

دبیاچه

اگر «کسب و کار» به هر نوع فعالیت تکرارشونده اقتصادی از قبیل تولید، خرید و فروش کالا و خدمات به قصد کسب منافع اقتصادی گفته شود، تحلیل کسب و کار، به نحوه شکل‌گیری، مدیریت و توسعه کسب و کار می‌پردازد. در ابتدای دهه ۱۹۸۰، نظریه‌پردازان و سیاست‌گذاران اقتصاد و مدیریت بر خصوصی‌سازی تأکید داشتند، از اواخر دهه ۱۹۹۰ بهبود کسب و کار موضوع کانونی محافل نظریه‌پردازی و سیاست‌گذاری اقتصاد و مدیریت بوده است، اما هم‌اکنون تمرکز تقریباً تمامی کسب و کارها بر بقا در شرایط پیچیده و دائماً در حال تغییر محیط‌های خرد و کلان است. این تغییر در پارادایم سیاست‌گذاری کسب و کار، محصول تحولات اقتصادی از یک‌سو و طرح نظریات جدید اقتصادی و مدیریتی از سوی دیگر است. برای ارزیابی فضای کسب و کار تاکنون شاخص‌ها و روش‌های گوناگونی را سازمان‌ها و نهادهای مختلف ارائه داده‌اند، اما وجود مجموعه‌ای از شاخص‌ها و روش‌های منسجم که فضای کسب و کار را بسنجد و از لحاظ کاربردی با شرایط حاکم بر کسب و کارهای کشور ایران نیز سازگار باشد، احساس می‌شود. از این رو، در این کتاب سه بخش مبانی و کاربرد تحلیل کسب و کار، مراجع و شاخص‌های تحلیل کسب و کار، و تکنیک‌های تحلیل کسب و کار معرفی شده است. در بخش اول به مبانی و جغرافیای کسب و کار، اصول و کاربردهای تحلیل کسب و کار، و کالبدشکافی تحلیل کسب و کار، در بخش دوم به مراجع تحلیل کسب و کار، شاخص‌های تحلیل کسب و کار: «سهولت انجام کسب و کار» و «رقابت‌پذیری جهانی»، شاخص‌های تحلیل کسب و کار: شاخص PESTLE (محیط اقتصادی)، شاخص‌های تحلیل کسب و کار: شاخص PESTLE (محیط‌های سیاسی، قانونی-حقوقی، و برند کشورها)، و شاخص‌های تحلیل کسب و کار: شاخص PESTLE (محیط‌های اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی، و فناورانه-فناوری، تحقیق و توسعه، و نوآوری)، و در بخش سوم به تکنیک‌های تحلیل کسب و کار خواهیم پرداخت.

در اولین فصل به تعریف کسب و کار خواهیم پرداخت، سپس عناصر اصلی مفهوم کسب و کار و مدل‌های کسب و کار، موفقیت کسب و کار، و جغرافیای کسب و کار تشریح می‌شود. تحلیل کسب و کار در تشخیص این که یک شرکت چگونه رقابت و بیشترین ارزش را برای ذی‌نفعان خود ایجاد می‌کند، حائز اهمیت است. موفقیت کسب و کار را می‌توان از طریق استراتژی‌ها، نظریه‌ها، و روش‌های مناسب تحلیل کسب و کار و تصمیم‌های مؤثر مبتنی بر هوش/ بینش به دست آورد. از این رو، در فصل دوم در ابتدا مفهوم تحلیل کسب و کار و جنبه‌ها و عوامل آن تعریف می‌شود، سپس درباره چهارچوب جامع تحلیل کسب و کار و کاربردها و موارد استفاده از این تحلیل بحث می‌شود. در ادامه، نظریه‌های محیط، موانع تحلیل، فرایند، و روش‌های تحلیل کسب و کار تشریح و فواید، کاربرد، و دستاوردهای تحلیل کسب و کار توضیح داده می‌شود. هزینه‌های کسب و کار آثار مختلف و گوناگونی بر فعالیت‌های کسب و کار به جای می‌گذارد: اولین اثر، افزایش هزینه کسب و کار در مرحله تولید کالا و خدمات و اثر بعد افزایش هزینه‌های مربوط به مبادله آن‌هاست که موجب افزایش قیمت می‌شود. این هزینه‌های مازاد، با نامناسب کردن محیط کسب و کار مانع رشد کسب و کارهای کوچک و متوسط نیز می‌شوند. کسب و کارهای کوچک بیش از کسب و کارهای بزرگ از محیط نامناسب کسب و کار آسیب می‌بینند. به منظور حداقل کردن آسیب‌های محیطی، در فصل سوم به شناخت محیط داخلی و خارجی کسب و کار و عوامل مؤثر بر آن‌ها خواهیم پرداخت. ضرورت پیشگیری از تحلیل‌های غیرمهم و غیرراهبردی در خصوص ابعاد متعدد کسب و کار، پرهیز از ناهماهنگی میان فعالیت‌های مختلف توسعه کسب و کار، تخصیص بهینه منابع، و کسب اطمینان از هم‌راستایی فعالیت‌های کسب و کار با رسالت و اهداف کلان تعریف شده، از جمله موارد کلیدی است که تحلیل داخلی و خارجی کسب و کار را ضروری می‌سازد. در فصل چهارم، منابع و مراجع داخلی و بین‌المللی تحلیل کسب و کار به تفکیک محیط کلان، محیط خرد و محیط داخلی کسب و کار بررسی می‌شود و توضیحات اجمالی در خصوص نحوه استفاده از اطلاعات و تحلیل‌های این مراجع ارائه خواهد شد. این تحلیل‌ها به کسب و کارها کمک می‌کند تا بتوانند عدم اطمینان مرتبط با محیط را کاهش دهند. در فصل پنجم ابتدا تعدادی از شاخص‌های مرتبط با تحلیل کسب و کار، سپس فرایند قوانین و مقررات لازم برای ایجاد کسب و کار و ادامه فعالیت آن بررسی می‌شود و بر این اساس، درباره «شاخص سهولت انجام کسب و کار» بحث خواهد شد. از این شاخص می‌توان برای تصمیمات مختلف مربوط به کسب و کار از جمله سرمایه‌گذاری، تجارت، راه‌اندازی کسب و کار، و غیره در شرکت‌های فعال در کشورهای مختلف استفاده کرد. شاخص «رقابت‌پذیری جهانی» شاخص دیگری است که در این فصل

