

به نام خداوند بخشنده و مهربان

۱۱۱.۶۶



وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری

دانشگاه شهید بهشتی

دانشکده معماری و شهرسازی

گروه آموزشی مدیریت پروژه و ساخت

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد

مدیریت پروژه و ساخت

عنوان:

طراحی مدل کسب و کار برای شرکت‌های سرمایه گذار در

پروژه‌های انبوه‌سازی مسکن

مطالعه موردی (شرکت سرمایه گذاری ساختمان ایران)

استاد راهنما:

دکتر احد نظری

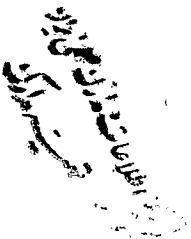
نگارنده:

رضا جهان آرا

نیمسال اول سال تحصیلی ۸۸ - ۸۷

۱۱۱۰۶۶

۸۷/۱/۱۰۲۱۸
۸۸/۱/۲۴



۸۷/۱/۱۰۲۱۸

دانشگاه شهید بهشتی
دانشکده معماری و شهرسازی
گروه آموزشی مدیریت پروژه و ساخت

طراحی مدل کسب و کار برای شرکت‌های سرمایه‌گذار در
پروژه‌های انبوه‌سازی مسکن
مطالعه موردی (شرکت سرمایه‌گذاری ساختمان ایران)

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد

نگارنده: رضا جهان آرا

استاد راهنما: دکتر احد نظری

استاد داور: دکتر مجتبی حسینعلی پور

استاد داور: دکتر محمد جعفر خاتمی

نماینده تحصیلات تکمیلی: دکتر محمد جعفر خاتمی

۱۳۸۸ / ۱ / ۲۱

بهمن ۱۳۸۷

شکر و قدردانی

روشن تر از خاموشی، چراغی ندیدم،

و سخنی، به از بی سخنی نشنیدم،

کاسه ای بیاشامیدم که هرگز، تا ابد،

از نمکی او سیراب نشدم. یازید بطای، قرن سوم هجری

اکنون که نگارش این رساله به پایان رسیده است، لازم می دانم تا از اساتید و دوستانی که مراد نگارش این رساله یاری رسانده اند، شکر و قدردانی نمایم.

از پدر و مادر مهربانم، به پاس محبت بی دریغشان سپاسگزارم.

از اساتید گرامی، دکتر محمد جعفر خاتمی، دکتر محمد علی کاشف حقیقی، دکتر سید مجتبی حسینی پور

و استاد راهنمای ارجمندم دکتر احد نظری کمال شکر و قدردانی را دارم.

از دوستان گرامی، محمد دبستانی، محمد رضا غروی، مهدی مهدیزاده، امیر حسین محبی فرو برادر مهربانم

بلیک جهان آرا که مرا هر چون لطف و محبت خویش قرار داده اند، سپاسگزارم.

مسکن بعنوان یکی از مهم‌ترین نیازهای انسان، نه تنها نیازی فیزیکی و مادی، بلکه یک مسئله روحی و فرهنگی است. در کشورمان ایران، شرکت‌های سرمایه‌گذار در پروژه‌های مسکونی، با وجود بازار مساعد در صنعت ساخت و ساز مسکن، تقاضای فراوان و ماهیت غیر وارداتی بودن این محصول، با مشکلاتی در برنامه‌ریزی و اجرای این پروژه‌ها روبرو می‌باشند. از سوی دیگر، به دلایل گوناگون از جمله مسائل اقتصادی، مشکلاتی در صنعت ساخت و ساز کشور ما وجود دارد و ناکارآمدی این شرکت‌ها، مشکلات را تشدید می‌کند. از جمله دلایل ناکارآمدی شرکت‌های فعال در صنعت ساخت و ساز مسکن، نبود برنامه‌ای مدون برای فعالیت این شرکت‌ها و تفکر سنتی حاکم بر این صنعت است. ویژگی‌های خاص پروژه‌های ساخت مسکن به ویژه پیچیدگی و تعدد عوامل محیطی تأثیرگذار بر این پروژه‌ها، زمان‌بری و پرهزینه بودن آنها ایجاب می‌کند که تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، به ویژه در مراحل آغازین آن به صورت روش‌مند و سازمان‌یافته صورت بگیرد. یکی از راهکارهای مهم برای بهبود تصمیمات و برنامه‌ها، تدوین برنامه کسب و کار است. از این رو، بحث برنامه‌ریزی کسب و کار جزء موضوعاتی است که می‌تواند در این صنعت مطرح شده و نیاز امروز بسیاری از سازمان‌ها می‌باشد.

تحقیق پیش‌رو، در پی طراحی مدل کسب و کاری در حوزه برنامه‌ریزی کسب و کار برای شرکت‌های سرمایه‌گذار در انبوه‌سازی مسکن است. هدف از این مدل، معرفی فرآیندی برای تدوین برنامه کسب و کار می‌باشد. دستیابی به این هدف نیازمند شناخت مفاهیم مدل و مدل‌سازی کسب و کار و نیز بررسی سابقه تحقیقات در حوزه‌های تعاریف، اجزاء و فرآیندهای تدوین برنامه کسب و کار است. از این رو، در ابتدا به تعریف برنامه کسب و کار و اهداف تدوین آن پرداخته شده است. در ادامه با بررسی محتویات برنامه کسب و کار و استفاده از روش تحلیل محتوا، سه حوزه دانش مورد نیاز برای تدوین برنامه، شامل حوزه مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی، حوزه مطالعات و مدل‌سازی کسب و کار و حوزه تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها مشخص شده است. هر یک از این حوزه‌ها مورد مطالعه قرار گرفته است که هدف از آن، پیشنهاد فرآیندی برای تولید دانش لازم برای تدوین برنامه کسب و کار در هر حوزه است. بدین منظور، ابتدا تعاریف راهبرد و مدیریت راهبردی، انواع راهبردها و مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی بررسی شده است و سعی شده تا با بسط و ترکیب این مدل‌ها، مدل برنامه‌ریزی راهبردی ارائه شود. در مرحله بعد، تعاریف مدل‌سازی کسب و کار و رابطه مدل کسب و کار با راهبردها و فرآیندهای کسب و کار بررسی شده است و ضمن ارزیابی و انتخاب زبان مدل‌سازی فرآیندهای کسب و کار، فرآیند مدل‌سازی کسب و کار معرفی شده است. پس از آن، فرآیندی پیشنهاد شده است تا بتوان پروژه‌هایی برای تولید محصول تعریف و ارزیابی کرد. از ترکیب این سه فرآیند، مدل کسب و کار پیشنهادی برای تدوین برنامه کسب و کار حاصل شده است.

در انتها، به منظور اطمینان از صحت مدل پیشنهادی، با استفاده از راهبردهای پژوهش تحقیق که شامل تحلیل محتوای فرآیند برنامه‌ریزی کسب و کار، پیمایش (نظرسنجی از خبرگان) و مطالعه موردی است، مدل پیشنهادی اعتبارسنجی شده است.

واژه‌های کلیدی: برنامه کسب و کار، برنامه راهبردی، مدل کسب و کار، فرآیندهای کسب و کار، انبوه‌ساز مسکن

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

i.....	چکیده.....
ii.....	فهرست مطالب.....
v.....	فهرست جداول و نمودارها.....

