	فصل شانزدهم: پايان بازي

پیشگفتار

در اوایل مقطع متوسطه در دبیرستان، دیدگاه حاکم بر دنیا، ما را به دو دسته راویان داستان¹ و افراد ماشین حسابی² دسته‌بندی می‌کند. به محض قرار گرفتن در یکی از این طبقه‌بندی‌ها، به قلمرو ترجیحی‌مان خو می‌گیریم و در آن سکنا می‌گزینیم. در مدرسه، عددگرایان به انتخاب کلاس‌هایی روی می‌آورند که اعداد و محاسبات از سر و رویشان می‌بارد؛ در دانشگاه جذب رشته‌های عدد و رقمی مانند مهندسی، علوم فیزیک، حسابداری می‌شوند و طی زمان، ظرفیت داستان‌گویی را از دست می‌دهند. راویان، کلاس‌های علوم اجتماعی مدرسه را پر می‌کنند و سپس، استعداد خود را با کسب تخصص در رشته‌های تاریخ، ادبیات، فلسفه و روانشناسی شکوفا می‌کنند. هر دو گروه، یاد می‌گیرند که از گروه دیگر بترسند و به آنها مشکوک باشند. زمانی که پای هر دو گروه به کلاس ارزش‌گذاری³ من در رشته MBA باز شد، این بدبینی به شکاف بسیار عمیقی تبدیل شد که پیوندناپذیر به نظر می‌رسید. گویی، با دو قبیله روبه‌رو شده بودم که هر کدام به زبان خود سخن می‌گفتند، متقاعد شده بودند که حقیقت را در انحصار خود درآورده‌اند و مطمئن بودند که قبیله‌ی دیگر قطعاً در اشتباه است.

باید اعتراف کنم که خودم فرد عددگرتری هستم تا یک راوی و زمانی که کلاس تدریس ارزش‌گذاری را شروع کردم، تقریباً فقط به تغذیه‌ی گونه‌هم‌نوع خود (ماشین حسابیون) می‌پرداختم. همان‌طور که مشغول دست‌وپنجه نرم کردن با مسأله‌های ارزش‌گذاری بودم، یاد گرفتم که ارزش‌گذاری‌ای که از دل داستان برنخاسته باشد، هم بی‌روح است و هم غیرقابل اعتماد و متوجه شدم که داستان‌ها را بهتر از صفحات اکسل به یاد می‌آوریم. با وجود آنکه به‌طورطبیعی الهاماتی از ناخودآگاه دریافت نمی‌کردم، شروع کردم به تصویرگری یک داستان پیرامون ارزش‌گذاری‌ام و توانستم قصه‌گوی درونم را که از کلاس ششم سرکوب شده بود، باز یابم. با اینکه ذاتاً چپ‌مغز هستم، موفق شدم به طریقی نیمکره‌ی راست مغزم را نیز کشف کنم. در این کتاب، تلاش کرده‌ام که همین تجربه‌ی بافتن داستان‌ها به اعداد یا پیوند دادن اعداد به داستان را بیان کند.

البته، این اولین تجربه کتاب نوشتن من از زبان اول شخص مفرد است. ممکن است استفاده مکرر از کلمات «من» یا «متعلق به من» را کلافه‌کننده و شاید از سر خودشیفتگی بدانید؛ اما طی کتاب متوجه علت شدم. نوشتارم به‌طورعمده درباره‌ی ارزش‌گذاری‌هایم از تک شرکت‌هایی بود که داستان‌هایشان از دیدگاه من تعریف می‌شدند و هر یک منعکس‌کننده نه تنها برداشت شخصی من از آنها و مدیرانشان بود بلکه تفسیری بود از درک من درباره منظره‌ای که به نظاره نشسته بودم.

¹ storytellers

² number crunchers

³ valuation

بنابراین، به توصیف تلاش‌هایم برای نقل داستان‌هایی از علی بابا⁴ در سال 2013، آمازون⁵ و اوبر⁶ سال 2014، و فراری⁷ در سال 2015 می‌پردازم و این داستان‌ها را به جامه اعداد مزین خواهم کرد. به جای استفاده از «ما»ی تشریفاتی و مجبور کردن شما خوانندگان به پذیرفتن داستان‌های من، احساس کردم بسیار صادقانه‌تر و سرگرم‌کننده‌تر است اگر به شما این فرصت را بدهم که بین روایت‌هایم به انتخاب دست بزنید و با آنها به مخالفت برخیزید. در واقع، بهترین طرز استفاده از این کتاب آن است که داستان یکی از شرکت‌ها را انتخاب کنید، مثلاً اوبر، ببینید که با کدام بخش آن موافق نیستید، داستان خود را برایش بسازید و شرکت را بر اساس روایت خودتان ارزش‌گذاری کنید. ریسکی که با به نمایش گذاشتن بی‌سانسور داستان‌هایم از شرکت‌های واقعی تقبل کردم، آن است که دنیای واقعی همواره آستان حوادث غافلگیرکننده‌ای است که با گذر زمان تک به تک داستان‌هایم را به ورطه‌ی اشتباه و در برخی موارد، حتی به نابودی می‌کشاند. به جای ترس از این پیش‌بینی، آن را با آغوش باز می‌پذیرم، زیرا به من اجازه می‌دهد داستان‌هایم را بازبینی کنم و به آنها بهبود و غنا ببخشم.

در این کتاب، تلاش کرده‌ام در نقش‌های بسیاری فرو روم. پر واضح است که بیشتر زمان خود را صرف نقش سرمایه‌گذاری می‌کنم که شرکت را از بیرون مشاهده و ارزش‌گذاری می‌کند، زیرا این نقش را در زندگی واقعی نیز پذیرفته‌ام. گاهی هم در لباس کارآفرین⁸ یا بنیان‌گذار⁹ کسب‌وکاری ظاهر می‌شوم که هم‌وغمش قانع کردن سرمایه‌گذاران، مشتریان و کارمندان بالقوه است تا بتواند ارزش، پایداری و ماندگاری شرکت تازه تاسیس خود را به کرسی بنشانند. چون من هرگز دست به خلق شرکتی چند میلیارد دلاری نزده‌ام، ممکن است نتوانم چندان قانع‌کننده ظاهر شوم، اما شاید در عرصه‌ی ارزش چیزی برای عرضه داشته باشم. در چند فصل پایانی، حتی اقدام به پیوندزدن روایتگری داستان و عددگرایی از دیدگاه مدیران ارشد شرکت‌های بورسی¹⁰ خواهم کرد، با اعتراف مجدد به اینکه هرگز در زندگی‌ام مدیرعامل جایی نبوده‌ام.

اگر به اهدافم برسم، دوست ماشین حسابی‌ام باید بتواند با استفاده از قالب داستان‌گویی‌ام، روایتی را بنا کند که پشتوانه‌ی ارزش‌گذاری‌اش از یک شرکت باشد. در سوی دیگر، خواننده‌ی روایت‌گرم باید بتواند داستانی هر چند خلاقانه را در قالب اعداد ارائه کند. در شکلی کلی‌تر، امیدوارم این کتاب پلی شود میان دو قبیله (راویان داستان و افراد ماشین حسابی)، زبان مشترکی میانشان پدید آورد و مهارت‌های هر دو گروه را در کاری که انجام می‌دهند، بهبود بخشد.

⁴ Alibaba

⁵ Amazon

⁶ Uber

⁷ Ferrari

⁸ entrepreneur

⁹ founder

¹⁰ publically traded companies