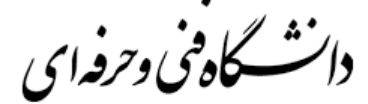


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





مدرس: جعفر آقا زاده

پژوهشگر پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی

و مرکز رشد دانشگاه علوم پزشکی تبریز

مدیر عامل شرکت

دانش بنیان پویا راهبرد آذربایجان



بوم کسب و کار

کسب و کار مجموعه فعالیت ها و منابع با هدف ارائه ارزش به مشتری است. این کسب و کار ممکن است محصول یا خدمات باشد.

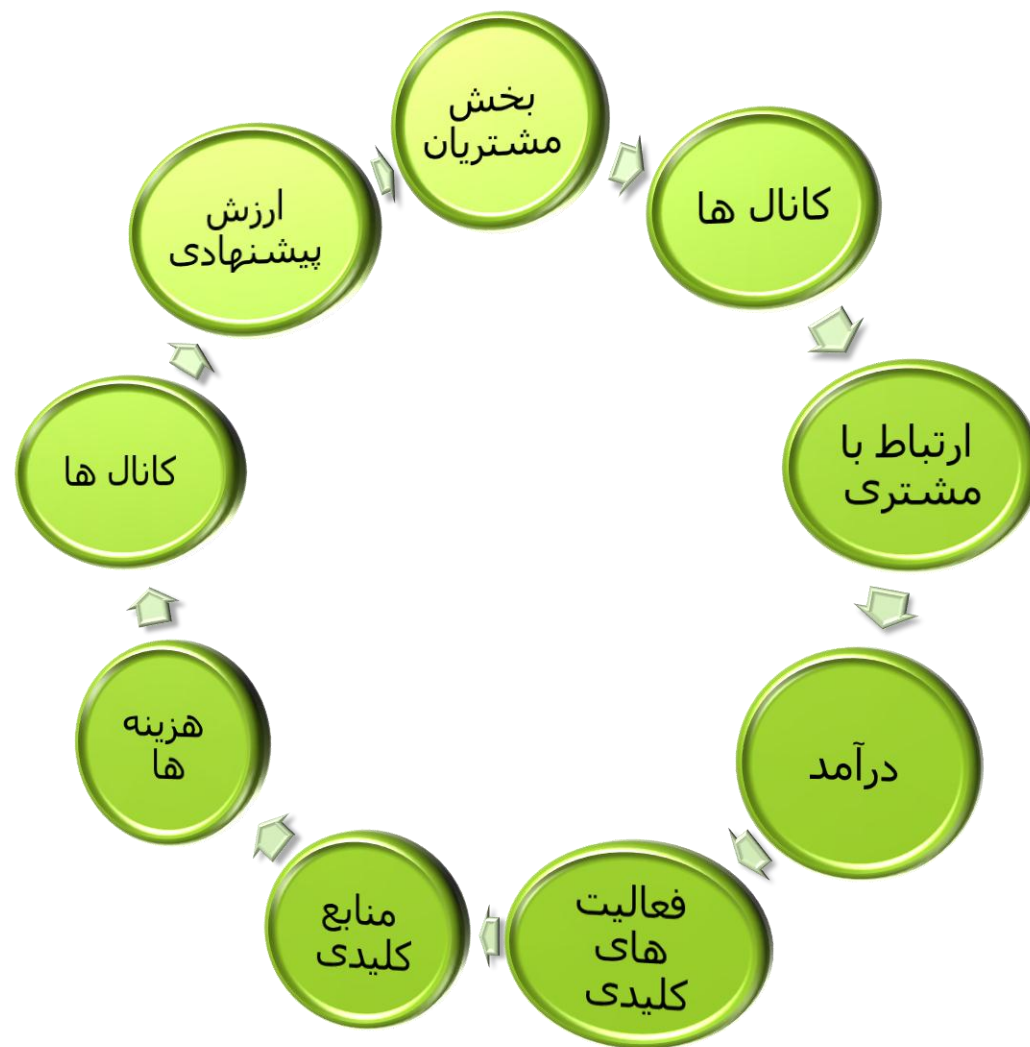
کسب و کار یک مفهوم انتزاعی است، پس برای نمایش و تصویرسازی آن نیاز به یک ابزار داریم.

مهمترین ابزار برای نمایش مدل کسب و کار، تابلوی طراحی بوم کسب و کار است.