بخش اول: کلیات و ادبیات موضوع

فصل اول: بیان موضوع و روش تحقیق

۱.....	۱-۱- مقدمه.....
۲.....	۲-۱- بیان مسئله.....
۳.....	۳-۱- اهداف تحقیق.....
۴.....	۴-۱- موارد کاربرد تحقیق.....
۴.....	۵-۱- سوالات تحقیق.....
۴.....	۶-۱- سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته.....
۵.....	۷-۱- قلمرو و محدودیت‌های تحقیق.....
۵.....	۸-۱- روش تحقیق.....
۱۰.....	۹-۱- تعریف واژه‌های کلیدی.....
۱۲.....	۱۰-۱- ساختار تحقیق.....
۱۳.....	۱۱-۱- جمع‌بندی.....

فصل دوم: مدل و برنامه کسب و کار

۱۴.....	۱-۲- مقدمه.....
۱۵.....	۲-۲- تعریف مدل.....
۱۶.....	۳-۲- تعریف مدل کسب و کار.....
۱۸.....	۴-۲- تعریف برنامه کسب و کار.....
۲۰.....	۵-۲- اهداف تدوین برنامه کسب و کار.....
۲۳.....	۶-۲- جایگاه برنامه کسب و کار: محصول، پروژه و برنامه کسب و کار.....
۲۵.....	۷-۲- انواع برنامه کسب و کار.....
۲۵.....	۸-۲- تیم طراحی برنامه کسب و کار.....
۲۶.....	۹-۲- محتویات برنامه کسب و کار.....
۳۱.....	۱۰-۲- فرآیند تدوین برنامه کسب و کار از نظر محققین.....
۳۵.....	۱۱-۲- ارزیابی برنامه کسب و کار.....
۳۷.....	۱۲-۲- نتایج: تعیین حوزه‌های دانش مربوط به محتویات برنامه کسب و کار.....
۳۹.....	۱۳-۲- نتایج: پیشنهاد محتویات برنامه کسب و کار و دسته‌بندی آن‌ها بر اساس حوزه‌های دانش.....
۴۱.....	۱۴-۲- جمع‌بندی.....

بخش دوم: بررسی حوزه‌های دانش در برنامه‌ریزی کسب و کار

فصل سوم: برنامه‌ریزی راهبردی

۴۲	۱-۳- مقدمه
۴۳	۲-۳- تعریف راهبرد
۴۴	۳-۳- انواع راهبرد
۴۸	۴-۳- مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی
۴۹	۵-۳- فرآیند مدیریت راهبردی
۵۰	۶-۳- نگرش‌های برنامه‌ریزی راهبردی
۵۱	۷-۳- مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی
۵۶	۸-۳- بررسی مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی
۵۷	۹-۳- مدل راهبردی جامع توسعه یافته
۵۸	۱۰-۳- ارزیابی راهبرد
۵۹	۱۱-۳- نتایج: مدل پیشنهادی برای برنامه‌ریزی راهبردی
۶۵	۱۲-۳- جمع‌بندی

فصل چهارم: مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن

۶۷	۱-۴- مقدمه
۶۸	۲-۴- تعریف مدل کسب و کار
۶۸	۳-۴- اهداف تهیه مدل کسب و کار
۶۹	۴-۴- اجزای مدل‌های کسب و کار
۷۲	۵-۴- نگرش‌های مدل‌سازی کسب و کار
۷۲	۶-۴- راهبرد، مدل و فرآیندهای کسب و کار
۷۴	۷-۴- مدل‌سازی فرآیندهای کسب و کار
۷۵	۸-۴- روش، تکنیک و زبان مدل‌سازی فرآیندهای کسب و کار
۷۶	۹-۴- زبان‌های نمایش مدل‌سازی فرآیندهای کسب و کار
۸۳	۱۰-۴- ارزیابی و انتخاب زبان مدل‌سازی فرآیندهای کسب و کار
۸۴	۱۱-۴- فرآیند تدوین مدل کسب و کار از نظر محققین
۸۵	۱۲-۴- نتایج: مدل پیشنهادی برای مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
۹۲	۱۳-۴- جمع‌بندی

فصل پنجم: تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها

۹۴	۱-۵- مقدمه
۹۵	۲-۵- فرآیند تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها از نظر محققین
۹۶	۳-۵- تعریف پروژه‌ها
۹۸	۴-۵- مطالعات بازار و عوامل اقتصادی
۱۰۱	۵-۵- مطالعات فنی
۱۰۲	۶-۵- مطالعات مالی
۱۰۷	۷-۵- مدیریت ریسک
۱۰۸	۸-۵- تصمیم‌گیری
۱۱۱	۹-۵- نتایج: مدل پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۱۷	۱۰-۵- جمع‌بندی

بخش سوم: ارائه مدل پیشنهادی، بررسی و نتیجه‌گیری

فصل ششم: معرفی و اعتبارسنجی مدل پیشنهادی

- ۱۱۹-۱-۶ مقدمه
- ۱۲۰-۲-۶ مروری بر مدل پیشنهادی برای برنامه‌ریزی راهبردی
- ۱۲۳-۳-۶ مروری بر مدل پیشنهادی برای مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
- ۱۲۷-۴-۶ مروری بر مدل پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
- ۱۳۲-۵-۶ ارائه مدل کسب و کار پیشنهادی برای تدوین برنامه کسب و کار
- ۱۳۶-۶-۶ معرفی روش‌های اعتبارسنجی مدل پیشنهادی
- ۱۳۶-۷-۶ تحلیل محتوا
- ۱۳۸-۸-۶ نظرسنجی خبرگان
- ۱۴۴-۹-۶ نتایج حاصل از تحلیل محتوا و نظرسنجی خبرگان
- ۱۴۴-۱۰-۶ یافته‌های حاصل از تحقیق

فصل هفتم: مطالعه موردی

- ۱۴۶-۱-۷ مقدمه
- ۱۴۷-۲-۷ معرفی مطالعه موردی
- ۱۵۰-۳-۷ اجرای مدل پیشنهادی برای مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی
- ۱۶۴-۴-۷ اجرای مدل پیشنهادی برای مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
- ۱۷۱-۵-۷ اجرای مدل پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
- ۱۸۳-۶-۷ نتایج حاصل از مطالعه موردی
- ۱۸۹-۷-۷ ویژگی‌های مدل پیشنهادی
- ۱۹۰-۸-۷ پیشنهادات برای تحقیقات آتی

پیوست‌ها و منابع

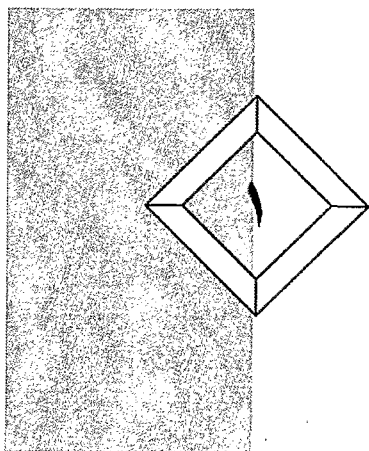
- ۱۹۱ پیوست ۱: دستورالعمل تشخیص صلاحیت، تعیین پایه و صدور پروانه اشتغال به کار سازندگان انبوه مسکن و ساختمان
- ۱۹۵ پیوست ۲: نمونه و تجزیه و تحلیل آماری پرسش‌نامه
- ۲۰۴ پیوست ۳: ساختار شکست کارها، برنامه زمان‌بندی، وزن مالی فعالیت‌ها و محاسبات هزینه‌های پروژه در مطالعه موردی
- ۲۱۱ منابع

