



فهرست مطالب

پیشگفتار مؤلف	ظ
فصل اول - مطالعه امکان‌سنجی / مفاهیم طرح کسب‌وکار	۱
مقدمه	۱
مطالعه امکان‌سنجی	۱
۱-۱- بخش‌ها و ابعاد مطالعه امکان‌سنجی	۳
۱-۲- اهداف مطالعه امکان‌سنجی	۴
۱-۳- مراحل مطالعه امکان‌سنجی	۴
۱-۴- پنج فاکتور رایج در مطالعه امکان‌سنجی	۵
۱-۵- جنبه‌های ارزیابی طرح در مطالعات توجیهی	۶
۱-۶- تهیه و ارائه گزارش مرحله نهایی مطالعه امکان‌سنجی	۸
طرح کسب‌وکار	۸
۱-۷- تعریف طرح کسب‌وکار	۸
۱-۸- ایده کسب‌وکار	۱۰
۱-۹- اهمیت طرح کسب‌وکار	۱۰
۱-۱۰- کاربردهای طرح کسب‌وکار	۱۲
۱-۱۱- پیش‌نیازهای تدوین طرح کسب‌وکار	۱۳
۱-۱۲- چگونگی آماده‌سازی یک طرح کسب‌وکار	۱۵
۱-۱۳- آمادگی به موقع برای طرح کسب‌وکار	۱۶
۱-۱۴- منابع مفید برای طراحی کسب‌وکار	۱۷
۱-۱۵- فواید طرح کسب‌وکار	۱۸
۱-۱۶- اجزای طرح کسب‌وکار	۱۹
۱-۱۷- ساختار، محتوا و عمق طرح کسب‌وکار	۲۸
۱-۱۸- توصیه‌های مناسب سازمانی برای تدوین طرح کسب‌وکار	۲۸
۱-۱۹- نکات مهم در تهیه طرح کسب‌وکار	۲۹
۱-۲۰- تفاوت‌های مطالعه امکان‌سنجی و طرح کسب‌وکار	۳۰

۲۱-۱- شمای کلی از یک نمونه طرح کسب و کار ۳۳

جمع بندی ۳۳

فصل دوم - تحلیل صنعت مربوطه ۳۵

مقدمه ۳۵

۱-۲- بررسی صنعت ۳۷

۲-۲- جنبه های کیفی تجزیه و تحلیل صنعت ۳۷

۳-۲- شرکت کنندگان در صنعت ۳۹

۴-۲- تجزیه و تحلیل محیطی ۳۹

۵-۲- تجزیه و تحلیل بازار ۴۱

۶-۲- رقبا در صنعت ۴۲

۷-۲- تحلیل ساختار رقابت در صنعت ۴۲

۸-۲- تجزیه و تحلیل عرضه و تقاضا ۴۳

۹-۲- تحلیل شدت رقابت در صنعت با استفاده از مدل نیروهای پنجگانه پورتر ۴۸

جمع بندی ۵۲

فصل سوم - تشریح کسب و کار ۵۵

مقدمه ۵۵

۱-۳- سؤالات WH در کسب و کار ۵۵

۲-۳- معرفی شرکت ۵۷

۳-۳- چشم انداز ۵۷

۴-۳- مأموریت ۵۸

۵-۳- تفاوت مأموریت و چشم انداز ۵۹

۶-۳- اهداف ۶۰

۷-۳- استراتژی ها ۶۱

۸-۳- سرمایه گذاران و سهامداران ۶۱

۹-۳- نمای کلی کسب و کار ۶۱

۱۰-۳- محل کسب و کار ۶۲

۱۱-۳- فرصت های کسب و کار ۶۲

۶۳	۱۲-۳ - آمار و ارقام مالی
۶۲	۱۳-۳ - بیانیه ارزش
۶۴	۱۴-۳ - نوع شغل‌تان را مشخص کنید
۶۶	۱۵-۳ - سوالات کسب‌وکار
۶۷	جمع‌بندی

۶۹	فصل چهارم - تشریح محصول / خدمت
۶۹	مقدمه
۶۹	۱-۴ - معرفی محصول یا خدمت
۷۱	۲-۴ - مزیت رقابتی محصول
۷۲	۳-۴ - مثال: لکوموتیو ایران سفیر به عنوان نمونه موفق ایرانی
۸۸	جمع‌بندی