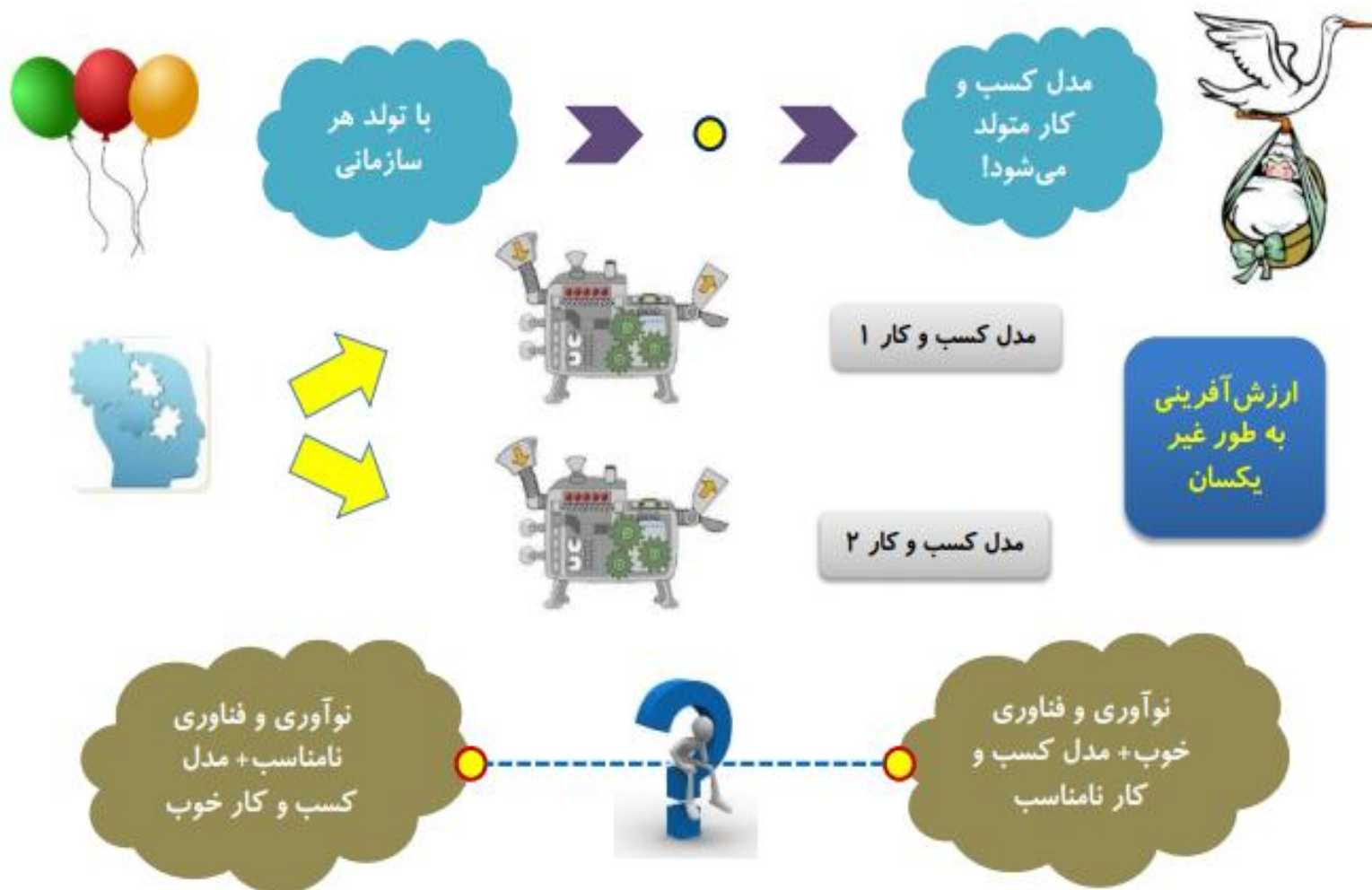
ابزاری مدیریتی و کارآفرینانه استراتژیک است که به شما اجازه می دهد مدل کسب و کار خود را توصیف و طراحی کرده یا آن را تغییر یا چرخش دهید.

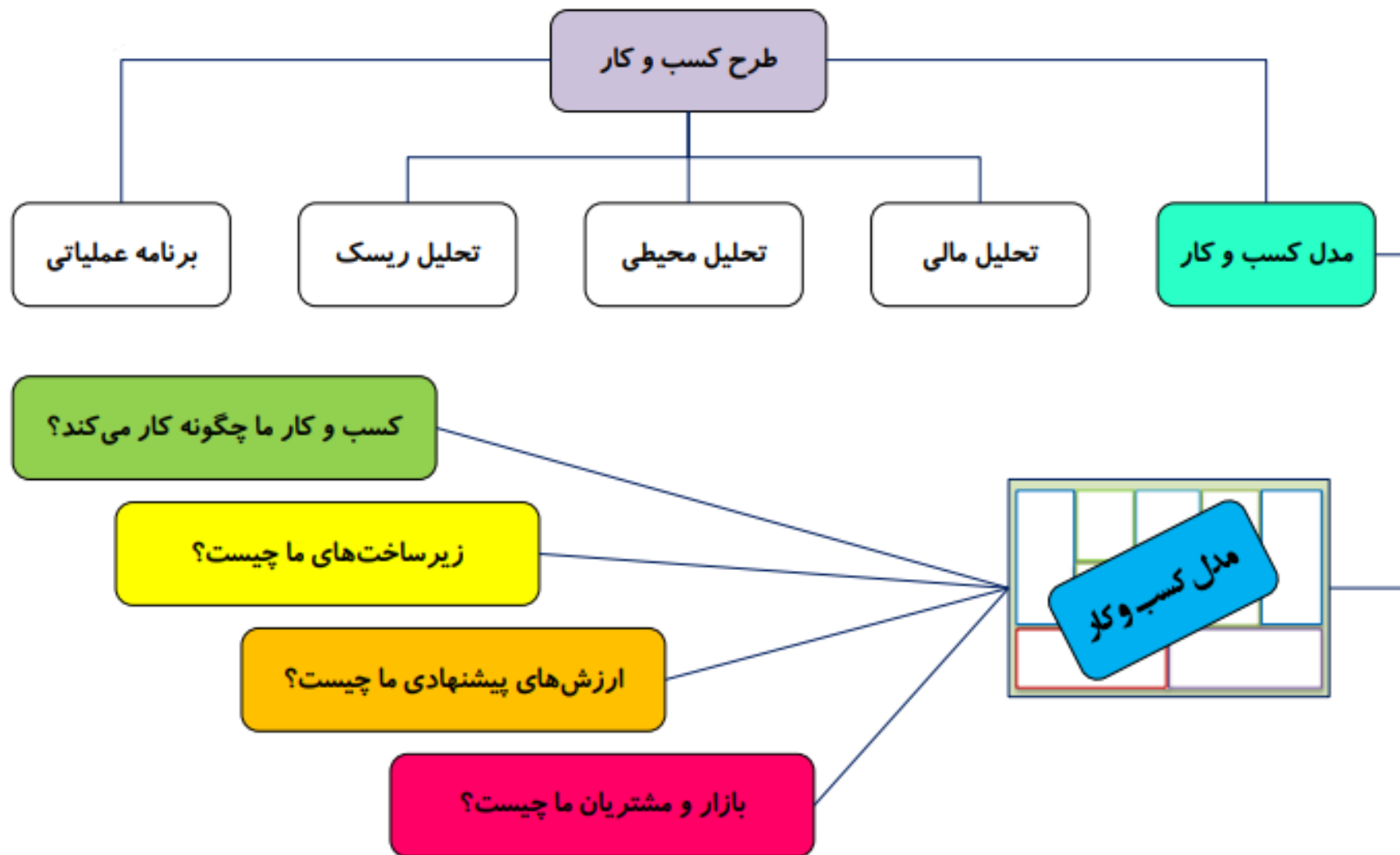
ابزار مدیریتی و بصری است که عناصر مهم یک کسب و کار را به تصویر می کشد و محلی برای ایده پردازی در مورد کسب و کار مربوطه است و افراد مختلف از تیم های مختلف می توانند در مورد آن نظر بدهند.