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۳۸	جدول ۱-۲: تحلیل محتوای نظریات محققین درباره محتویات برنامه کسب و کار
۵۲	جدول ۱-۳: ماتریس سید دارایی‌ها در دوره عمر
۵۳	جدول ۲-۳: ماتریس ADL
۵۴	جدول ۳-۳: تعیین نمرات (FS), (IS), (ES), (CA)
۵۶	جدول ۳-۴: ویژگی‌ها، مزایا و معایب مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی
۸۰	جدول ۱-۴: انواع اشیاء جریان
۸۱	جدول ۲-۴: انواع اشیاء پیونددهنده
۸۲	جدول ۳-۴: انواع خطوط شناوری
۸۲	جدول ۴-۴: انواع مصنوعات
۱۱۲	جدول ۱-۵: اطلاعات زمین و پروژه ساختمانی
۱۲۰	جدول ۱-۶: فعالیت‌های پیشنهادی برای برنامه‌ریزی راهبردی
۱۲۳	جدول ۲-۶: ورودی، خروجی و تکنیک‌ها در فرآیند پیشنهادی برای برنامه‌ریزی راهبردی
۱۲۳	جدول ۳-۶: فعالیت‌های پیشنهادی برای مدل کسب و کار و فرآیندهای آن
۱۲۶	جدول ۴-۶: ورودی، خروجی و تکنیک‌ها در فرآیند پیشنهادی برای مدل‌سازی کسب و کار
۱۲۷	جدول ۵-۶: فعالیت‌های پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۳۱	جدول ۶-۶: ورودی، خروجی و تکنیک‌ها در فرآیند پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۳۷	جدول ۷-۶: تحلیل محتوای نظریات محققین درباره فرآیند تدوین برنامه کسب و کار
۱۳۹	جدول ۸-۶: طیف لیکرت پنج تایی برای نظرسنجی از نمونه آماری
۱۴۲	جدول ۹-۶: بررسی نظرات خبرگان در پرسش‌نامه
۱۵۵	جدول ۱-۷: اهداف سازمان بر حسب نوع آن
۱۵۶	جدول ۲-۷: ماتریس سید دارایی‌ها در دوره عمر در شرکت مورد مطالعه
۱۵۷	جدول ۳-۷: تعیین نمرات (FS), (IS), (ES), (CA) در شرکت مورد مطالعه
۱۵۸	جدول ۴-۷: ماتریس تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی و نقاط قوت و ضعف درونی
۱۵۹	جدول ۵-۷: ماتریس ADL
۱۶۰	جدول ۶-۷: ارزیابی گزینه‌های راهبردی
۱۶۱	جدول ۷-۷: راهبردهای اصلی و دوره زمانی آن
۱۶۲	جدول ۸-۷: برنامه اجرایی راهبردها
۱۶۳	جدول ۹-۷: نوع و بخش‌های وظیفه‌ای ساختار سازمانی
۱۶۴	جدول ۱۰-۷: برنامه ارزیابی و کنترل برنامه راهبردی
۱۶۸	جدول ۱۱-۷: ساختار سازمانی مورد نیاز با توجه به برنامه اجرایی
۱۷۲	جدول ۱۲-۷: شرح مساحت‌ها و کاربری‌های پروژه مطالعه شده
۱۷۴	جدول ۱۳-۷: محاسبه جدول بهای تمام شده
۱۷۵	جدول ۱۴-۷: شاخص بهای مسکن در مناطق شهری ایران
۱۷۷	جدول ۱۵-۷: محاسبه نرخ بازده داخلی و ارزش خالص فعلی
۱۷۷	جدول ۱۶-۷: صورت سود و زیان پروژه
۱۷۸	جدول ۱۷-۷: توزیع درآمدها و هزینه‌ها و جریان نقدی تجمعی پروژه
۱۸۲	جدول ۱۸-۷: انواع ریسک‌ها و برنامه مواجهه با آن‌ها
۱۸۴	جدول ۱۹-۷: بررسی ورودی‌ها و خروجی‌های مدل در حوزه برنامه‌ریزی راهبردی
۱۸۵	جدول ۲۰-۷: بررسی ورودی‌ها و خروجی‌های مدل در حوزه مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
۱۸۶	جدول ۲۱-۷: بررسی ورودی‌ها و خروجی‌های مدل در حوزه تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۸۷	جدول ۲۲-۷: امکان ایجاد محتویات برنامه کسب و کار با کاربرد مدل پیشنهادی در مطالعه موردی

