

۲۱۶۲۹۸۸

ابن البرکات

تحقق

نوآوری در مدل کسب و کار

یک رویکرد استراتژیک برای مدیران واحدهای تجاری

مترجم :

دکتر بابک دهقانپور

سرشناسه : تراپ، مارتین Trapp, Martin

عنوان و نام پدیدآور: تحقق نوآوری در مدل کسب و کار یک رویکرد استراتژیک برای مدیران واحدهای تجاری/ [مارتین تراپ]؛ مترجم بابک دهقانپور.

مشخصات نشر : تهران : گروه آموزشی مدرس: سنجش و دانش، ۱۳۹۹.

مشخصات ظاهری : ۱۷۱ص.

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۶۵۸۳-۳

وضعیت فهرست نویسی : فیبا

یادداشت : عنوان اصلی: Realizing business model innovation : a strategic approach for business unit managers.

موضوع : نوآوری -- مدیریت

موضوع : Technological innovations -- Management

شناسه افزوده : دهقانپور، بابک، ۱۳۵۱ - مترجم

رده بندی کنگره : HD۴۵

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۰۶۳

شماره کتابشناسی ملی : ۷۳۱۴۱۰۷

سنجش و دانش

www.sanjesh.ir

sanjesh@iran.ir

عنوان: تحقق نوآوری در مدل کسب و کار یک رویکرد استراتژیک برای مدیران واحدهای تجاری

مترجم: بابک دهقانپور

ناشر: انتشارات سنجش و دانش

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹

صفحه آرای: مهدیه مخبری

قطع و تیراژ: وزیری، ۱۰۰ نسخه

«کلیه حقوق برای مؤلف محفوظ است»

بهاء : ۴۵۰۰۰ ریال

چاپ و نشر: تهران، ملارد، مارلیک، بلوار هفت تیر، مجتمع تجاری اداری امیر، آکادمی تخصصی - دتري

مرکز پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶

تلفن تماس: ۰۲۱-۶۵۱۴۰۰۲۷

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
۷	شکاف تحقیق و هدف
۱۳	نقش مقاله
۱۷	اصول و شالوده‌ی از لحاظ تئوری
۱۷	تعریف کاری BMI در شرکتهای چند شغلی
۱۷	انگیزه و روش
۱۸	مرور تعاریف یا ترمیمات BMI موجود
۲۱	عملیاتی سازی
۳۰	بدست آوردن و ایجاد تعریفی مؤثر
۵۲	خلاصه‌ی تعریفی مؤثر
۵۴	جای دهی BMI در عرصه‌ی کارفرمایان
۵۴	انگیزه و روش
۵۵	عرصه‌ی کارفرمایی شرکتی
۵۸	ارتباط با معاملات شرکتی داخلی
۵۹	پیوستن یا ارتباط با کارفرمایی استراتژیک
۶۱	خلاصه کردن مطالب
۶۲	بررسی متون در مورد اجرای BMI در شرکتهای تأسیس شده
۶۲	انگیزه و روش
۶۳	پیشگیرانه
۶۶	آزمایشی
۷۰	خودمختاری (استقلال)
۷۲	مدیریت اختلاف
۷۴	تعهد و اتحاد رهبری
۷۷	خلاصه نمودن نتایج
۷۹	روش کار مطالعه‌ی موردی تجربی
۸۱	مرحله‌ی یک : تماس اولیه و تحقیق - موردی ابتدایی
۸۱	تماس اولیه:
۸۵	تحقیق موردی اولیه:
۸۷	مرحله دوم: آغاز مصاحبه و تحقیق موردی مناسب
۹۰	تحقیق موردی مناسب:
۹۱	مورد حذف شده «کاربر نهایی جدید»
۹۲	مورد حذف شده‌ی «بهینه‌سازی انرژی»