این بوم ۹ جز دارد که شامل:



اهمیت بوم مدل کسب و کار







دانشگاه فنی و حرفه‌ای

اجزا بوم مدل کسب و کار

بوم مدل کسب و کار

 شرکای کلیدی	 فعالیت‌های اصلی	 ارزش پیشنهادی	 ارتباط با مشتریان	 بخش مشتریان
	 منابع اصلی		 کانال توزیع	
 ساختار هزینه‌ها	 جریان درآمد			

فعالیت های اصلی

مهم ترین فعالیت های شرکت شما را شامل می شود.

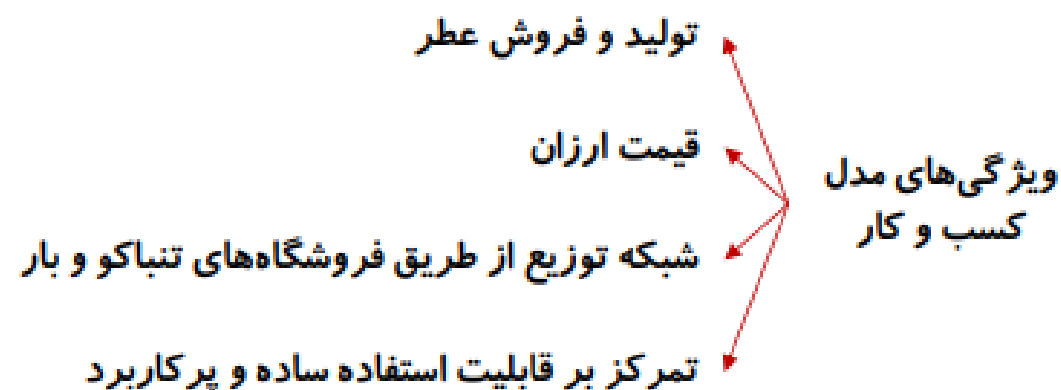
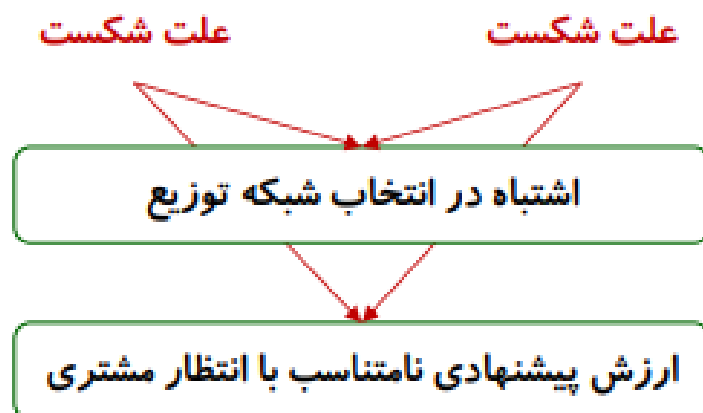
کشاورزی

کشاورزی

خدمات



عطریک			
۱۹۹۱-۱۹۸۸	بازه زمانی	کالای مصرفی	صنعت
بازار انبوه	نوع بازار	۱۹۴۵	سال تاسیس
۱.۸۳ میلیارد یورو	درآمد در سال ۲۰۱۰	برونو بیج	رهبر
۹۲۰۰	تعداد کارکنان	فرانسه	کشور





دایره‌المعارف دیجیتالی

۲۰۰۹-۱۹۹۳	بازه زمانی	نشر	صنعت
بازار انبوه	نوع بازار	۱۹۹۳	سال تاسیس
----	درآمد	مایکروسافت	سازمان مادر
----	تعداد کارکنان	آمریکا	کشور

علت شکست

علت شکست



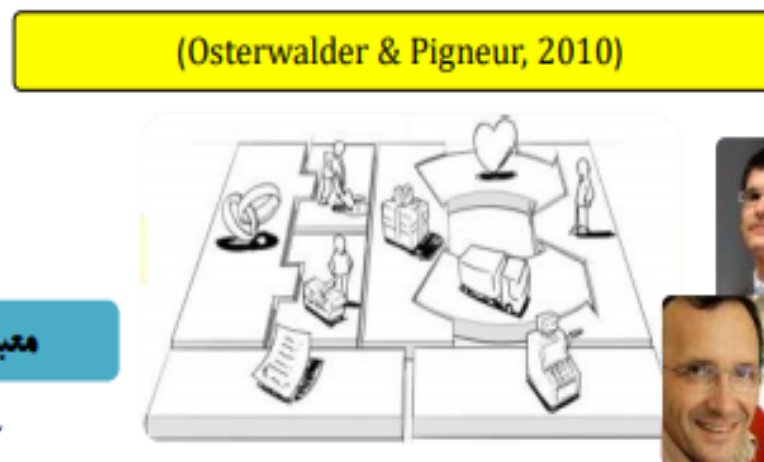
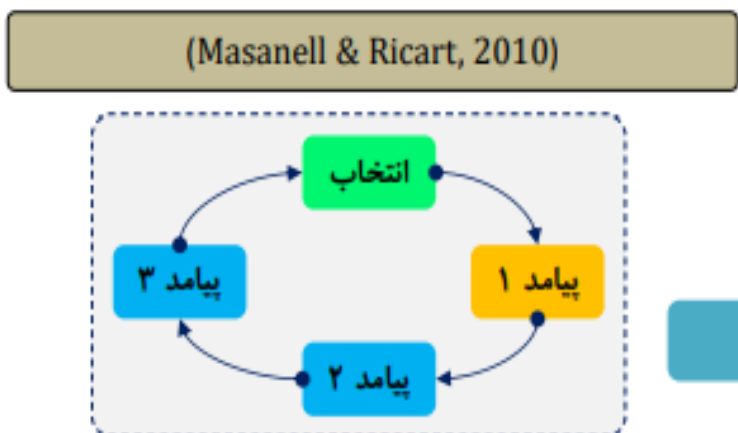
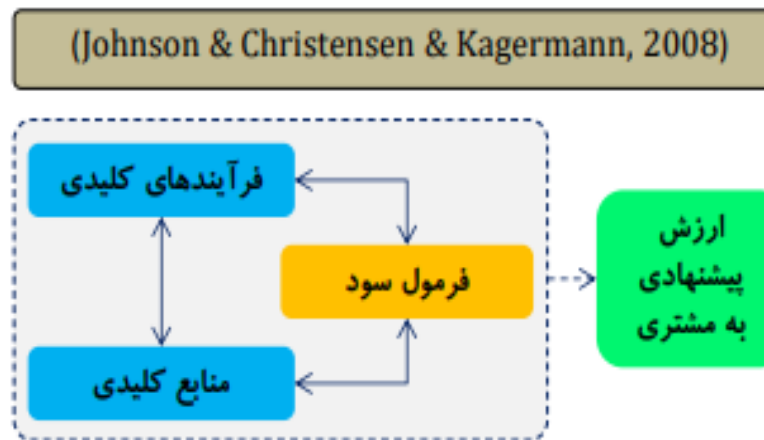
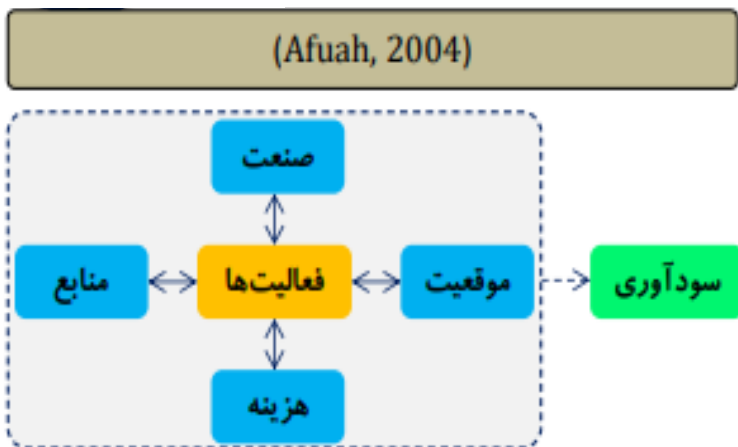
تولید و فروش دایره‌المعارف چندرسانه‌ای