۸۹	فصل پنجم - ساختار سازمانی / منابع انسانی و تیم اجرایی کسب‌وکار
۸۹	مقدمه
۸۹	ساختار سازمانی
۸۹	۱-۵ - تئوری سازمان
۸۹	۲-۵ - اهمیت اثربخشی سازمانی
۹۰	۳-۵ - اندازه سازمان
۹۰	۴-۵ - ساختار سازمانی چیست و چرا مورد توجه است؟
۹۱	۵-۵ - طراحی ساختار سازمانی
۹۲	۶-۵ - تفکیک دوایر و انسجام سازمانی
۹۲	۷-۵ - ابعاد ساختار سازمانی
۹۴	۸-۵ - تقسیم کار
۹۵	۹-۵ - عوامل تعیین‌کننده ساختار
۹۵	۱۰-۵ - همبستگی بین تغییر در اندازه سازمان با ساختار سازمانی
۹۵	۱۱-۵ - تعامل ابعاد ساختاری و محتوایی سازمان
۹۶	۱۲-۵ - تکنولوژی سازمان
۹۶	۱۳-۵ - اهداف و استراتژی‌های سازمان

۹۶	 ۱۴-۵ محیط و فرهنگ
۹۶	 ۱۵-۵ انواع ساختار سازمانی از نظر رسمیت
۹۷	 ۱۶-۵ انواع ساختار سازمانی از نظر حیطة (بلند و تخت)
۹۸	 ۱۷-۵ انواع ساختار از نظر واحدسازی
۱۰۵	 ۱۸-۵ تفاوت ساختارهای سازمانی
۱۰۵	 ۱۹-۵ عوامل تعیین کننده ساختار
۱۰۶	 ۲۰-۵ ساختار سازمانی و رفتار کارکنان
۱۰۶	 ۲۱-۵ مثال: ساختار سازمانی در بانک ملت
۱۱۰	 منابع انسانی و تیم اجرایی کسبوکار
۱۱۰	 ۲۲-۵ سرمایه فکری
۱۱۱	 ۲۳-۵ مدل سرمایه گذاری در منابع انسانی
۱۱۲	 ۲۴-۵ نقش‌های منابع انسانی
۱۱۴	 ۲۵-۵ فرایند جذب
۱۱۵	 ۲۶-۵ مدل شایستگی
۱۱۵	 ۲۷-۵ تیم سازی
۱۱۶	 ۲۸-۵ تیم اجرایی کسبوکار
۱۱۷	 ۲۹-۵ ماهیت و اهمیت تیم اجرایی
۱۱۷	 ۳۰-۵ تیم: عملکرد عالی در صورت موضع‌گیری صحیح
۱۱۸	 ۳۱-۵ تیم از دیدگاه سرمایه‌گذاران
۱۱۸	 ۳۲-۵ از تیم اجرایی به «تیم بی‌نظیر»
۱۱۹	 ۳۳-۵ تلخیص فصل مربوط به مدیریت شرکت و بررسی شکافها
۱۲۰	 ۳۴-۵ ساختار سازمانی خود را توضیح داده و اعضای تیم و سوابق آنها را لیست کنید
۱۲۰	 ۳۵-۵ سایر ملاحظات و عوامل مدیریت بر تیم اجرایی
۱۲۵	 جمع‌بندی
۱۲۷	 فصل ششم - برنامه تولید / عملیات
۱۲۷	 مقدمه
۱۲۷	 برنامه تولید
۱۲۷	 ۱-۶ طرح تولید

