

طرح کسب و کار (Business Plan)

شرکت‌ها و سازمان‌های مدیریت شهری

"با رویکرد توسعه منابع انسانی"

نویسنده

سید مصطفی قاضی زاده هاشمی

مشترک

سرناسه	: قاضی زاده هاشمی، سیدمصطفی، ۱۳۶۳-
عنوان و نام پدیدآور	: طرح کسب و کار (Business plan) شرکت‌ها و سازمان‌های مدیریت شهری: "با رویکرد توسعه منابع انسانی" / نویسنده سیدمصطفی قاضی زاده هاشمی.
مشخصات نشر	: تهران: رصد علم، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۶-۷۲-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: شرکت خدمات اداری شهر -- هدف‌ها و نقش‌ها
موضوع	: شهرداری -- ایران -- مدیریت
موضوع	: Municipal government -- Iran
رده بندی کنگره	: JS ۷۸
رده بندی دیویی	: ۸۵/۳۲۰
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۸۷۰۹۵۵

رشد
علم

طرح کسب و کار (Business Plan) شرکت‌ها و سازمان‌های مدیریت شهری "با رویکرد توسعه منابع انسانی"

نویسنده: سید مصطفی قاضی زاده هاشمی
نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸
شابک اول: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۶-۷۲-۱
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
ناظر فنی: الهه امیریان
ناشر: رصد علم
مرکز پخش و فروش:
بهارستان - خیابان ظهیرالاسلام - نبش کوچه سلطانی پلاک ۸۰ تلفن ۰۹۱۲۸۱۶۴۸۱۹
قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال

فهرست

۵.....	فهرست
۹.....	سخن مدیر عامل شرکت خدمات اداری شهر
۱۱.....	مقدمه
۱۳.....	۱-پیشینه تحقیق
۱۵.....	۲-روش تحقیق
۱۷.....	۳-خلاصه مدیریت
۱۷.....	۳-۱- مروری بر چشم انداز، مأموریت و اهداف
۱۸.....	۳-۲- معرفی سرویس ها و خدمات
۱۸.....	۳-۳- معرفی بازارها
۱۸.....	۳-۴- ارقام اصلی فروش / سود
۲۱.....	جمع بندی
۲۲.....	۴-معرفی کسب و کار (توصیف وضعیت موجود شرکت)
۲۲.....	۴-۱- اطلاعات شرکت
۲۲.....	۴-۱-۱- ساختار سازمانی
۲۳.....	۴-۱-۲- جزئیات مالکیت و محل قانونی
۲۳.....	۴-۱-۳- زمان شروع کسب و کار
۲۳.....	۴-۲- معرفی خدمات / محصول
۲۳.....	۴-۲-۱- خدماتی که در حال حاضر ارائه می شود
۲۳.....	۴-۲-۲- پیش بینی خدماتی که در آینده ارائه خواهد شد
۲۶.....	۴-۲-۳- میزان فعالیت های درون سازمانی و برون سپاری شده
۲۶.....	۴-۳- نکات برجسته در فعالیت ها یا خدمات یا مدیریت شرکت
۲۷.....	۴-۳-۱- نمونه های رشد و توسعه
۲۷.....	۵-معرفی محیط کسب و کار
۲۷.....	۵-۱- مطالعه بازار
۲۷.....	الف - محیط دور
۲۹.....	ب- محیط نزدیک (محیط کسب و کار)
۲۹.....	ب - ۱ - خدمات تامین نیروی انسانی
۳۱.....	ب- ۲- خدمات آموزشی
۳۶.....	ب - ۳- خدمات مشاوره ای - پژوهشی