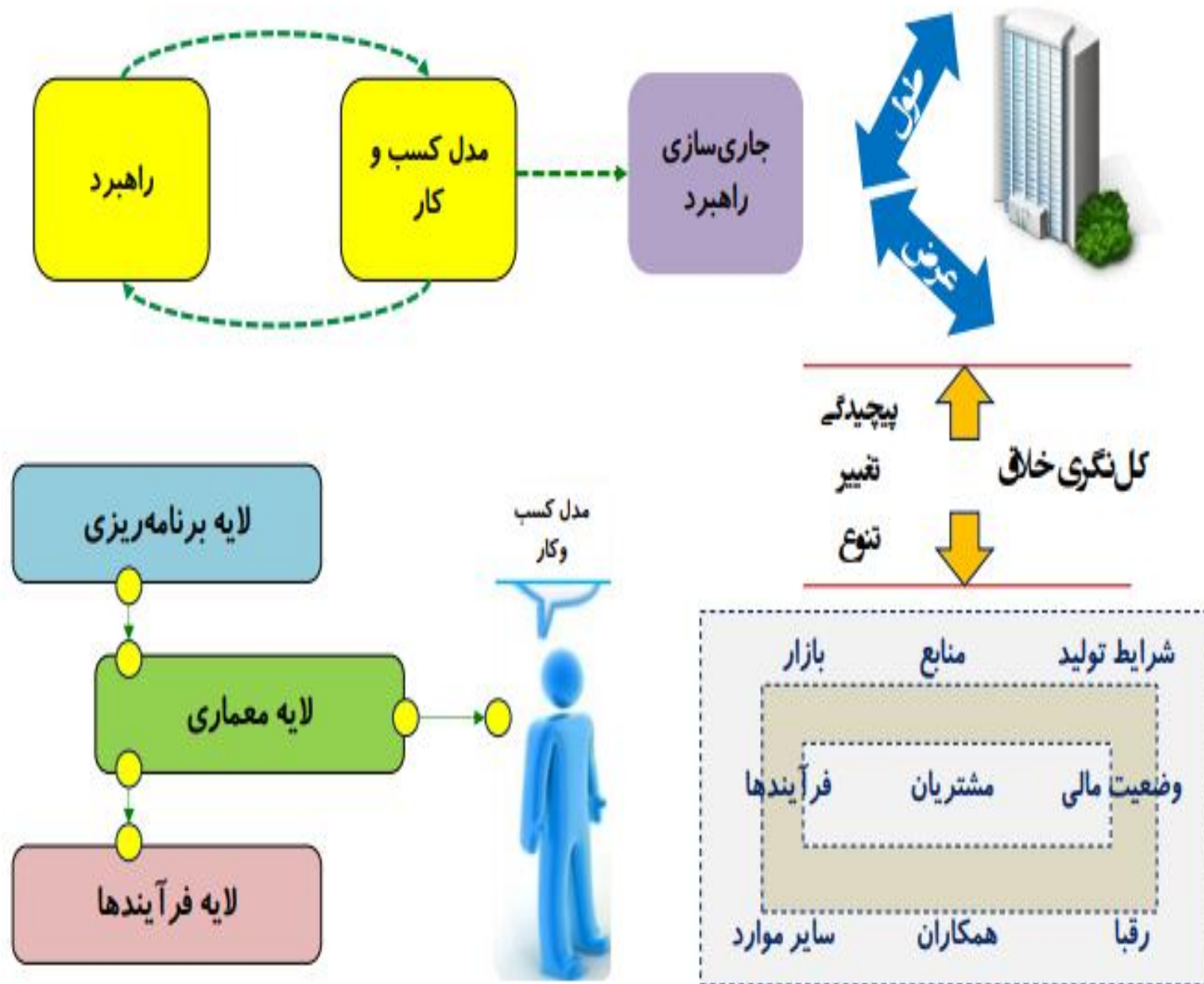
مطالب غنی و با کیفیت بالا

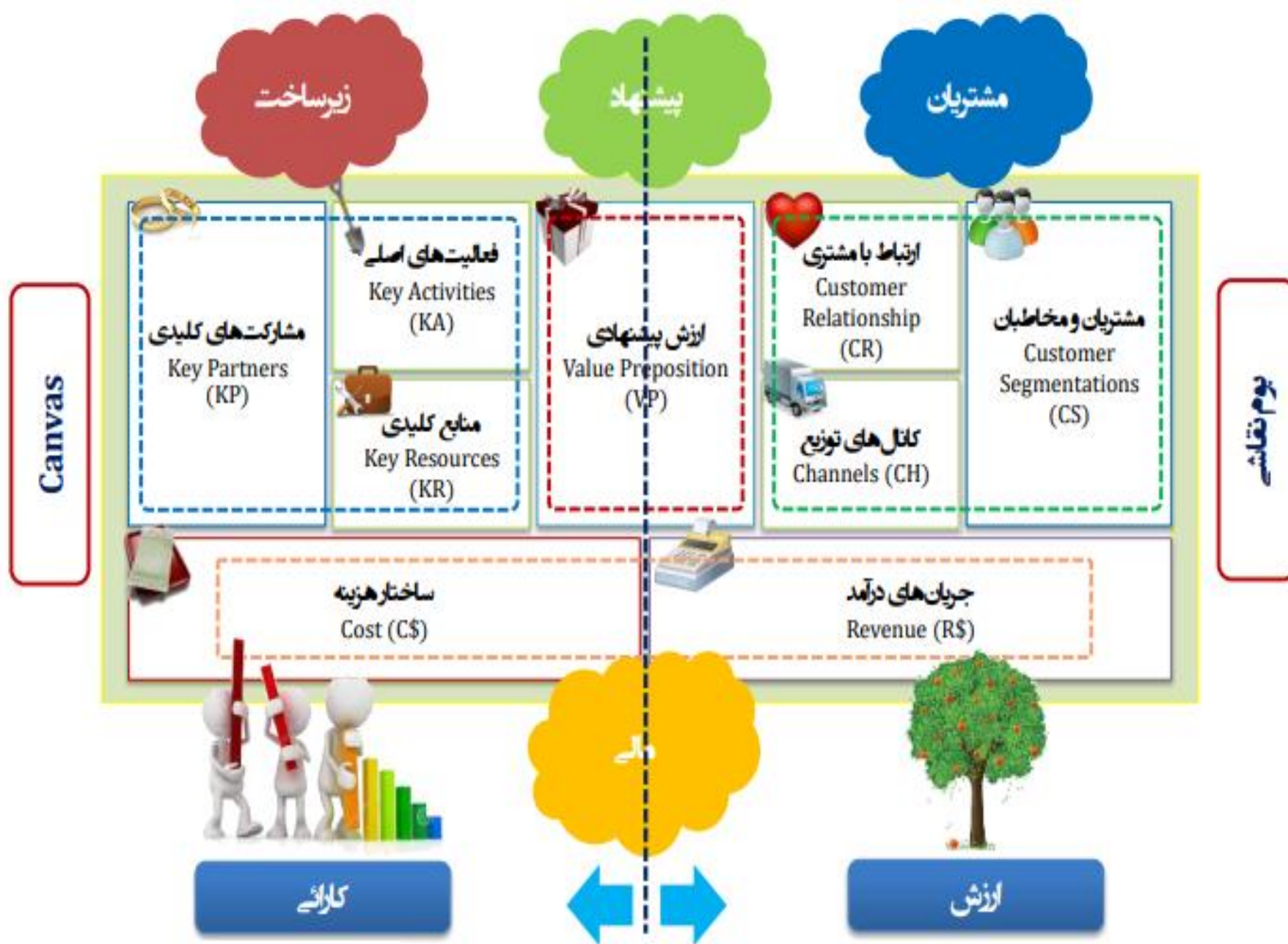
فروش از طریق CD و DVD

فروش برخط

ویژگی‌های مدل
کسب و کار









مشتریان و مخاطبان

گروه‌های از افراد و سازمان‌ها که قصد دست‌یابی خدمت و کمک به آنها را دارید (قلب مدل).

بخش‌بندی با توجه به نوع نیاز، نوع توزیع، نوع ارتباط و نوع سودآوری صورت می‌پذیرد.