۱۲۸	۲-۶ طرح ریزی و استقرار
۱۳۰	۳-۶ مطالعه محصول
۱۳۰	۴-۶ طرح ریزی فیزیکی در سیستم تولیدی
۱۳۱	۵-۶ تصمیم گیری برای ظرفیت کارگاه
۱۳۱	۶-۶ برنامه ریزی شیفت های کاری
۱۳۲	۷-۶ برنامه ریزی اولیه تولید
۱۳۲	۸-۶ برنامه ریزی فرایند تولید
۱۳۳	۹-۶ استقرار محل کسب و کار
۱۳۳	۱۰-۶ مراحل راه اندازی کسب و کار با رویکرد فناورانه
۱۳۶	برنامه عملیاتی
۱۳۷	۱۱-۶ برنامه عملیاتی سالانه تجهیز و مدیریت
۱۳۹	۱۲-۶ ایجاد یک ذهنیت درست برای پیشرفت رو به جلو
۱۴۲	۱۳-۶ نمونه ای از اجرای یک برنامه عملیاتی
۱۴۳	برنامه اداری و اجرایی
۱۴۴	۱۴-۶ ایجاد برنامه های اجرایی
۱۴۴	۱۵-۶ یکپارچه نمودن برنامه ها
۱۴۷	۱۶-۶ گردآوری
۱۴۹	۱۷-۶ نرم افزارهای کنترل پروژه
۱۴۹	۱۸-۶ مثال: کسب و کار خدماتی دیجی کالا به عنوان نمونه موفق ایرانی
۱۶۸	جمع بندی
۱۶۹	فصل هفتم - برنامه بازاریابی
۱۶۹	مقدمه
۱۷۰	۱-۷ تعریف و هدف برنامه بازاریابی
۱۷۰	۲-۷ اهمیت و ضرورت برنامه ریزی بازاریابی برای سازمان ها
۱۷۱	۳-۷ موانع برنامه ریزی بازاریابی
۱۷۱	۴-۷ اصول دهگانه برنامه ریزی بازاریابی
۱۷۴	۵-۷ منطق برنامه بازاریابی
۱۸۷	۶-۷ خلاصه تحلیل بازار

۱۸۸	۷-۷- آنالیز موقعیت یابی
۱۸۹	۷-۸- مثال: بررسی اثربخشی برنامه های بازاریابی در کرمان موتور به عنوان یک نمونه موفق ایرانی
۱۹۷	جمع بندی

فصل هشتم - برنامه مالی ۱۹۹

۱۹۹	مقدمه
۲۰۱	۸-۱- امور مالی
۲۰۱	۸-۲- پول نقد، پادشاه است
۲۰۳	۸-۳- برنامه ریزی مالی در طراحی طرح کسب و کار
۲۰۳	۸-۴- اتمام حسابداری
۲۰۴	۸-۵- زنجیره اعداد
۲۰۴	۸-۶- صورتهای مالی
۲۱۰	۸-۷- بررسی واقعیت های موجود
۲۱۰	۸-۸- جدول جریان نقدینگی
۲۱۱	۸-۹- سود حسابداری در مقابل جریان نقدینگی
۲۱۲	۸-۱۰- مدیریت سرمایه در گردش
۲۱۲	۸-۱۱- پول نقد و اوراق بهادار قابل فروش
۲۱۲	۸-۱۲- حساب های دریافتی و مدیریت اعتبار
۲۱۳	۸-۱۳- مدیریت موجودی و هزینه های حمل موجودی انبار
۲۱۴	۸-۱۴- بدهی های کوتاه مدت
۲۱۵	۸-۱۵- تأمین مالی سرمایه گذاری
۲۱۷	۸-۱۶- اوراق قرضه / سهام
۲۱۸	۸-۱۷- نسبت های مالی و تحلیل نسبت
۲۱۹	۸-۱۸- نقطه سر به سر
۲۲۱	۸-۱۹- درجه اهرم عملیاتی
۲۲۳	۸-۲۰- معرفی نرم افزارهای مالی
۲۲۳	جمع بندی

