

مدل کسب و کار یکپارچه

الیور دی. دولسکی

ترجمہ:

نکتر امان اللہ راہ پیما

محمد رضا جعفر پور فسائی

آفتاب پبلیشرز



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه : دولسکی، الیور دی
عنوان و نام پدیدآور : /مدل کسب و کار یکپارچه /الیور دی دولسکی ؛ ترجمه امان‌اله راهپما ، محمدرضا جعفر پورفسایی
مشخصات نشر : تهران: آفتاب گیتی، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری : ۸۴ ص.
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۴۲۹-۶
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : Product management
موضوع : کسب و کار (بازاریابی)
موضوع : Branding (Marketing)
شناسه افزوده : راهپما، امان‌اله، ۱۳۵۰-
رده بندی کنگره : ۱۲۵۵/۳۳۵۴
رده بندی دیویی : ۸۷/۳۵۸
شماره کتابشناسی ملی : ۷۴۴۱۲۱

آفتاب گیتی

عنوان: مدل کسب و کار یکپارچه

نویسنده: الیور دی دولسکی

صفحه آرایی و تنظیم: نوژن گرافیک

نشر و پخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: پاسارگاد

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۴۲۹-۶

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران میدان انقلاب ضلع جنوب شرقی - نبش خیابان ۱۲ فروردین -

ساختمان ولیعصر - پلاک ۱۳۱۴ - طبقه سوم. واحد ۹

۰۲۱۶۶۹۶۹۸۳۷-۰۹۱۲۳۳۴۲۳۳۶۲ همراه: www.aftabegiti.com نشر و پخش همراه:

پیش گفتار مترجمان

یک مدل کسب و کار ساختار ساده شده‌ای از واقعیت کسب و کار است. البته تعریف مدل کسب و کار اغلب با دشواری‌هایی همراه بوده است. زیرا تعاریف ارائه شده از مدل کسب و کار بر اساس دیدگاه‌های ارائه‌دهندگان آن‌ها که با زمینه‌های متفاوت کسب و کار سر و کار داشته‌اند، بعضاً متفاوت بوده است.

یک مدل کسب و کار که به آن مدل تجاری نیز می‌گویند نشان می‌دهد که یک شرکت چگونه ورودی (سرمایه، مواد خام، نیروی کار و غیره) را به خروجی‌ها (ارزش کل کالاها و خدمات تولید شده) تبدیل می‌کند و بازده و سودی بیش از هزینه‌های صرف شده، کسب می‌نماید. بنابراین، مفقیت یک مدل کسب و کار در توانایی آن برای ایجاد بازده و سودی بیش از هزینه‌های مربوط به سرمایه‌گذاری‌های انجام شده، است. از این رو هر مدل کسب و کار انعطاف‌پذیر باید قادر به ایجاد، حفظ، تداوم بازده برای سرمایه‌گذاران خود در طول زمان باشد، در غیر این صورت، به احتمال زیاد از دنیای کسب و کار حذف خواهد شد.

استروالد؛ مدل کسب و کار را ابزاری مفهومی می‌داند که شامل مجموعه‌ای از عناصر و ارتباطات آن‌ها بوده و منطق شرکت جهت درمندنمایی را نشان می‌دهد. این مدل در واقع معماری یک بنگاه و شبکه‌ی شرکای کلیدی آن به منظور خلق، بازاریابی و تحویل ارزش به مشتریان و ایجاد جریان‌های درآمدی پایدار و سودرر است. مدل کسب و کار یکپارچه مطرح شده در این کتاب برخلاف مدل کسب و کار استروالد، علاوه بر بررسی چگونگی کار با بازیگران داخلی (کارکنان و مدیران شرکت) و بازیگران خارجی (دینفعان از جمله مشتریان، تامین‌کنندگان و سرمایه‌گذاران)، عوامل محیطی تاثیرگذار بر کسب و کار را نیز در قالبی یکپارچه در نظر می‌گیرد و دامنه خلاقیت و تصمیم‌گیری مدیران آن را با توجه به شرایط محیطی مورد توجه قرار می‌دهد. با توجه به این که مدل کسب و کار

استروالد در قبل از مدل مطرح شده در این کتاب، مطرح شده است به خوانندگان محترم پیشنهاد می شود در صورت امکان قبل از مطالعه این کتاب، آن را مطالعه فرمایند.

مدل های کسب و کار بخش اساسی استراتژی و راهبرد شرکت ها و سازمان ها هستند. آنها پیوندی اساسی میان بازار محصولات و بازار عوامل تولید مانند نیروی کار و سرمایه فراهم می کنند. یک مدل کسب و کار ممکن است مبتنی بر جنبه های مختلف فعالیت های اقتصادی باشد، مانند طراحی، ساخت، تامین مواد خام، تولید، نیروی کار، بازاریابی، قیمت گذاری، تبلیغ محصولات شرکت، توزیع، خدمات، پردازش فروش، مدل های پرداخت، زمان بندی پرداخت، غیره.

مدل های کسب و کار نه تنها برای راه اندازی کسب و کارهای جدید بلکه برای توسعه و بهسازی کسب و کارهای موجود، ضروری هستند.

این کتاب ترجمه کاملی از **Integrated Business Model اثر الیور دی. دولسکی** است. در این کتاب که شامل پنج گفتار است، سعی شده مفاهیم مرتبط با مدل کسب و کار یکپارچه به گونه ای قابل درک برای علاقه مندان مطرح شود.

در **گفتار نخست و مقدمه** کتاب به پدیده های گریزناپذیر تغییر اشاره شده و با توجه به پیچیدگی های ناشی از تغییرات سریع و پویای محیطی، ضرورت رویکردها و روش های تازه ای برای ایجاد و توسعه کسب و کار و البته بر پیچیدگی ها مورد توجه قرار گرفته است.

در **گفتار دوم** منشاء پیدایش و کاربرد اصطلاح "مدل کسب و کار" بیان، و با ریشه یابی اصطلاح "مدل کسب و کار" سعی شده است، تعریفی جامع و فراگیر از مدل کسب و کار ارائه شود.