چندوجهی تبلیغات

بخش‌بندی بانکی (تشابه)

متنوع (تفاوت) خرده‌فروشی

بازار گوشه‌ای (خاص) تامین کنندگان قطعات

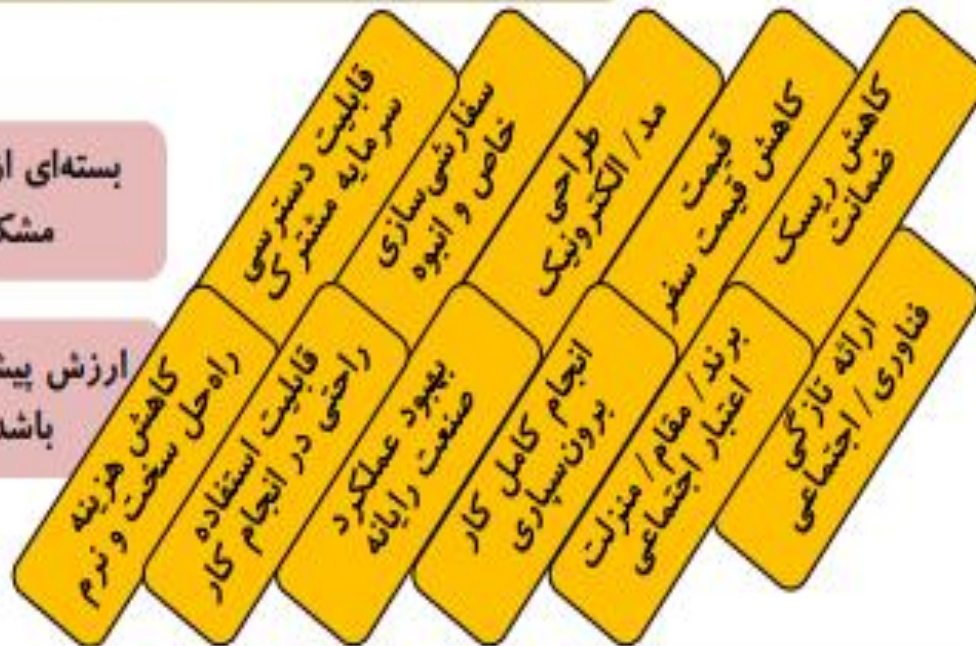
بازار انبوه (عام) لوازم الکترونیکی



ارزش‌پیشنه‌ای

بسته‌ای از محصولات و خدمات که به منظور رفع نیاز، حل مشکل و کمک به مشتریان، ارزش خلق می‌کند.