بررسی می‌شود. این شاخص که ابزاری کامل و همه‌جانبه برای سنجش ارکان رقابت‌پذیری ملی در اقتصاد خرد و کلان کشورها محسوب می‌شود با فراهم کردن میانگین وزنی برای بسیاری از مؤلفه‌ها، که هر یک به ارزیابی جنبه‌ای از رقابت‌پذیری اختصاص دارند، مفهوم گسترده رقابت‌پذیری را قابل بررسی می‌سازد. در ادامه شاخص نوآوری، شاخص دیده‌بان جهانی کارآفرینی، شاخص آزادی اقتصادی، شاخص دموکراسی، و شاخص اقتصاد دیجیتال به صورت خلاصه بررسی می‌شود. در فصل‌های ششم، هفتم، و هشتم، به بررسی شاخص PESTLE خواهیم پرداخت. به دلیل اهمیت موضوع و گستردگی محیط کلان، PESTLE مانند یک شاخص در نظر گرفته شده است تا با آن بتوان محیط اقتصادی (فصل ششم)، محیط‌های سیاسی، قانونی-حقوقی، و برند کشورها (فصل هفتم)، و محیط‌های اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی، فناوری، تحقیق و توسعه، و نوآوری (فصل هشتم) را جامع‌تر بررسی و تحلیل کرد. از فصل نهم تا هفدهم به تحلیل تکنیک‌های کسب و کار خواهیم پرداخت که اقتباسی است از کتاب‌های کسب و کار و تجزیه و تحلیل رقابتی: کاربرد مؤثر روش‌های جدید و کلاسیک؛ اثر فلشر و بنسوزان (۲۰۱۵) و تکنیک‌های تحلیل کسب و کار: ۹۹ ابزار ضروری برای موفقیت، نسخه دوم؛ اثر پال و گدیل (۲۰۱۴). این تکنیک‌ها شامل تکنیک‌های رقابتی، بنگاهی، محیطی، تکاملی، مالی، احتمالی، و آماری، استراتژی‌محور، تحلیل الزامات و ذی‌نفعان کسب و کار، تحلیل فرایند و تغییرات کسب و کار، و تحلیل مفهومی و موردی کسب و کار است.

اکنون که این اثر علمی با لطف و عنایت الهی به سرانجام رسیده است، لازم می‌دانیم از کلیه عزیزانی که از ابتدا ما را در این راه یاری کردند، به ویژه از آقایان حسین بلوچی و نوید حقیقی که در ترجمه بخش سوم با ما همکاری مؤثری داشتند، قدردانی و تشکر کنیم. این کتاب را با ذکر ایباتی از مجموعه ارزشمند *حیدرآبادیبه سلام استاد محمدحسین شهریار تقدیم می‌کنم به روح بلند پدرم، مرحوم حاج خداویردی آقازاده و همسر مهربانم. منیم آتام سفره لی بیر کیشیدی * ائل الیندن توتماق اونون ایشیدی * گوزلرین آخیره قالمیشیدی * اونندان سورا دونر که لر دوندیلر * محبتین چراغلاری سوندیلر* ترجمه اشعار: پدرم مردی بود، سفره‌اش همیشه باز * یاری رساندن به مردم کار همیشگی‌اش بود * از آخرین نیک‌سیرتان بود * بعد از او ورق برگشت * چراغ محبت خاموش شد.

به نظر من یک نسخه کلی برای موفقیت در کسب و کار وجود ندارد؛ چرا که موفقیت، تنها در نتیجه آماده‌سازی، کار و تلاش مداوم، و یادگیری از شکست‌ها حاصل خواهد شد. مطالب این کتاب کمک می‌کند دریابیم در دنیای کسب و کار چه رویدادهایی در حال انجام‌اند، در آینده چه اتفاقاتی خواهد افتاد، جایگاه کشور ایران در این دنیا کجاست، و چگونه می‌توانیم این جایگاه را ارتقا دهیم. از آنجایی که «خانواده» نیز همانند «یک کسب و کار کوچک» است، این کتاب تقدیم می‌شود به تمام کسانی که به دنبال بهبود کیفیت «زندگی شخصی» و «زندگی کاری» خود هستند.

محمد مهدی لطیفی