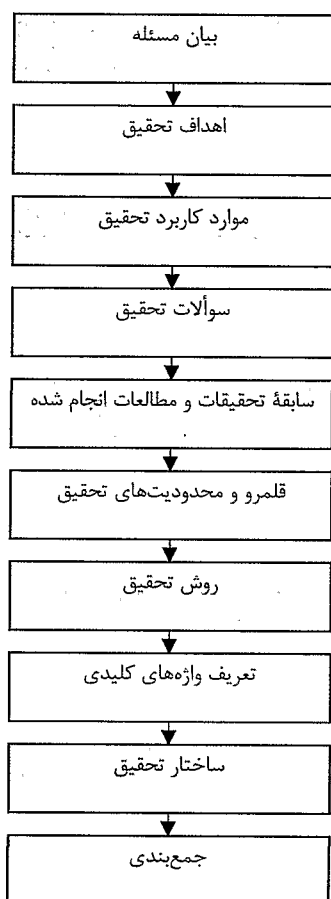
فهرست نمودارها و تصاویر

صفحه	عنوان
۱۲	نمودار ۱-۱: ساختار کلی تحقیق
۱۳	نمودار ۱-۲: پیاز فرآیند پژوهش
۲۳	نمودار ۱-۲: جایگاه برنامه‌کسب و کار در چرخه عمر محصول
۲۷	نمودار ۲-۲: جریان نقدی و احتمالات نرخ بازده داخلی
۴۴	نمودار ۱-۳: زنجیره راهبردها
۴۹	نمودار ۲-۳: فرآیند مدیریت راهبردی از نظر هریسون
۵۰	نمودار ۳-۳: فرآیند مدیریت راهبردی از نظر کرزنر
۵۰	نمودار ۴-۳: فرآیند مدیریت راهبردی از نظر هانگر
۵۴	نمودار ۵-۳: ماتریس ارزیابی رقابتی و تحلیل موقعیت راهبردی (SPACE)
۵۸	نمودار ۶-۳: فرآیند کنترل و ارزیابی
۶۱	نمودار ۷-۳: متغیرهای محیطی
۶۶	نمودار ۸-۳: مدل پیشنهادی برای مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی
۷۰	نمودار ۱-۴: اجزای یک مدل کسب و کار از نظر "آفوا"
۷۳	نمودار ۲-۴: مثلث منطق کسب و کار
۷۵	نمودار ۳-۴: اهداف مدل‌سازی فرآیندهای کسب و کار
۷۷	نمودار ۴-۴: عناصر سازنده زنجیره‌های فرآیندی رویداد مدار
۷۸	نمودار ۵-۴: عناصر سازنده شبکه‌های پتری
۷۹	نمودار ۶-۴: مدل‌سازی IDEFO
۹۳	نمودار ۷-۴: مدل پیشنهادی برای مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
۱۱۸	نمودار ۱-۵: مدل پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۲۱	نمودار ۱-۶: مرور مدل پیشنهادی برای مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی
۱۲۲	نمودار ۲-۶: ارتباط فعالیت‌ها در مطالعات و برنامه‌ریزی راهبردی
۱۲۴	نمودار ۳-۶: مرور مدل پیشنهادی برای مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
۱۲۵	نمودار ۴-۶: ارتباط فعالیت‌ها در مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن
۱۲۸	نمودار ۵-۶: مرور مدل پیشنهادی برای تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۲۹	نمودار ۶-۶: ارتباط فعالیت‌ها در تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها
۱۳۲	نمودار ۷-۶: ارتباط فعالیت‌ها در مرحله پیش‌برنامه‌ریزی
۱۳۳	نمودار ۸-۶: ارتباط فعالیت‌ها در سه حوزه اصلی دانش
۱۳۴	نمودار ۹-۶: ارتباط فعالیت‌ها در مرحله جمع‌بندی و ارائه برنامه کسب و کار
۱۳۵	نمودار ۱۰-۶: فرآیند پیشنهادی برای طراحی مدل کسب و کار در حوزه برنامه‌ریزی کسب و کار
۱۴۰	نمودار ۱۱-۶: سطح تخصیلات پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه
۱۴۰	نمودار ۱۲-۶: میزان آشنایی پاسخ‌دهندگان با برنامه کسب و کار
۱۴۹	نمودار ۱-۷: ساختار سازمانی شرکت سرمایه‌گذاری ساختمان ایران
۱۵۴	نمودار ۲-۷: فرآیند عملی بیماری ساختاری بخش مسکن در کشور
۱۵۷	نمودار ۳-۷: ماتریس ارزیابی رقابتی و تحلیل موقعیت راهبردی (SPACE)
۱۶۸	نمودار ۴-۷: ساختار سازمانی پیشنهادی برای شرکت مورد مطالعه
۱۷۰	نمودار ۵-۷: مدل فرآیندهای کسب و کار پیشنهادی برای شرکت مورد مطالعه
۱۷۲	تصویر ۱-۷: موقعیت زمین پروژه در عکس هوایی
۱۷۲	تصویر ۲-۷: بافت و مستحقات اطراف سایت
۱۷۴	نمودار ۶-۷: سهم هر یک از هزینه‌ها از هزینه کل پروژه
۱۷۵	نمودار ۷-۷: تغییر قیمت واحدهای مسکونی در تهران
۱۷۶	نمودار ۸-۷: رابطه میان شاخص تورم و قیمت مسکن در تهران
۱۷۸	نمودار ۹-۷: جریان نقدی پروژه
۱۷۹	نمودار ۱۰-۷: توزیع احتمالی هر یک از متغیرها
۱۸۰	نمودار ۱۱-۷: توزیع احتمالات نتایج مالی پروژه
۱۸۱	نمودار ۱۲-۷: احتمال وقوع دو حالت خاص از ارزش خالص فعلی و نرخ بازده داخلی
۱۸۱	نمودار ۱۳-۷: تحلیل حساسیت متغیرهای پروژه



کلیات و روش تحقیق

۱-۱- مقدمه



در اولین فصل از این تحقیق، به معرفی کلیات تحقیق می‌پردازیم. کلیات تحقیق به ماهیت و موضوع تحقیق می‌پردازد و شامل بیان مسئله، اهداف، سوالات و محدودیت‌های تحقیق است.

از جمله ویژگی‌های یک مطالعه علمی، استفاده از یک روش تحقیق مناسب است. اکنون تحقیق در علوم، روشی علمی است که مسائل را با روش‌های مخصوص و از ابعاد و جنبه‌های گوناگون بررسی می‌کند تا به علت آن‌ها پی‌ببرد و راهکار یا الگویی جدید جهت بهبود شرایط ارائه نماید. انتخاب روش تحقیق مناسب به هدف‌ها، ماهیت و موضوع مورد تحقیق و امکانات اجرایی بستگی دارد. از این‌رو در ادامه به روش و چگونگی انجام تحقیق خواهیم پرداخت. برای نمایش روش‌شناسی تحقیق پیش‌رو، از پیاز فرآیند پژوهش استفاده می‌شود. در پیاز فرآیند پژوهش، جایگاه تحقیق نسبت به هر یک از مباحث مطرح در بررسی روش تحقیق مشخص می‌شود. در انتهای این فصل، واژگان کلیدی تحقیق و ساختار تحقیق با توجه به بخش‌ها و فصول تحقیق معرفی می‌شود. خلاصه‌ای از موضوعات مطرح شده در این فصل در نمودار پیش‌رو دیده می‌شود.

۱-۲- بیان مسئله

نیاز به مسکن، نه تنها یکی از اساسی‌ترین نیازهای انسانی است، بلکه یکی از حقوق انسان‌ها به شمار می‌رود.^۱ بسیاری از عوامل همچون افزایش جمعیت، رشد پدیده شهرنشینی و تغییر ساختارهای اقتصادی زمینه بروز بحران را در بخش مسکن موجب شده است، بطوریکه بسیاری از انسان‌ها از تأمین این نیاز اولیه خود ناتوانند. تا کنون راه‌حل‌های متفاوتی برای حل بحران مسکن ارائه شده است که هر یک، حوزه‌های مختلفی همچون دانش اقتصادی، مالی،^۲ فنی،^۳ فرهنگ و سیاست را در بر می‌گیرد. یکی از این راه‌حل‌ها که فصلی مشترک این حوزه‌ها است، طرح انبوه‌سازی مسکن می‌باشد، لیکن با وجود تقاضای کافی و بازدهی مناسب، همچنان بحران کمبود مسکن وجود دارد و روز به روز گسترده‌تر می‌شود.^۴ مشکل در این جاست که بخش فعال در صنعت ساخت و ساز مسکن، کارآمد نیستند. ناکارآمدی این شرکت‌ها بحران مسکن را در ایران تشدید می‌کند. از جمله دلایل ناکارآمدی شرکت‌های فعال در صنعت ساخت و ساز مسکن، نبود برنامه‌ای مدون برای فعالیت این شرکت‌ها و تفکر سنتی حاکم بر این صنعت است. ویژگی‌های خاص پروژه‌های انبوه‌سازی مسکن به ویژه پیچیدگی و تعدد عوامل محیطی تأثیرگذار بر این پروژه‌ها، زمان‌بری و پرهزینه بودن آنها، ایجاب می‌کند که تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها برای سرمایه‌گذاری در این کسب و کار، به ویژه در مراحل آغازین آن با دقت و سازمان‌یافته صورت بگیرد.

کسب و کار در شرکت‌های سرمایه‌گذاری چند مرحله دارد، مرحله پیش‌سرمایه‌گذاری، مرحله سرمایه‌گذاری و مرحله بهره‌برداری تجاری. یکی از مراحل مهم یک کسب و کار، مطالعات پیش‌سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی آن است که با هدف تدوین برنامه کسب و کار^۵ انجام می‌گیرد. درباره اهداف انجام این مطالعات و تدوین یک برنامه کسب و کار، می‌توان به این موضوع اشاره کرد که اساس تصمیم‌گیری‌های مربوط به آغاز یا عدم اجرای یک کسب و کار، و برنامه‌ریزی‌های کلان آن مبتنی بر مطالعات و بررسی‌هایی است که نتیجه آن در قالب برنامه کسب و کار ارائه می‌شود. همچنین برنامه کسب و کار، ابزاری در دست مدیران است تا به واسطه آن بتوانند عملکرد خود و موسسه را ارزیابی نمایند و برای فعالیت‌های آتی خود تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کنند. برنامه کسب و کار روشی برای در اختیار نهادن اطلاعات و برنامه‌های پروژه‌های یک کسب و کار، برای استفاده و جلب نظر بخشی از ذی‌نفعان، بویژه سرمایه‌گذاران، شرکای تجاری و مدیران ارشد است. از این رو می‌توان گفت که برنامه کسب و کار که حاصل این مطالعات است، راهنمای تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌هایی است که تأثیر بسزایی در پروژه‌های آن کسب و کار دارد.