فصل نهم - برنامه‌های آتی	۲۲۵
مقدمه	۲۲۵
۱-۹ برنامه‌های آتی در طرح کسب‌وکار	۲۲۵
۲-۹ اهمیت تهیه برنامه کسب‌وکار برای فراهم کردن یک آزمون امکان پذیری	۲۲۷
۳-۹ انواع طرح‌های کسب‌وکار	۲۲۷
۴-۹ برنامه‌های طرح توسعه آتی	۲۲۷
۵-۹ اهمیت نوشتن گام توسعه آتی	۲۲۸
۶-۹ فرآیند توسعه محصول / خدمت	۲۲۸
جمع‌بندی	۲۳۱
فصل دهم - ارزیابی طرح کسب‌وکار/برنامه‌ریزی طرح‌های جایگزین	۲۳۳
ارزیابی طرح کسب‌وکار	۲۳۳
مقدمه	۲۳۳
۱-۱۰ چگونه می‌توان یک ارزیابی درست و قابل اتکاء انجام داد؟	۲۳۳
۲-۱۰ چند پیشنهاد مفید در هنگام ارزیابی	۲۳۴
۳-۱۰ معیارها به عنوان بخشی از یک سیستم بزرگتر	۲۳۵
۴-۱۰ سیستم عملکرد فردی، اجرایی و کسب‌وکار	۲۳۵
۵-۱۰ ضرورت‌های طرح کسب‌وکار سالانه و استراتژی‌های شرکت	۲۳۶
۶-۱۰ کارآمد کردن سیستم	۲۳۶
۷-۱۰ برنامه‌های اجرایی و اهداف	۲۳۷
۸-۱۰ برنامه‌ریزی منابع انسانی شرکت	۲۳۹
۹-۱۰ طراحی و برنامه‌ریزی شرکت	۲۴۳
۱۰-۱۰ برنامه‌ریزی کاری و معیارهای عملکرد فردی	۲۴۳
۱۱-۱۰ پیگیری اهداف	۲۴۶
۱۲-۱۰ بازبینی پیشرفت کار	۲۴۷
۱۳-۱۰ ایجاد یک ذهنیت صحیح درخصوص معیارها	۲۴۷
۱۴-۱۰ تبدیل نمودن نیازمندی‌های مشتریان به معیارها	۲۴۸
۱۵-۱۰ مرتبط ساختن برنامه‌ریزی با بودجه‌ها	۲۴۹
۱۶-۱۰ رتبه بندی اولویت‌ها	۲۵۰

۲۵۲	 برنامه‌ریزی طرح‌های جایگزین
۲۵۲	 مقدمه
۲۵۳	 ۱۷-۱۰- تغییرات موجود در کسب‌وکار
۲۵۳	 ۱۸-۱۰- ابزارهایی برای پشتیبانی از تغییر
۲۶۱	 ۱۹-۱۰- افزایش سودآوری فروش‌ها
۲۶۲	 ۲۰-۱۰- برنامه‌ریزی دوام کسب‌وکار
۲۶۳	 جمع‌بندی
۲۶۵	 فصل یازدهم - حقوق کسب‌وکار / اخلاق کسب‌وکار
۲۶۵	 حقوق کسب‌وکار
۲۶۵	 مقدمه
۲۶۷	 ۱-۱۱- موارد تبیین شده در بخش حقوقی
۲۶۷	 ۲-۱۱- انواع سؤالات حقوقی پیش از آغاز کسب‌وکار
۲۷۰	 ۳-۱۱- جایگاه کسب‌وکار در قانون اساسی
۲۷۱	 ۴-۱۱- برخی قوانین مرتبط با کسب و کارها
۲۷۱	 ۵-۱۱- انواع مشکلات حقوقی تهدیدکننده کسب و کارهای نوپا
۲۷۲	 ۶-۱۱- انواع سازمان‌های کسب‌وکار
۲۷۳	 ۷-۱۱- مناسب‌ترین سازمان‌های کسب‌وکار
۲۷۴	 ۸-۱۱- اصول حاکم بر کسب و کارها از جهت نظارت دولت
۲۷۵	 ۹-۱۱- برخی تکالیف عمومی صاحبان کسب‌وکار
۲۷۶	 ۱۰-۱۱- انواع اشخاص حقوقی خصوصی
۲۷۷	 ۱۱-۱۱- انواع مختلف شرکت‌های هفتگانه
۲۷۹	 ۱۲-۱۱- تفاوت‌های انواع شرکت‌ها
۲۸۰	 ۱۳-۱۱- تقسیم‌بندی شرکت‌ها بر مبنای میزان مسئولیت شرکاء
۲۸۲	 ۱۴-۱۱- انواع قراردادهای کسب و کارهای نوپا
۲۸۳	 ۱۵-۱۱- سایر موضوعات مهم در حقوق کسب‌وکار
۲۸۳	 ۱۶-۱۱- یازده نکته حقوقی برای شروع و راه‌اندازی یک کسب‌وکار نوپا
۲۸۵	 اخلاق در کسب‌وکار
۲۸۵	 مقدمه