ارزش‌پیشنه‌ای می‌تواند پیشنهادی نوآورانه، جدید و بدیع باشد و یا نسبت به بازار کنونی تمایز ایجاد کند.



کانال‌های توزیع

نحوه توزیع ارزش‌های پیشنهادی به مشتریان بوده و آن گونه که ارزش ارائه می‌شود را توصیف می‌کند.

فازهای کانال شامل آگاهی، کمک به مشتری برای ارزیابی، امکان خرید، نحوه تحویل و خدمات پس از فروش می‌باشد.

فروشگاه شرکت

عمده‌فروشی

تحت مالکیت شرکت

از طریق وب

فروشگاه شرکت

تحت مالکیت شرکت



ارتباط با مشتری

نحوه تعامل و انواع روابطی را توصیف می کند که با بخش های مشتریان برقرار می شود.

ارتباط با مشتری می بایست با انگیزه های جذب و حفظ مشتری و افزایش فروش انجام شود.

خلق مشتری
مشتری سپاری

جامع مشتریان

باشگاه مشتریان
خدمات خودی

پروفایل های برخط

خودفرامشی

ارتباط غیر مستقیم

کمک اختصاصی

بانکداری شخصی

کمک تعامل انسانی

انواع تعامل انسانی

فروش دارای ها

فروش خودرو

حق استفاده هتل

حق عضویت

باشگاه ورزشی

قرض / اجاره مسکن

قرض / اجاره مسکن

اعطای حق امتیاز رسانه

دستبرد کارگزاری

واسطه گری

انجام تبلیغات

مسابقات ورزشی



جریان درآمدی

درآمدی که بخش های مشتری به ازای ارزش به صورت تراکنشی یا تکرارپذیر حاصل می شود (شریان های مدل).

قیمت مبتنی بر فهرست، مذاکره، مزایده، بازار، محصول، مشتری، بازده و آئی، گذاشته می شود.

فروش دارای ها

فروش خودرو

حق استفاده هتل

حق عضویت

باشگاه ورزشی

قرض / اجاره مسکن

قرض / اجاره مسکن

اعطای حق امتیاز رسانه

دستبرد کارگزاری

واسطه گری

انجام تبلیغات

مسابقات ورزشی

پول نقد

مالی

نیروی انسانی

دانش اختصاصی

امکانات تولیدی

خلق و ارائه ارزش، دسترسی به بازار، ارتباط با مشتری و کسب درآمد معلول منابع کلیدی هستند.

منابع کلیدی می تواند تحت تملک شرکت، اجاره شده و تامین شده توسط شرکا باشد.



منابع کلیدی



فعالیت‌های کلیدی

آنچه شرکت انجام می‌دهد و مهم‌ترین کارهایی که مورد نیاز برای عملکرد صحیح مدل کسب و کار است.

هر مدل کسب و کار نیاز به تعدادی فعالیت کلیدی دارد. فعالیت کلیدی بسته به نوع مدل، متفاوت است.

مدیریت شبکه
بستر شبکه

خدمات مشاوره
حل مسأله

تولید
طراحی ساخت



مشارکت‌های کلیدی

مشارکت‌های کلیدی شبکه‌ای از تامین کنندگان و شرکا می‌باشند که شرکت به آنها نیاز دارد.

مشارکت‌ها شامل مواردی مانند ائتلاف با همکاران، همکاری با رقبا، سرمایه‌گذاری مشترک و ... می‌شود.

کاهش هزینه
برون‌سپاری

کاهش ریسک
ریسک توزیع شده

کسب منابع
اعطای مجوز

کسب فعالیت خاص
فناوری خاص

صرفه از محدوده

صرفه از مقیاس

هزینه‌های متغیر
اعطای مجوز

هزینه‌های ثابت
هزینه دستمزد

شامل تمام هزینه‌هایی است که شرکت برای اجراسازی مدل کسب و کار متحمل می‌شود.

هزینه‌ها در هر مدل با توجه به دو سر طیف ارزش‌محور بودن - هزینه محور بودن تعیین می‌شود.