۶ / طرح کسب و کار (Business Plan) شرکت‌ها و سازمان‌های مدیریت شهری

۳۸.....	ب-۴- برگزاری رویداد.....
۴۱.....	۵-۱-۱- حجم بازار/ سهم بازار فعلی.....
۴۱.....	۵-۱-۲- فهرست مشتریان و میزان ارتباط.....
۴۱.....	۵-۱-۳- میزان رضایت‌مندی مشتریان از محصولات و خدمات.....
۴۱.....	۵-۲- رقبا.....
۴۱.....	۵-۲-۱- معرفی رقبای کلیدی.....
۴۲.....	۵-۲-۲- مزیت‌های رقابتی نسبت به رقبا (CPM).....
۴۵.....	۵-۳- تحلیل اطلاعات بازار هدف.....
۴۵.....	۵-۳-۱- بخش بندی بازار.....
۴۵.....	۵-۳-۲- مشتریان هدف.....
۴۶.....	۵-۳-۳- موضع‌یابی برای شرکت.....
۴۷.....	۵-۳-۴- اولویت بندی و جذب مشتریان.....
۵۰.....	۵-۳-۵- فرصت‌های موجود در بازار هدف.....
۵۱.....	۵-۳-۶- استراتژی ورود به بازار و توسعه بازار.....
۵۳.....	۵-۴- ساختار قیمت‌گذاری.....
۵۵.....	۵-۵- قیمت‌گذاری و حاشیه سود.....
۵۵.....	۵-۶- پیش‌بینی سهم بازار.....
۵۷.....	۵-۷- نرخ رشد پنج سال اخیر و پیش‌بینی شده.....
۶۰.....	جمع بندی.....
۶۱.....	۶- تصویر مطلوب شرکت.....
۶۱.....	۶-۱- چشم‌انداز.....
۶۱.....	۶-۲- مأموریت.....
۶۱.....	۶-۳- ارزش‌های سازمانی.....
۶۳.....	۶-۴- فرایندهای اصلی سازمانی.....
۶۷.....	۶-۵- راهبردها.....
۶۷.....	۶-۶- جهت‌گیری‌های استراتژیک.....
۶۷.....	۶-۷- اهداف بلند مدت (استراتژیک).....
۶۸.....	۶-۸- اهداف کوتاه مدت.....
۶۸.....	۶-۹- نرم افزارهای کاربردی مورد نیاز شرکت.....
۶۹.....	۷- تأمین منابع مالی و سرمایه‌گذاری.....
۶۹.....	۷-۱- پیش‌بینی نیازهای سرمایه‌ای کسب و کار.....
۷۰.....	۸- جمع بندی.....

طرح کسب و کار (Business Plan) شرکت‌ها و سازمان‌های مدیریت شهری / ۷

۸-۱-	ساختار سازمانی مطلوب.....	۷۰
۸-۲-	برنامه‌های آینده.....	۷۱
۸-۲-۱-	طرح بازاریابی.....	۷۱
۸-۲-۱-۱-	مشتریان / گروه مختلف مشتریان.....	۷۲
۸-۲-۱-۲-	موضع یابی برای شرکت.....	۷۳
۸-۲-۱-۳-	معرفی خدمات.....	۷۴
۸-۲-۱-۴-	اولویت بندی و جذب مشتریان.....	۷۴
۸-۲-۱-۵-	فرصت‌های موجود در بازار.....	۷۶
۸-۲-۱-۶-	استراتژی ورود به بازار و توسعه بازار.....	۷۷
۸-۳-	برنامه‌های عملیاتی سال ۹۷.....	۷۹
۹-	پیوست‌ها.....	۸۱
۹-۱-	پیوست ۱: بوم کسب و کار.....	۸۱
	تدوین طرح کسب و کار (مدل کسب و کار).....	۸۳
	اجزای بوم کسب و کار.....	۸۴
	شرح اجزای مدل کسب و کار.....	۸۵
۹-۲-	پیوست ۲: مطالعات تطبیقی - مشاوره مدیریت شهری در کشورهای توسعه یافته.....	۸۷
۹-۲-۱-	مقدمه‌ای بر توسعه پایدار شهری، آموزش و مشاوره مدیریت در کشورهای توسعه یافته.....	۸۷
۹-۲-۲-	Municipal Resources Inc.....	۹۱
۹-۲-۳-	Human Resources Service, Inc.....	۹۲
۹-۲-۴-	McKinsey.....	۱۰۴
۹-۲-۵-	موسسه اچ دی بی دلبیو (Hochschule Der Bayerischen Wirtschaft/HDBW).....	۱۰۵
۹-۲-۶-	مرکز بهره‌وری ژاپن برای توسعه اقتصادی-اجتماعی Japan productivity center for socio.....	
	economic development (JPC-SED).....	۱۰۶
۹-۳-	پیوست ۳: مطالعات تطبیقی - آموزش و مشاوره مدیریت در سازمان مدیریت صنعتی و جهاد دانشگاهی.....	۱۰۸
۹-۳-۱-	سازمان مدیریت صنعتی.....	۱۰۸
۹-۳-۲-	جهاد دانشگاهی.....	۱۱۰

تدوین طرح تجاری در موفقیت هر کسب و کاری اعم از کسب و کارهای موجود و یا در حال راه اندازی از ضروریات است. امروزه، به طرح تجاری بیشتر به عنوان یک پروژه نگاه می کنند. گزارشی که باید در مدتی محدود و مشخص تنظیم شود و پس از آن، در گوشه ای بلااستفاده قرار می گیرد. این در حالی است که طرح تجاری نقشه راه و برنامه حرکت ماست و در واقع مخاطب اصلی طرح تجاری خود ما هستیم. گاهی اوقات، صرفاً برنامه ریزی می کنیم، تا وجدان آسوده تری داشته باشیم، برایمان تعهد به برنامه مهم نیست. در موفقیت کسب و کار باید این نگرش را کنار گذاشت. با داشتن یک طرح تجاری می توان وضعیت حال و آینده کسب و کار را بهتر مشاهده نمود و این امر در سازماندهی شرکت کمک بسزایی به مدیریت می کند.