^۱ اصل ۳۱ قانون اساسی: داشتن مسکن متناسب با نیاز، حق هر فرد و خانوار ایرانی است. دولت موظف است با رعایت اولویت، برای آنها که نیازمندترند، به خصوص روستائین و کارگران، زمینه اجرای این اصل را فراهم آورد.

^۲ از آن جمله می‌توان به برنامه‌های گسترش و بهبود نظام مالی تأمین مسکن اشاره کرد. (طرح جامع مسکن، وزارت مسکن و شهرسازی، خرداد ۱۳۸۵)

^۳ از آن جمله می‌توان به ارتقاء صنعت ساختمان، بهبود کیفیت ساخت، بهبود مدیریت بخش مسکن در مراحل برنامه‌ریزی، ساخت و بهره‌برداری اشاره کرد. (طرح جامع مسکن، وزارت مسکن و شهرسازی، خرداد ۱۳۸۵)

^۴ تحقیقات مرکز پژوهش و اسناد ریاست‌جمهوری از نیاز مسکن در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۱ که در فصلنامه گزارش جمهور منتشر شده، نشان می‌دهد سالانه همواره حدود ۱۰۰ هزار تقاضا به کل نیاز سال قبل اضافه می‌شود؛ بدین معنی که بازار مسکن در سال‌های ۸۷، ۸۸، ۸۹ و ۹۰ به ترتیب با یک میلیون و ۳۵۶ هزار، یک میلیون و ۴۳۱ هزار، یک میلیون و ۵۱۱ هزار و یک میلیون و ۶۲۵ هزار تقاضای جدید روبه‌رو می‌شود. این حجم از تقاضا در سال ۹۱ به اوج خود و رقمی معادل یک میلیون و ۶۸۵ هزار واحد مسکونی جدید می‌رسد. این در حالی است که در ۸ ماه اول سال ۸۶ تنها نیم میلیون واحد مسکونی جدید ساخته شده که اگر روند ساخت‌وساز در ۴ ماه پایانی سال را مطابق ۸ ماه اول در نظر بگیریم، پارسال در مجموع در کشور تعداد ۷۵۰ هزار مسکن جدید ساخته شده است. (قدیری، دنیای اقتصاد، ۵ خرداد ۱۳۸۷)

^۵ Business Plan

تهیه مدل کسب و کاری^۶ برای انجام مطالعات پیش از سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی کسب و کار که با هدف تدوین برنامه کسب و کار برای شرکت‌های سرمایه‌گذار در انبوه‌سازی مسکن انجام می‌گیرد، چهارچوب اصلی این تحقیق را تشکیل می‌دهد. این مدل ضمن سازمان‌دهی مجموعه فعالیت‌های لازم برای تدوین برنامه کسب و کار، فرآیندی منطقی بین این فعالیت‌ها و اطلاعات در گردش بین آنها ایجاد می‌کند. لزوم تهیه مدلی برای برنامه‌ریزی کسب و کار، در نقش مؤثر برنامه کسب و کار در بهبود تصمیمات و برنامه‌ها است. همچنین اوضاع اقتصادی، سیاسی و اجتماعی کشور و شرایط خاص و پیچیده بازار مسکن، لزوم تعریف مدل کسب و کاری را با تمرکز بر انجام دقیق مطالعات پیش از سرمایه‌گذاری و تهیه برنامه کسب و کار، آشکارتر می‌سازد.

۱-۳-۳- اهداف تحقیق

۱-۳-۱- هدف اصلی

۱- تعریف فرآیندی برای طراحی مدل کسب و کار (در حوزه برنامه‌ریزی) در شرکت‌های سرمایه‌گذار در انبوه‌سازی مسکن هدف اصلی این تحقیق تعریف فرآیندی است که با انجام آن، مدل کسب و کار این شرکت‌ها برای انجام مطالعات پیش از سرمایه‌گذاری و تهیه برنامه کسب و کار حاصل می‌شود.

۱-۳-۲- اهداف فرعی

۱- شناسایی عوامل و حوزه‌های تاثیرگذار بر مدل کسب و کار و یکپارچه‌سازی این عوامل در یک مدل شناسایی عوامل و حوزه‌هایی که در شکل‌گیری و تدوین مدل کسب و کار در مرحله برنامه‌ریزی آن کسب و کار مؤثر می‌باشند و یکپارچه‌سازی آن‌ها بصورتی که این عوامل و حوزه‌ها با یکدیگر رابطه منطقی برقرار نمایند و در یک مدل، نشان‌دهنده چگونگی تدوین برنامه کسب و کار باشند، یکی از اهداف فرعی این تحقیق است. در این تحقیق این عوامل در چند حوزه اصلی دسته‌بندی شده‌اند و هر یک از این حوزه‌ها مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۲- شناسایی بسترهای مناسب برای برنامه‌ریزی پروژه‌ها

انجام مطالعات پیش از سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی کسب و کار در قالب یک مدل کسب و کار و در حوزه‌های گوناگونی مانند مطالعات راهبردی، مدل‌سازی کسب و کار و فرآیندهای آن و تعریف، تحلیل و ارزیابی پروژه‌ها انجام می‌گیرد. در مرحله سرمایه‌گذاری (اجرای پروژه‌ها) که برنامه‌ریزی پروژه‌ها با کمک فرآیندهای مدیریت پروژه انجام می‌گیرد، این مطالعات، بسترهای سازمانی و اطلاعاتی لازم را برای برنامه‌ریزی پروژه‌ها فراهم ساخته و بعنوان مبنایی برای برنامه‌ریزی پروژه‌ها در مرحله سرمایه‌گذاری بکار می‌رود. شناسایی این بسترهای اطلاعاتی و سازمانی، دیگر هدف فرعی این تحقیق است.

۱-۴- موارد کاربرد تحقیق

کاربرد این تحقیق، فراهم آوردن امکان تدوین برنامه کسب و کار، به ویژه در سرمایه‌گذاری‌های ساختمانی است. این تحقیق امکان حصول اهداف تدوین یک برنامه کسب و کار را میسر می‌کند. این اهداف به تفصیل در فصل دوم بررسی شده‌اند، به خلاصه‌ای از این اهداف اشاره می‌شود:

^۶ Business Model

- ۱- تهیه برنامه کسب و کار که ابعادی چون راهبردهای سازمان، مطالعات اقتصادی، راهبردهای بازاریابی و فروش، طرح ریزی پروژه، برنامه زمان بندی اجرای طرح، تجزیه و تحلیل فنی و مالی و ریسک پروژه را مورد بررسی قرار می دهد، دورنمای واضح تری را از کلیات پروژه، در اختیار سرمایه گذار به منظور تصمیم گیری قرار می دهد. بطور معمول، تامین کنندگان منابع مالی بر اساس نتایج و شاخص های حاصل از برنامه کسب و کار، منابع مالی را به طرحها تخصیص می دهند. بعد از تایید برنامه کسب و کار تهیه شده، توسط تامین کنندگان منابع مالی (از قبیل بانکها، شرکت های سرمایه گذاری و...) قراردادها منعقد گردیده و سپس مرحله سرمایه گذاری پروژه آغاز می شود.^۷
- ۲- برقراری ارتباط میان پروژه و برنامه راهبردی سازمان، اخذ تصمیمات کلی درباره پروژه پیش از آغاز اجرای آن، تعیین اهداف مورد نظر از اجرای پروژه، بررسی امکان رسیدن پروژه به اهداف آن و ایجاد مبنایی برای برنامه ریزی تفصیلی پروژه و ارزیابی آن، نیازمند برنامه کسب و کار است.
- ۳- در صنعت ساخت و ساز، ممکن است به هنگام اجرای پروژهها، در اثر عدم قطعیت هایی بمانند نوسانات نرخ ارز، تورم و...، معادلات هزینه و درآمد و بفروضات فنی اجرای پروژه دچار تغییر شود و این موضوع سبب متوقف ماندن و یا عدم تحقق اهداف پروژه گردیده و لازم شود تا بررسی مجددی در پروژه انجام گیرد، در این زمان، برنامه کسب و کار می تواند راهنمایی برای یافتن راهکارها باشد.
- استفاده کنندگان از این تحقیق سرمایه گذاران، مؤسسات توسعه سرمایه گذاری، بانک های تجاری، مؤسسات اعتباری توسعه ای، تامین کنندگان تجهیزات و شرکت های مشاوره ای ارائه دهنده این خدمات هستند.

■ ■ ■ ۱-۵- سوالات تحقیق

این تحقیق دارای یک سؤال اصلی و دو سؤال فرعی است.

- سؤال اصلی

مدل کسب و کار یک شرکت سرمایه گذار در انبوه سازی مسکن برای برنامه ریزی کسب و کار (تدوین برنامه کسب و کار) چیست؟

- سوالات فرعی

- ۱- عوامل مؤثر بر شکل گیری مدل کسب و کار در حوزه برنامه ریزی چیست؟
- ۲- بسترهای مناسب برای برنامه ریزی پروژهها، با توجه به برنامه کسب و کار چیست؟

■ ■ ■ ۱-۶- سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته

این تحقیق حوزه های دانش مختلفی را در بر می گیرد. این حوزه ها شامل دانش مربوط به برنامه کسب و کار، برنامه ریزی راهبردی، مدل سازی کسب و کار و تحلیل و ارزیابی پروژهها می شود. در حوزه دانش برنامه ریزی کسب و کار که موضوع اصلی این تحقیق است، نظرات محققینی مانند Sahlman، Horan، Harris، BlackWell، Cassidy، Dewhurst، Friend و Berry، Coke، McKeever، Brown،

^۷ الهیاری سویی، رضا، ۱۳۸۶، جایگاه انواع مطالعات پیش سرمایه گذاری در چرخه و موفقیت سرمایه گذاری پروژه، سومین کنفرانس بین المللی مدیریت پروژه، صفحه ۴

کسب و کار مطالعه شده است. این محققین با وجود مطالعات وسیعی که در این موضوعات انجام داده‌اند، دسته‌بندی خاصی برای محتویات برنامه کسب و کار و فرآیند مشخص و قابل بسطی برای برنامه‌ریزی آن ارائه نکرده‌اند. در این تحقیقات، چنانکه در فصل دوم به آن‌ها اشاره خواهد شد، به ارائه فهرستی از محتویات لازم برای برنامه کسب و کار بسنده شده است و حوزه‌های دانشی که این محتویات از آن‌جا حاصل می‌شوند، معرفی نشده و به خواننده راه ورود به منابع تولید این محتویات نشان داده نشده است. در این تحقیقات، فرآیندهای تدوین برنامه کسب و کار نیز شامل ذکر سرفصل‌های کلی محتویات و توصیه به تولید مرحله به مرحله این محتویات می‌شود. موضوع مورد توجه در این تحقیق، شناسایی و تعمیق دانش در حوزه‌های دانشی است که محتویات برنامه کسب و کار از آن‌جا نشأت گرفته‌اند. همچنین تمایز این تحقیق در معرفی فرآیندی است که حاصل ترکیب فرآیندهای لازم برای تولید هر یک از این سه حوزه می‌باشد و این سه حوزه را بطور منطقی با هم مربوط کرده است.

۱-۷-۷- قلمرو و محدودیت‌های تحقیق

۱-۷-۱- دوره زمانی و مکان تحقیق

این تحقیق از ابتدای مهرماه سال ۱۳۸۶ آغاز شده است و تا انتهای آذرماه ۱۳۸۷ ادامه یافته است. از آن‌جا که این تحقیق، همراه با نظرسنجی و مطالعه موردی بوده است، سازمان‌های زیر مد نظر قرار گرفته‌اند:

- ۱- دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی
- ۲- شرکت سرمایه‌گذاری ساختمان ایران

۱-۷-۲- جامعه و نمونه آماری

خبرگان دانشگاهی آشنا با مفهوم برنامه کسب و کار، کارشناسان و افراد فعال در حوزه ساخت و ساز مسکن، کارشناسان آشنا با برنامه‌ریزی کسب و کار و مدیران و کارشناسان شرکت سرمایه‌گذاری ساختمان ایران، جامعه آماری این تحقیق را تشکیل می‌دهند.

۱-۷-۳- محدودیت‌های تحقیق

هر محقق در انجام تحقیقات خود با محدودیت‌های خاصی مواجه است که بر حسب تحقیق، جامعه آماری آن و ابزار گردآوری داده‌ها، این محدودیت‌ها می‌توانند در تحقیقات مختلف متفاوت باشد. مهم‌ترین محدودیت‌های این تحقیق عبارتند از:

- ۱- کمبود منابع فارسی و لاتین به جهت جدید بودن موضوع تحقیق
- ۲- تعداد اندک خبرگان آشنا با موضوع

۱-۸- روش تحقیق

تحقیق عبارت است از فرآیند جستجوی منظم برای مشخص کردن یک موقعیت نامعین. تحقیق فرایندی است که از طریق آن می‌توان درباره ناشناخته به جستجو پرداخت و نسبت به آن شناخت لازم را پیدا کرد در این نوشتار از چگونگی گردآوری شواهد و تبدیل آن‌ها به یافته‌ها، تحت عنوان روش‌شناسی نام برده می‌شود.^۸

^۸ (به نقل از: سرمد ۱۹۸۹)، anderson,

در انجام دادن پژوهش، به منظور کسب شناخت، باید مجموعه‌ای از گزاره‌ها (فرضیه‌ها یا سوال‌های تحقیق) را تدوین کرد و سپس آن‌ها را مورد آزمون قرار داد یا پاسخ آن‌ها را فراهم آورد. روش تحقیق، چهارچوب عملیات یا اقدامات جستجوگرانه برای تحقق هدف پژوهش، جهت آزمون فرضیه یا پاسخ دادن به سوال‌های تحقیق را فراهم می‌آورد.^۹ پژوهشگر می‌تواند از روش‌های مختلف تحقیق استفاده کرده و به اکتشاف^{۱۰}، توصیف^{۱۱}، طبقه‌بندی^{۱۲}، برقراری رابطه همزمانی^{۱۳} و علت و معلولی^{۱۴} بپردازد. روش تحقیق مناسب بر اساس گزاره‌های تحقیق انتخاب می‌شود.^{۱۵}

۱-۸-۱- دسته بندی تحقیقات علمی

تحقیقات علمی را می‌توان بر اساس هدف و نحوه گردآوری داده‌ها دسته‌بندی^{۱۶} کرد. تحقیقات بر اساس هدف به سه دسته زیر تقسیم می‌شوند که در بخش جهت‌گیری پژوهش به آن خواهیم پرداخت:

۱- تحقیق بنیادی ۲- تحقیق کاربردی ۳- تحقیق و توسعه.^{۱۷}

"دانایی فرد" یک تحقیق را از جنبه‌های گوناگون بررسی و دسته‌بندی کرده است.^{۱۸} در این بخش، جهت‌گیری، فلسفه، رویکرد، راهبرد پژوهش و روش‌های گردآوری اطلاعات، بررسی می‌شود و بر اساس دیدگاه "دانایی فرد" جایگاه این تحقیق در هر یک از این حوزه‌ها بررسی می‌شود.