ساختار هزینه

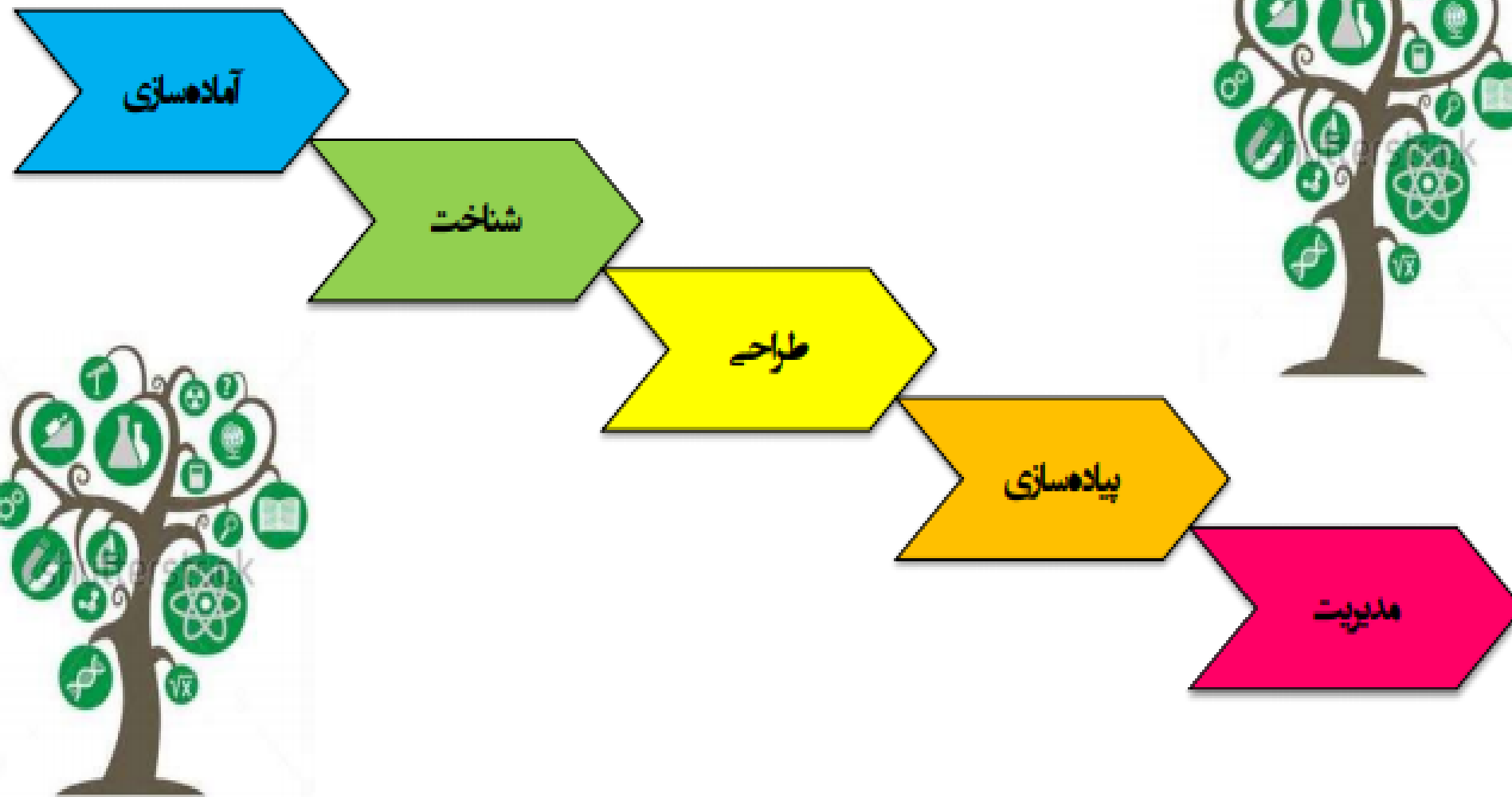
ورودی‌ها

مطالعه اسناد بالادستی

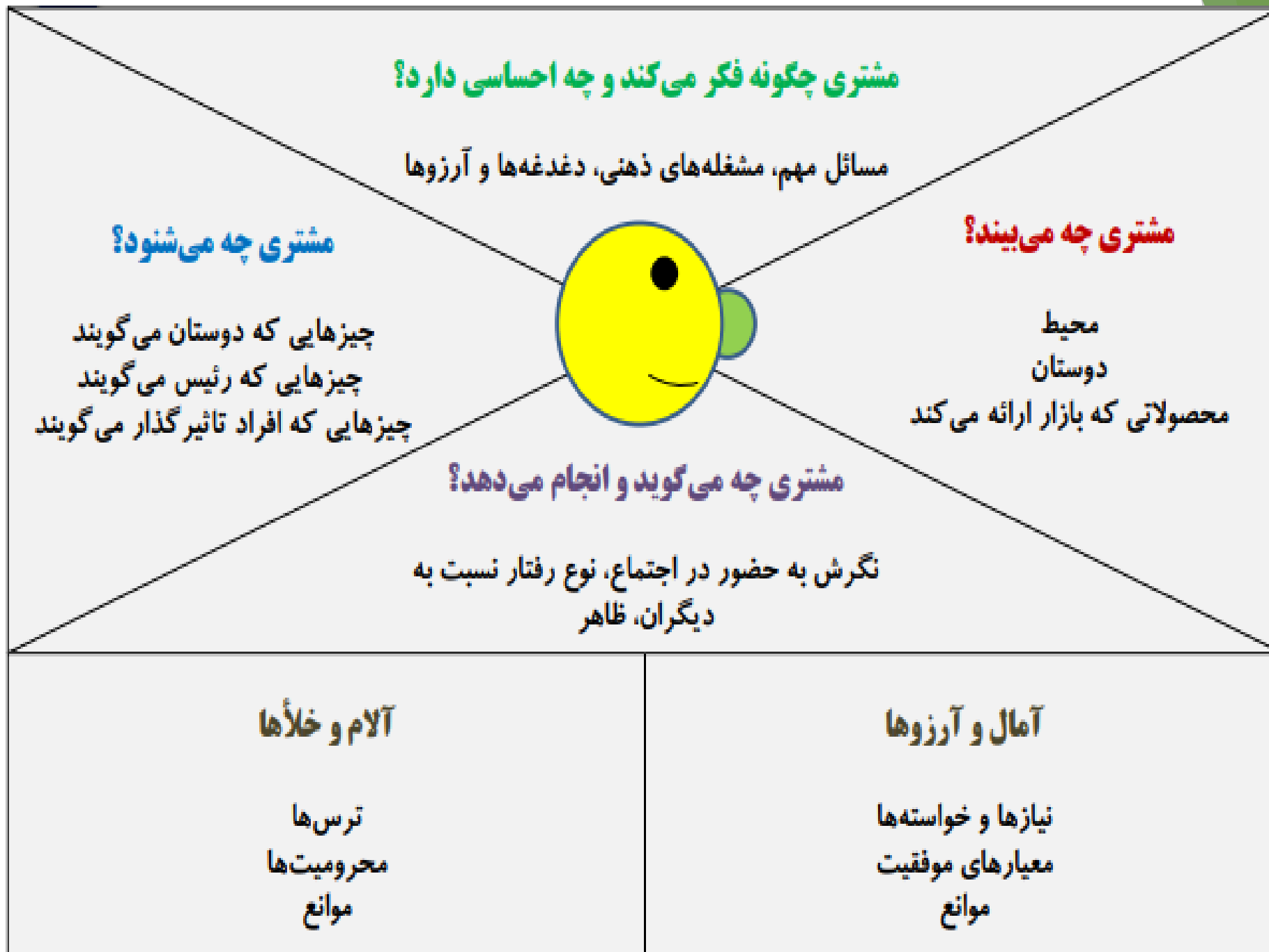
شناخت سیستم زمینه‌ای

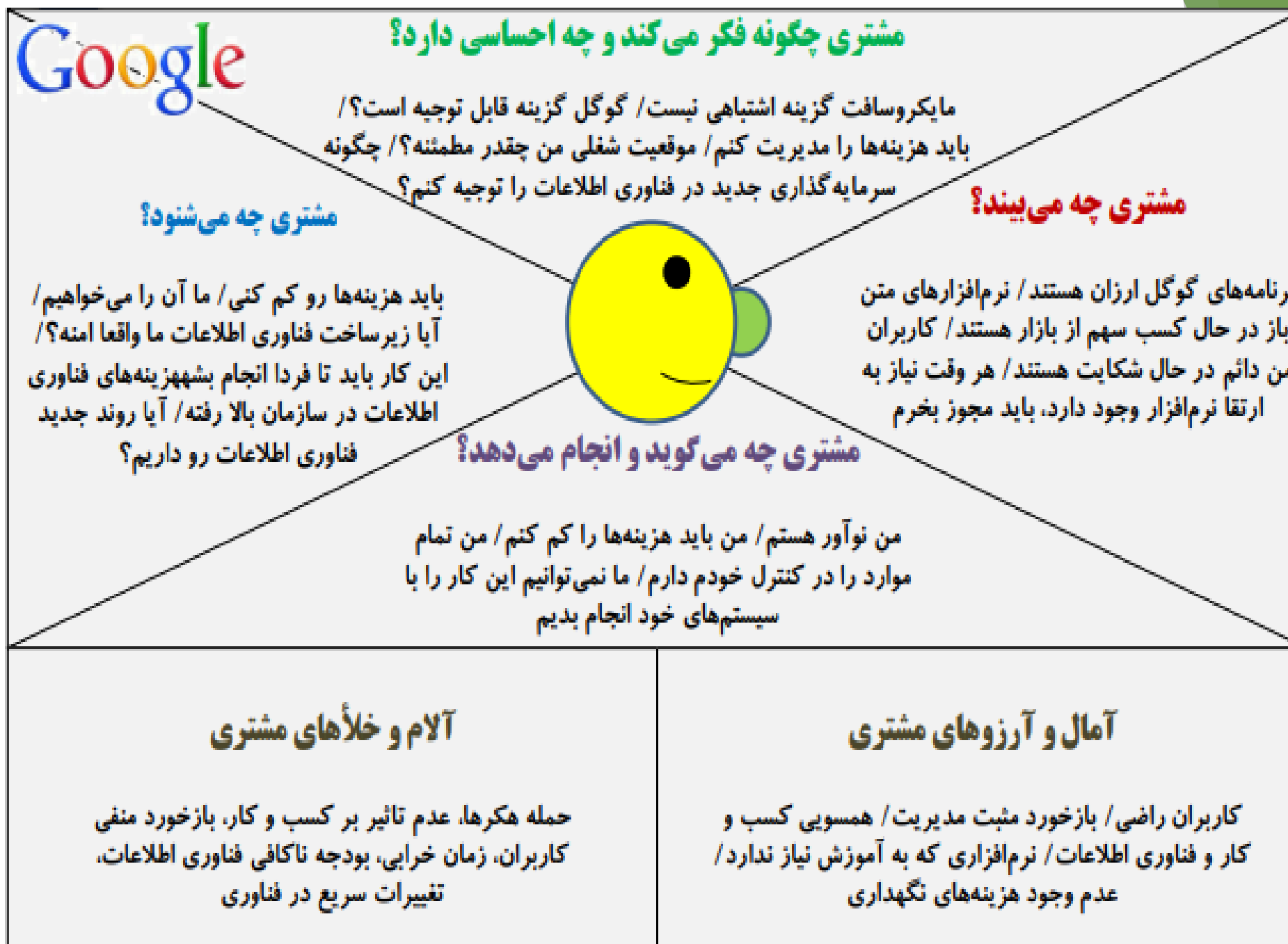
تحلیل

الگوبرداری



مرحله	فعالیت‌ها	عوامل حیاتی موفقیت	ریسک‌های کلیدی
آماده‌سازی	تعیین اهداف - ایده‌های مقدماتی - طرح‌ریزی - تیم‌سازی - ترویج و فرهنگ‌سازی	فرد کلیدی - تجارب و دانش مناسب	عدم بینش کافی پیرامون ارزش ایده‌های اولیه
شناخت	بررسی محیط - مطالعه مشتریان - مصاحبه با خبرگان - الگوبرداری - جمع‌آوری نظرات و ایده‌ها	درک عمیق از بازارهای هدف - نگاه به فراسوی مرزهای سنتی بازار	تحقیق بیش از حد - تحقیق جانب‌دارانه
طراحی	طوفان فکری - نمونه‌سازی - آزمایش - انتخاب	همکاری جمعی - دیدن فراسوی وضع کنونی - کاوش چندین ایده برای مدل	سرکوب ایده‌های بزرگ - علاقه بیش از حد به یک ایده خاص