۹۳	مورد حذف شده «برق برای وسایل نقلیه E» (الکتریکی)
۹۵	مرحله سوم: مصاحبه ی نهایی و آنالیز در محدوده ی مورد
۹۷	مرحله ی ۴: مدل فرآیند BMI و تعیین امور
۹۹	مدل فرآیند BMI
۱۰۰	تعیین امور مدیریت کلی
۱۰۳	ساختار طرح کدگذاری
۱۰۴	اعتبارپذیری و قابلیت اطمینان یافته های مطالعه ی موردی
۱۰۶	توضیحات موردی: نتیجه و فرآیند BMI
۱۰۶	موضوع (مورد) یک: «حیطه ی تکنولوژی جدید»
۱۰۶	تصویر مدل سنتی و تجاری جدید
۱۰۷	مدل تجاری سنتی
۱۱۰	مدل تجاری جدید
۱۱۲	طبقه بندی به عنوان BMI
۱۱۳	مجموعه ارزشی ابداعی
۱۱۶	موفقیت مالی:
۱۱۷	توضیح فرآیند BMI
۱۲۲	واقعیت بخشی فرآیندهای BMI
۱۲۳	مورد ۲: «راهحل یک مرحله ای»
۱۲۳	طرح مدل تجاری سنتی و جدید
۱۲۶	مدل تجاری سنتی:
۱۲۷	مدل تجاری جدید:
۱۲۹	طبقه بندی به عنوان BMI
۱۳۰	مجموعه ارزشی ابداعی:
۱۳۱	یکپارچه سازی در شرکت:
۱۳۳	موفقیت مالی:
۱۳۴	توضیح فرآیند BMI
۱۳۹	واقعیت بخشی به فرآیند BMI
۱۴۱	«مورد راهحل تک مرحله ای»: فرآیند BMI
۱۴۲	مورد ۳: «یکپارچه برای کنترل»
۱۴۲	طرح مدل سنتی و تجاری جدید
۱۴۲	مدل تجاری سنتی:
۱۴۳	مدل تجاری جدید:
۱۴۶	طبقه بندی به عنوان BMI
۱۴۷	مجموعه ارزشی ابداعی:
۱۵۱	توصیف فرآیند BMI

۱۵۶.....	واقعیت سازی فرآیند BMI
۱۵۶.....	مورد «یکپارچه سازی برای کنترل»: فرآیند BMI از نقطه نظر مدیر واحد تجاری
۱۵۷.....	مورد ۴: «مخصوص استاندارد»
۱۵۸.....	طرح مدل تجاری جدید موفق و ناموفق
۱۵۸.....	مدل تجاری سنتی:
۱۶۰.....	مدل تجاری جدید ناموفق
۱۶۲.....	طبقه‌بندی به عنوان BMI ناموفق
۱۶۳.....	طرح ارزشی جدید
۱۶۳.....	مجموعه‌ای ارزش ابداعی:
۱۶۳.....	جدید برای شرکت
۱۶۴.....	شکست مالی:
۱۶۶.....	توضیح فرآیند BMI ناموفق
۱۶۹.....	غنیت بخشی فرآیند BMI ناموفق
۱۷۰.....	مورد ۵: «محل سیستم» (جایگاه سیستم)
۱۷۰.....	طرح دو مدل تجاری پیشنهاد شده و سنتی
۱۷۱.....	مورد «جایگاه سیستمی»: طرح مدل تجارت سنتی، BMI بلوکه شده و دومین انتخاب مدل تجاری جدید

مقدمه

مدل تجاری شما نحوه درآمدزایی شما را تعریف می‌کند؛ این مدل توضیح می‌دهد که چگونه ارزشی را با قیمتی مناسب به مشتریان برسانیم. مدل کسب و کار^۱ پایه و اساس روش یک سازمان برای ایجاد ارزش، نحوه انتقال و کسب آن را شرح می‌دهد. این ارزش می‌تواند، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی یا در موضوعات دیگر باشد. گاهی به فرایند ساخت مدل کسب و کار و ایجاد تغییرات در آن، نوآوری در مدل کسب و کار می‌گویند که خود قسمتی از استراتژی تجاری می‌باشد. عبارت دیگر ماهیت مدل کسب و کار شما، توصیف نحوه پول درآوردن در کارتان است. تبیین اینکه چطور ارزشی را با قیمتی مناسب به مشتریان خود ارائه می‌دهید. مدل تجاری یک اکتشاف ساده از هزینه‌ها و چگونگی تعیین قیمت محصولات است. یک مدل تجاری موفق فقط کافی است که نسبت به هزینه‌ای که برای محصولات می‌کند، پول بیشتری از مشتریان جمع‌آوری کند.

