

چارچوبی برای موفقیت

مدیریت کسب و کار کوچک

نویسندگان

چارلز ای. بمفورد

گری دی. بروتون

مترجمین

دکتر سید محمد اعرابی (PhD)

رضا آرمانپور (MBA)

سرشناسه	بمفورد، چارلز ای. Bamford, Charles E
عنوان و نام پدیدآور	چارچوبی برای موفقیت کسب و کارها کوچک/ نویسندگان چارلز ای بمفورد، گری دی بروتن؛ مترجمان محمد اعرابی، رضا آرمانپور.
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	۴۰۲ ص.
شابک	۹۸۰۰۰ ریال، 4-66-2827-978-964
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	عنوان اصلی: Small business management : a framework for success,c2006.
موضوع	کسب و کار خرد — مدیریت
شناسه افزوده	بروتن، گری دی.
شناسه افزوده	Bruton, Garry D :
شناسه افزوده	اعرابی، محمد، ۱۳۳۰ - مترجم
شناسه افزوده	آرمانپور، رضا، ۱۳۵۹ - مترجم
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۰ ج ۲ ب ۸ HD۶۲۷/۷
رده‌بندی دیوئی	۶۵۸/۰۲ :
شماره کتابشناسی ملی	۲۳۱۰۳۲۰ :
تاریخ درخواست	۲۹/۱/۱۳۹۰ :
تاریخ پاسخگویی	:
کد پیگیری	2308602 :

نام کتاب: چارچوبی برای موفقیت کسب و کارها کوچک

تألیف: سید محمد اعرابی، رضا آرمانپور.

ویراستار: راحله قنبری

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

ناشر: مهکامه

صفحه آراه: الوهاب

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

شماره شابک: ۴-۶۶-۲۸۲۷-۹۶۴-۹۷۸

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۹۸۰۰۰ ریال

لیتوگرافی: نگین

چاپ و صحافی: دالاهو

مراکز پخش: ۱- تهران- خیابان انقلاب- خیابان ۱۲ فروردین- کوچه بهشت آئین- پلاک ۲۱- طبقه دوم-

نشر و پخش مهکامه- تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۹۶۱۵۰۹

۲- میدان انقلاب- خیابان اردیبهشت- نبش وحید نظری- پلاک ۱۴۲- پخش دانشجویان

تلفن: ۶۶۴۱۶۶۷۵ - ۶۶۴۱۶۱۷۶

۳- میدان انقلاب- بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت- کتابفروشی آگاه

تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳ - ۶۶۴۶۰۹۳۲

خلاصه محتویات

بخش ۱ زمینه سازی برای کسب و کار کوچک ۱

فصل ۱- مقدمه

فصل ۲- مالک کسب و کار کوچک

فصل ۳- خلق ایده کسب و کار و ارزیابی اولیه

بخش ۲ تلاش های مستمر لازم بر روی ایده کسب و کار کوچک ۶۹

فصل ۴- تحلیل خارجی

فصل ۵- توسعه مأموریت و استراتژی کسب و کار کوچک

فصل ۶- تحلیل جریان نقدی و سایر اطلاعات مالی

بخش ۳ ایجاد کسب و کار کوچک ۱۴۵

فصل ۷- ایجاد زیربنای قانونی

فصل ۸- ایجاد عملیات

فصل ۹- مالی و حسابداری

بخش ۴ راه اندازی کسب و کار کوچک ۲۱۹

فصل ۱۰- راه اندازی کسب و کار: منابع انسانی

فصل ۱۱- راه اندازی کسب و کار: بازاریابی

فصل ۱۲- راه اندازی کسب و کار: مالی

بخش ۵ سایر موارد ۲۹۳

فصل ۱۳- خروج، بهره برداری، بازگشت

فصل ۱۴- حق امتیاز و خرید یک کسب و کار موجود

ضمائم

پیشگفتار..... ۱

بخش ۱ زمینه‌سازی برای کسب و کار کوچک..... ۱

فصل ۱ مقدمه..... ۳

چرا کسب و کار کوچک..... ۳

تاریخچه مختصری از کسب و کارهای کوچک در ایالات متحده آمریکا..... ۴

مالکان کسب و کارهای کوچک امروز چه کسانی هستند؟..... ۶

جامعه چگونه سود می‌برد؟..... ۸

«کسب و کارهای کوچک در سرتاسر جهان»..... ۱۰

کسب و کارهای کوچک چیست؟..... ۱۱

عناوین فصل‌ها..... ۱۶

فصل ۲ مالک کسب و کار کوچک..... ۲۱

پایه‌گذاران باعث عملکرد خوب کسب و کار کوچک می‌شوند..... ۲۵

ارزیابی توان بالقوه کارآفرینی‌تان..... ۲۷

چرا یک کسب و کار کوچک را شکل دهیم؟..... ۳۴

حمایت‌ها..... ۳۶

تعصب و علاقه شدید به کسب و کار..... ۴۲

فصل ۳ خلق ایده کسب و کار و ارزیابی اولیه..... ۴۵

خلق ایده کسب و کار..... ۴۸

شناسایی فرصت‌های شغلی..... ۵۴

هدف‌گیری فرصت‌های خاص..... ۵۶

بخش ۲ تلاش‌های مستمر لازم بر روی ایده کسب و کار کوچک..... ۶۹

فصل ۴ تحلیل خارجی..... ۷۱

توصیف صنعت خود..... ۷۶

توصیف مشتریان خود..... ۷۸

تحقیق شخصی درباره صنعت..... ۷۹

۸۹		مزیت رقابتی
۹۲		دیدگاه منبع محور
۹۵		فصل ۵ توسعه مأموریت و استراتژی کسب و کار کوچک
۹۸		ساختار یک پیام دائمی
۱۰۱		بیانیه مأموریت
۱۱۰		پنج کلید برای طراحی بیانیه مأموریت
۱۱۳		استراتژی
۱۱۹		فصل ۶ تحلیل جریان نقدی و سایر اطلاعات مالی
۱۲۳		فهم جریان نقدینگی
۱۳۲		بسط و گسترش صورت جریان نقدینگی
۱۳۷		دیگر ابزارهای مالی
۱۴۵		بخش ۳ ایجاد کسب و کار کوچک
۱۴۷		فصل ۷ ایجاد زیربنای قانونی
۱۵۱		موارد قانونی پایه‌ای
۱۶۹		فصل ۸ ایجاد عملیات
۱۷۳		پایه‌گذاری عملیات
۱۸۲		مدیریت تولید
۱۹۳		فصل ۹ مالی و حسابداری
۱۹۷		شناخت نکات کلیدی
۱۹۸		سرمایه‌گذاری
۲۰۹		حسابداری
۲۱۹		بخش ۴ راه‌اندازی کسب و کار کوچک
۲۲۱		فصل ۱۰ راه‌اندازی کسب و کار: منابع انسانی
۲۲۴		منابع انسانی چیست؟
۲۲۵		استخدام کارمندان
۲۳۲		حفظ کارمندان

۲۳۸	بازآموزی و اخراج کارمندان
۲۳۹	سایر مطالب
۲۴۲	کسب و کار خانوادگی
۲۴۵	فصل ۱۱ راه‌اندازی کسب و کار: بازاریابی
۲۴۸	طرح کسب و کار
۲۵۲	قیمت‌گذاری
۲۵۶	ترفیع و پیشبرد
۲۶۱	مدیریت فروش
۲۶۹	فصل ۱۲ راه‌اندازی کسب و کار: مالی
۲۷۱	پایه‌گذاری مالی
۲۷۲	اندازه‌گیری عملکرد
۲۷۵	تجزیه و تحلیل نسبت
۲۸۴	تحلیل انحراف
۲۸۶	تحلیل حساسیت
۲۸۹	بررسی مختصر
۲۹۱	تمرکز بر اندازه‌گیری
۲۹۳	بخش ۵ سایر موارد
۲۹۵	فصل ۱۳ خروج، بهره‌برداری، بازگشت
۲۹۸	خروج/ بهره‌برداری
۳۰۰	گام‌های فروش یک کسب و کار
۳۱۷	بازپروری
۳۱۹	بستن (بایان دادن به) کسب و کار
۳۲۳	فصل ۱۴ حق امتیاز و خرید یک کسب و کار موجود
۳۲۷	پس زمینه حق امتیاز (نماینده‌گی)
۳۲۹	خرید یک نمایندگی (حق امتیاز)
۳۴۱	خرید یک شرکت موجود
۳۴۷	ضمائم
۳۷۹	لغت‌نامه

موضوع این کتاب بر کسب و کارهایی متمرکز است که دارای منابع مالی و انسانی محدود هستند. مطالب کتاب برگرفته از آخرین تحقیقات و تجربیات در زمینه کسب و کارهای کوچک می‌باشد. تلاش شده است که مباحث با پیروی از یک الگوی منطقی و بصورت گام به گام در پنج بخش (مشمول بر چهارده فصل) بصورت زیر ارائه شود:

بخش اول (فصل‌های ۱ تا ۳):

زمینه‌سازی برای کسب و کار کوچک

بخش دوم (فصل‌های ۴ تا ۶):

تلاش‌های مستمر لازم بر روی ایده کسب و کار کوچک

بخش سوم (فصل‌های ۷ تا ۹):

ایجاد کسب و کار کوچک

بخش چهارم (فصل‌های ۱۰ تا ۱۲):

راه‌اندازی کسب و کار کوچک

بخش پنجم (فصل‌های ۱۳ تا ۱۴):

سایر موارد

کلیه فصل‌های کتاب، الگویی یکسان داشته و استانداردهای یک کتاب دانشگاهی رعایت شده است. هر فصل با یک مورد واقعی بمنظور آمادگی شروع شده و سپس مباحث اصلی ارائه می‌شود. در پایان هر فصل «خلاصه»، تمرین و سئوالاتی برای بحث گنجانده شده است. لذا پژوهشگران، اساتید و دانشجویان براحتی می‌توانند در دوره‌های بلندمدت دانشگاهی و در دروس مدیریت کسب و کار کوچک از آن استفاده نمایند.

بخش‌بندی، فصل‌بندی و متون اصلی بصورتی است که مدیران و مشاوران کسب و کارهای کوچک بتوانند در دوره‌های کوتاه‌مدت و سمینارهای آموزشی حداکثر بهره‌برداری را بنمایند.

مطالعه این کتاب را می‌توان با اطمینان به افراد زیر نیز توصیه نمود:

- ♦ افرادی که می‌خواهند طرح کسب و کار کوچک تهیه نمایند؛
- ♦ افرادی که بصورت عملی درگیر کسب و کار کوچک هستند؛
- ♦ افرادی که می‌خواهند یک کسب و کار کوچک را شروع نمایند.

دکتر سید محمد اعرابی

رئیس پژوهشکده مدیریت سما

و

استاد گروه مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی

www.ketab.ir