۱-۸-۲- جهت‌گیری پژوهش^{۱۹}

هر تحقیق تلاشی روشمند به منظور دست یافتن به پاسخ یک پرسش یا راه حلی برای یک مسئله است. وقتی پژوهشی به قصد کاربرد علمی دانش یا به قصد کاربرد نتایج یافته‌هایش برای حل مشکلات خاص متداول درون سازمان انجام می‌شود، چنین تحقیقی پژوهش کاربردی^{۲۰} نامیده می‌شود. اما زمانی که پژوهش برای افزایش دانش و درک ما از مشکلات خاصی که در محیط‌های سازمانی اتفاق می‌افتد، انجام می‌شود، پژوهش بنیادی^{۲۱} نامیده می‌شود. در واقع هدف عمده انجام این پژوهش، ایجاد دانش بیشتر و درک بهتر پدیده‌ها از طریق بررسی نظریه‌های مختلف و سپس تأیید، تعدیل یا رد آن‌ها می‌باشد.^{۲۲} سومین نوع جهت‌گیری پژوهشی، پژوهش ارزیابی نامیده می‌شود که برای بررسی اثرات توصیه‌های تحقیقات کاربردی انجام می‌شود.^{۲۳} "سرمد" سومین نوع تحقیق را تحقیق و توسعه نامیده است و آن را فرآیندی می‌داند که

^۹ سرمد و دیگران، ۱۳۸۴، صفحه ۲۲

^{۱۰} Explorer

^{۱۱} Describe

^{۱۲} Classification

^{۱۳} concomitant relationship

^{۱۴} Cause & Effect

^{۱۵} Kirk, R.E. (1995). Experimental design: procedures for behavioral Science. (3rd.edn), wadsworth publishing co, Newyork (به نقل از: سرمد و دیگران، ۱۳۸۴)

^{۱۶} نک: راهبرد پژوهش

^{۱۷} سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه؛ ۱۳۸۴، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، انتشارات آگه، تهران، چاپ یازدهم، صفحه ۷۹

^{۱۸} دانایی فرد، حسن؛ الوانی، مهدی؛ آذر، عادل، ۱۳۸۳، روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، انتشارات صفار-اشراقی، تهران

^{۱۹} Research orientation

^{۲۰} Applied research

^{۲۱} Basic and fundamental Research

^{۲۲} سرمد و دیگران، همان، صفحه ۷۹

^{۲۳} دانایی فرد، همان، صفحه ۷۹

به منظور تدوین و تشخیص مناسب بودن یک طرح یا روش انجام می‌شود. در این تحقیق، ابتدا موقعیت نامعین خاصی مشخص شده و بر اساس یافته‌های پژوهشی، طرح یا برنامه ویژه آن تدوین و تولید می‌شوند.^{۲۴}

از این رو با توجه به مطالب گفته شده، این تحقیق را می‌توان از نوع تحقیقات کاربردی دانست، چرا که در این تحقیق ضمن این‌که به دنبال کشف قوانین و اصول علمی جهت تعیین مدلی برای تهیه برنامه کسب و کار بوده‌ایم، مدل پیشنهادی به صورت اجرایی و واقعی در یک مطالعه موردی جهت حل مشکل یک سازمان مورد استفاده قرار می‌گیرد و اطلاعات سودمندی برای سازمان مربوطه فراهم می‌کند.

۱-۸-۳- فلسفه پژوهش

صاحب‌نظران، پیش فرض‌های بنیادین در باب آن‌چه که یک پژوهش و شیوه‌های مناسب آن را شکل می‌دهند، را بر سه طبقه دسته‌بندی کرده‌اند.

- ۱- اثبات‌گرایی: این مطالعات در پی آزمون تئوری‌اند و در تلاش برای افزایش پیش‌بینی‌ها از پدیده‌ها هستند.
 - ۲- تفسیری: این مطالعات، حقیقت را از طریق ساختارهای اجتماعی نظیر زبان، آگاهی و معانی مشترک می‌جویند.
 - ۳- انتقادی: این پژوهش‌ها بر مخالفت‌ها و تضادها در جامعه معاصر استوار است و قصد حذف تحکم را دارد.^{۲۵}
- از آن‌جا که این تحقیق در پی طراحی و اثبات یک مدل و چهارچوب برای برنامه‌ریزی کسب و کار است، فلسفه پژوهشی تحقیق پیش رو از نوع اثبات‌گرایی است.

۱-۸-۴- رویکرد پژوهش^{۲۶}

سه رویکرد پژوهشی وجود دارد که عبارتند از:

- ۱- رویکرد قیاسی ۲- رویکرد تطبیقی ۳- رویکرد استقرایی
- در رویکرد قیاسی محقق از کل به جزء نتیجه‌گیری می‌کند که آزمون فرضیه‌ها از این نوع است. در رویکرد استقرایی محقق از جزء به کل نتیجه‌گیری می‌کند که بطور معمول جهت تدوین فرضیه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. در رویکرد تطبیقی نیز محقق از مقایسه چند پدیده یا مشاهده نتیجه‌گیری می‌کند.
- با توجه به توضیحات داده شده، رویکرد پژوهشی این تحقیق از نوع تطبیقی- قیاسی می‌باشد، چرا که ابتدا از طریق مطالعه، بررسی و مقایسه‌های مختلف (رویکرد تطبیقی) مدل پیشنهادی ارائه گردیده است و سپس از طریق نظر سنجی خبرگان و مطالعه موردی مقبولیت آن مورد آزمون قرار گرفته است (رویکرد قیاسی).

۱-۸-۵- راهبرد پژوهش^{۲۷}

راهبرد پژوهش در واقع مسیرهای مختلفی است که در هر پژوهشی می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد.^{۲۸} انتخاب راهبرد پژوهش، راهی را که از آن طریق پژوهشگر به جمع‌آوری داده‌ها می‌پردازد، تحت تأثیر قرار می‌دهد. در ضمن هر یک از

^{۲۴} سرمد و دیگران، همان

^{۲۵} دانایی فرد، همان، صفحه ۱۵

^{۲۶} Research approach

^{۲۷} Research strategy

ب- انتخاب سیستم شمارش: روش بررسی واحدها ظاهر شدن برخی مفاهیم، تصاویر و زمان اختصاص داده شده برای موضوعی ویژه و در تکرار یک واژه و امثال آن است.

ج- انتخاب مقوله و مقوله‌بندی کردن: مقوله‌بندی کردن عبارت است از عمل طبقه‌بندی کردن عناصر تشکیل دهنده یک مجموعه به وسیله تمایز و گروه‌بندی بر اساس شباهت و ملاک‌های از قبل تعریف شده. به عبارت دیگر مقوله‌بندی روش ساختار دادن به محتوا است.