یک مدل تجاری جدید شاید تمام هزینه‌ها را در طول طراحی و تولید کم کند، یا شاید هم بتواند روش‌های مؤثرتری برای بازاریابی، فروش پیدا کند. شاید هم راهی جدید و نوآورانه را برای پرداخت مشتریان پیدا کند.

نوآوری مدل کسب و کار دربرگیرنده تغییری نظام‌مند در نوآوری محصول یا فرآیند است؛ زیرا دربرگیرنده تغییراتی در گزاره ارزش مشتری، ارزش افزوده و جلب ارزش است. این تغییر نظام‌مند متاثر از عواملی همچون اندازه و طول عمر شرکت، تنوع استلاف با سایر شرکتها، و مدت زمان استمرار ائتلاف شرکت است.

به طور متداول بیشتر مدل‌های کسب و کار وابسته به فناوری هستند. شرکت‌های پیشگام در اینترنت نیز مدل‌های جدید کسب و کار خود را کاملاً بر پایه فناوری‌های موجود و آینده قرار دادند. با استفاده از فناوری کسب و کارها می‌توانند تعداد زیادی مشتری را با کمترین هزینه‌ها به دست آورند.

^۱ Business model

با این حال لازم نیست برای داشتن یک استراتژی تأثیرگذار حتماً به یک مدل تجاری جدید برسیم. می‌توان یکی از مدل‌های تجاری موجود را انتخاب و به مشتریان مختلف عرضه کرد. وقتی کسب و کاری راه اندازی می‌شود، قرار نیست حتماً همه چیز نشأت گرفته از خلاقیت شما باشد و همه چیز را خلق کنید. درواقع بیشتر کسب و کارها از مدل‌های تجاری موجود برای تجارت خود استفاده می‌کنند و آنها را برای دست‌یافتن به مدل ایده‌آل خود، اصلاح می‌کنند.

مدل تجاری می‌تواند بایکی از روشهای زیر طراحی شود:

نوآوری: یک مدل تجاری برای اولین بار با فکر و ایده‌ای نوآورانه طراحی شود.

احیا: یک مدل تجاری جدیدی مجدداً احیا شود.

تغییر: یک مدل تجاری موجود کمی تغییر در یکی از شش اصل فوق به مدل تجاری جدیدی تبدیل می‌شود.

اتخاذ: یک مدل تجاری به صورت کامل برای شغل دیگری کشور دیگری مورد استفاده قرارگیرد.

ابزارها به کارآفرینان اجازه میدهند راههای مختلف، سازماندهی هزینه‌ها و مجاری درآمد خود را تجربه کنند، بیازمایند، و البته مدل سازی کنند. صنعت وب امکان ایجاد تغییرات فرضی سریع در مدل کسب و کار را برای کارآفرینان فراهم نموده، اجازه میدهند نحوه اثرگذاری این تغییر بر کسب و کار مدل خود در حال و آینده را فوراً ببینند. بیان شد که استراتژی کسب و کار و مدل کسب و کار مفاهیمی نزدیک به هم مرتبط هستند. برخی افراد مدل کسب و کار را همان تصویر قابل لمس استراتژی در کار توصیف میکنند. هر دو استراتژی کسب و کار و مدل کسب و کار چگونگی موفقیت یک شرکت را تشریح می‌کنند. چگونه ارزش مشتری ایجاد می‌کند، چگونه با رقبای خود در صنعت مبارزه می‌کند، و چگونه درآمد ایجاد می‌کند و برای ایجاد حاشیه مناسب پول خرج می‌کند.