پیاده‌سازی	اجرایی سازی - برنامه‌ریزی - فرآیندسازی - مشارکت و ارتباط	مدیریت پروژه مبتنی بر تجربیات موفق - تطابق سریع با مدل - همسوسازی	سرعت حرکت ضعیف
مدیریت	بررسی محیط - ارزیابی مستمر مدل - بازنگری مدل - مدیریت هم‌افزایی و تعارض	چشم‌انداز بلندمدت - حاکمیت مدل - عملیاتی‌سازی	عدم توانایی در سازگاری با شرایط جدید







الگوهای مدل کسب و کار بر مبنای مفاهیم مهم در ادبیات کسب و کار بنا شده‌اند.

به عبارت دیگر این الگوها، الگوهای رایج و نوظهور در دنیای کسب و کار هستند. قطعاً الگوهای جدیدی به مرور زمان ظهور خواهند یافت.

هدف از ارائه الگوها، بازتعریف مفاهیم متداول کسب و کار در قالب استاندارد تابلوی طراحی است.

یک مدل کسب و کار می‌تواند ترکیبی از این الگوها را داشته باشند.

أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ عَلِيُّ بْنُ أَبِي طَالِبٍ: الْفُرْصَةُ سَرِيعَةُ الْفَوْتِ يَطْلُبُ الْعَوْدَ

فرصت زود گذر است و دیریاب

مستدرک الوسائل ج ۱۲ ص ۹