۳- پردازش داده‌ها: آخرین مرحله در تحلیل محتوا، پردازش داده‌های رمزگذاری شده است.

۱-۵-۲- پیمایش

تحقیق پیمایشی عبارت است از مشاهده پدیده‌ها به منظور معنا دادن به جنبه‌های مختلف اطلاعات جمع‌آوری شده.^{۲۲} برخی^{۲۳} تحقیق پیمایشی را یکی از انواع تحقیق دانسته‌اند. یکی از روش‌های تحقیق پیمایشی، نظرسنجی از خبرگان^{۲۴} است.

زمانی که بخواهیم دربارهٔ اتفاق نظر یک جمع صاحب‌نظر دربارهٔ یک موضوع خاص به بررسی بپردازیم، از روش نظرسنجی خبرگان استفاده می‌شود که یکی از انواع روش تحقیق پیمایشی می‌باشد.^{۲۵} برای این منظور جلساتی با حضور خبرگان و صاحب‌نظران آشنا با موضوع تحقیق و مدیران و کارشناسان مربوطه در شرکت مورد مطالعه، تشکیل شده و یا با استفاده از پرسش‌نامه، نظر ایشان دربارهٔ موضوعات مورد مطالعه، گرفته شده است که نتایج و شرح آن در فصل ششم ارائه خواهد شد.

۱-۵-۳- بررسی موردی

تحقیقات موردی شامل نوعی بررسی تفصیلی (همراه با داده‌های اطلاعاتی در یک دوره زمانی) از یک یا چند سازمان یا از گروه‌های درون سازمانی است که با هدف ارائه تحلیلی از زمینه و فرآیندهای دخیل در پدیده مورد بررسی انجام می‌شود. در این تحقیقات، پدیده مورد نظر از بسترش جدا نمی‌شود و در پیوند با بسترش مورد بررسی قرار می‌گیرد. پژوهشگر در مطالعه موردی، یک مورد را از جنبه‌های گوناگون بررسی می‌کند. هدف کلی در هر مطالعه موردی مشاهده تفصیلی ابعاد مورد مطالعه و تفسیر مشاهده‌ها است. در این تحقیق پیش از انجام مطالعه موردی، چارچوب پیشنهادی بر اساس بررسی ادبیات موضوع، تدوین شده و سپس در یک سازمان مورد استفاده عملی قرار گرفته است.^{۲۶}

۱-۸-۶- شیوه‌های گردآوری داده‌ها

یک پژوهشگر از ابزارهای مختلفی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده می‌کند. در این تحقیق از شیوه‌های زیر برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است.

۱-۸-۶-۱- بررسی و مطالعات کتابخانه‌ای

اطلاعاتی که از این طریق بدست می‌آیند از نوع داده‌های ثانویه می‌باشند، یعنی اطلاعاتی هستند که قبلاً تولید شده‌اند و از طریق بررسی کتب، مجلات، پایان‌نامه‌ها و سایر مستندات موجود در کتابخانه‌های تخصصی بدست می‌آیند. با توجه به کمیابی منابع کتابخانه‌ای فارسی در مورد موضوع تحقیق، مهم‌ترین منابع مورد استفاده محقق، بویژه در حوزهٔ ادبیات مدل و برنامهٔ کسب و کار، اینترنت و کتب و مقاله‌های لاتین بوده است.

^{۲۲} دلاور، علی، ۱۳۸۰، مبانی نظری و علمی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، انتشارات رشد، تهران، صفحه ۱۳۷

^{۲۳} سرمد و دیگران، همان، صفحه ۷۹

^{۲۴} نک: راهبردهای پژوهش

^{۲۵} سرمد و دیگران، همان، صفحه ۸۴

^{۲۶} همان، صفحه ۲۲

۱-۶-۲-۸-۱- اطلاعات میدانی و اکتشافی

پرسش‌نامه: پس از طراحی مدل مورد نظر، اجزاء مدل به شکل پرسش‌نامه، مورد ارزیابی خبرگان قرار گرفته است و از نظرات ایشان برای بهبود مدل استفاده شده است.

مصاحبه: جهت جمع‌آوری یک سری اطلاعات که از طریق پرسش‌نامه دستیابی به آن‌ها مقدور نبود و جهت بررسی هر چه بیشتر مدل کسب و کار، با چند تن از مدیران و افراد آگاه در مورد موضوع تحقیق مصاحبه به عمل آمد و اطلاعات حاصل از آن، در مدل پیشنهادی مورد استفاده قرار گرفت.

۱-۹-۱- تعریف واژه‌های کلیدی

۱-۹-۱-۱- مدل

مدل، تشریح و توصیف شماتیک یک سیستم، نظریه و یا پدیده است، که خواهان مطالعه و تحقیق بیشتری بر روی اجزاء آن هستیم.^{۳۷} یک مدل مفهومی دسته‌ای از مفاهیم و دانش مربوط به پدیده مدل‌سازی شده است که بصورتی که تئوری مقرر می‌کند، درکی از واقعیت در ذهن ایجاد می‌کند.^{۳۸}

۱-۹-۲-۱- مدل کسب و کار^{۳۹}

یک مدل کسب و کار مجموعه‌ای است که نشان می‌دهد یک شرکت چه فعالیت‌هایی را به چه صورت و در چه زمانی انجام دهد تا با استفاده از منابع خود بتواند ارزش مازاد مشتری خلق کرده و موقعیت مناسبی برای خود کسب کند.^{۴۰} مدل کسب و کار طرح‌ها و برنامه‌های سازمان را به ارزش تبدیل می‌کند. مدل کسب و کار نشان می‌دهد که یک شرکت چگونه در زنجیره ارزش کسب درآمد می‌کند و توضیح می‌دهد که برای رسیدن به اهداف سازمان و با توجه به راهبردها چگونه می‌توان یک تصویر کلی از سازمان را ایجاد و براساس این تصویر کلی فرآیندها، نقش‌ها و مسئولیت‌های آن سازمان را در یک مدل تعریف کرد.

۱-۹-۳-۱- برنامه کسب و کار^{۴۱}

برنامه کسب و کار بیانیه‌ای مکتوب است که یک کسب و کار را توصیف و تحلیل می‌کند و جزئیاتی را درباره آینده کسب و کار پیش‌بینی می‌کند.^{۴۲} یک برنامه کسب و کار نوشته‌ای توصیفی و جامع در مورد کسب و کار یک موسسه است. این برنامه

^{۳۷} گلچین‌فر، شادی؛ حقیقت ثابت، حسین؛ بختانی، امیر، ۱۳۸۴، ارائه مدل کسب و کار الکترونیک برای بازار مشاوره مدیریت ایران، دومین کنفرانس مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICTM)، اسفندماه ۱۳۸۴، صفحه ۲

^{۳۸} Hommes, Bart-Jan, (۲۰۰۴). The Evaluation of Business Process Modeling Techniques, W.Vrijlandtstraat ۳۹۳۲۶۶GN OUD-BEIJERLAND, The Netherlands, p.۳

^{۳۹} Business Model

^{۴۰} آفوا، آلن، ۲۰۰۴، مدلسازی کسب و کار با دیدگاه مدیریت استراتژیک، ترجمه لیلا رشیدی و فاطمه حسن زاده، سازمان مدیریت صنعتی، ۱۳۸۶

چاپ اول، صفحه ۱۴ و ۲۸

^{۴۱} Business Plan

^{۴۲} P.McKeever, Mike, (۱۹۹۹). How to Write a Business Plan?, Consolidated Printers, Inc, p.۱۳