۱۷-۱۱	مفهوم اخلاق	۲۸۶
۱۸-۱۱	اخلاق در کسب و کار	۲۸۸
۱۹-۱۱	سازمان اخلاقی	۲۸۹
۲۰-۱۱	معضلات اخلاقی	۲۸۹
۲۱-۱۱	پیامدها و هزینه‌های رفتار غیر اخلاقی	۲۸۹
۲۲-۱۱	سیاست اخلاقی	۲۸۹
۲۳-۱۱	قانون ساربین - اکسلی	۲۹۰
۲۴-۱۱	افشاگران / مراقبان اخلاق	۲۹۰
۲۵-۱۱	اصول اخلاقی حسابداری (مرتبط با شیوه‌های حسابداری)	۲۹۰
۲۶-۱۱	اصول اخلاقی مدیریت منابع انسانی (مرتبط با روابط کارمند و کارفرما)	۲۹۰
۲۷-۱۱	اصول اخلاقی فروش و بازاریابی (با اصول اخلاقی رسانه، همپوشانی دارد)	۲۹۱
۲۸-۱۱	اصول اخلاقی تولید (تضمین مضر نبودن محصولات و فرآیندهای تولید)	۲۹۱
۲۹-۱۱	اصول اخلاقی مالکیت دانش و مهارت‌ها	۲۹۱
۳۰-۱۱	اصول کسب و کار بین المللی	۲۹۲
۳۱-۱۱	چشم‌انداز اخلاقی	۲۹۲
۳۲-۱۱	مسئولیت اجتماعی (فرد در قبال جامعه مسئول است)	۲۹۲
۳۳-۱۱	نگاه فراکارکردی به اخلاق در محیط کسب و کار	۲۹۲
۳۴-۱۱	نگاه کارکردی به اخلاق در محیط کسب و کار	۲۹۳
۳۵-۱۱	شفافیت اطلاعات (کارکرد اخلاق در شفافیت)	۲۹۷
۳۶-۱۱	اعتماد (کارکرد اخلاق در ایجاد اعتماد و تشکیل سرمایه اجتماعی)	۲۹۹
۳۷-۱۱	جایگاه ارزش‌های اخلاقی در موفقیت کسب و کار از نظر اسلام	۳۰۰
	جمع‌بندی	۳۰۴

۳۰۵	فصل دوازدهم - نرم‌افزارهای بخش مالی طرح کسب و کار
۳۰۵	مقدمه
۳۰۶	۱-۱۲ نرم‌افزارهای حوزه طرح کسب و کار
۳۰۶	۲-۱۲ نرم‌افزار Business Plan Pro
۳۰۷	۳-۱۲ انواع طرح در نرم‌افزار
۳۰۹	۴-۱۲ نصب نرم‌افزار

۳۱۰	۵-۱۲ فعال سازی نرم افزار
۳۱۱	۶-۱۲ شروع کار با نرم افزار
۳۱۵	۷-۱۲ پنجره های اصلی برنامه
۳۱۹	۸-۱۲ مراحل پیاده سازی طرح
۳۴۸	۹-۱۲ کار با فایل ها

فصل سیزدهم - مدل کسب و کار ۳۴۹

۳۴۹	مقدمه
۳۴۹	۱-۱۳ تعریف اندیشمندان مختلف از مدل کسب و کار
۳۵۰	۲-۱۳ چرایی مدل کسب و کار
۳۵۱	۳-۱۳ چستی و کاربرد مدل کسب و کار
۳۵۱	۴-۱۳ شناسایی و شکل گیری مدل کسب و کار
۳۵۳	۵-۱۳ مدل کسب و کار: منطق کسب و کار در چگونگی خلق، ارائه و کسب ارزش
۳۵۳	۶-۱۳ بوم کسب و کار استروالدر
۳۵۹	۷-۱۳ نکات مهم درخصوص مدل کسب و کار
۳۶۰	۸-۱۳ قواعد اساسی
۳۶۲	۹-۱۳ نمونه ای از مدل کسب و کار
۳۶۲	جمع بندی
۳۶۳	خلاصه ی مدیریتی یا اجرایی

ضمائم ۳۶۷

منابع ۳۷۷