



مدیریت صرائع کوچک و متوسط

مولفین:

دکتر سید احمد شیبب الحم

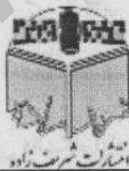
(عضو ہیئت علمی دانشگاه آزاد واحد فیروز نوه)

مرتضی نصیری قلعه بین

(مدرس دانشگاه)

محمد زیلاپور بتوند

عنوان و نام پدیدآور	مدیریت صنایع کوچک و متوسط / مولفین سیداحمد شبیب الحمیدی، مرتضی نصیری قلعه‌بین، محمد زیلاپور بتوند.
مشخصات نشر	تهران: انتشارات شریف‌زاده، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۲۶۹ ص: جدول.
شابک	۲۰۰۰۰ ریال 8-21-978-600-8481
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	صنایع کوچک -- مدیریت
موضوع	Small industries -- Management
موضوع	کسب و کار خرد -- مدیریت
موضوع	Small business -- Management
موضوع	کسب و کار خرد -- برنامه‌ریزی
موضوع	Small business -- Planning
موضوع	روش‌های اطلاعاتی، مدیریت
موضوع	Management information systems
شناسه افزوده	نصیری قلعه‌بین، مرتضی، ۱۳۶ -
شناسه افزوده	زیلاپور بتوند، محمد، ۱ -
رده بندی کنگره	HD۶۲/۱۳۹۶۷ ۴م ۹ش /
رده بندی دیویی	۰۲۲/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۵۰۹۵۲۰۳



نام کتاب	مدیریت صنایع کوچک و متوسط
تالیف:	دکتر سیداحمد شبیب الحمیدی - مرتضی نصیری قلعه‌بین - محمد زیلاپور بتوند
ناشر:	شریف‌زاده
سال انتشار	اول - ۱۳۹۶
شمارگان	۲۰۰
شابک	۸-۲۱-۸۴۸۱-۶۰۰-۹۷۸
قیمت	۲۰۰۰۰ ریال

«کلیه حقوق برای انتشارات شریف‌زاده محفوظ است»

مرکز بخش و فروش: تهران - خ انقلاب - روبروی سینما بهمن - جنب بانک صادرات - پ ۱۳۵۶ - کتابفروشی محسن

پیشگفتار

صنایع کوچک در دنیا از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند که عمده‌ترین علت آن انعطاف‌پذیری آنهاست و می‌توانند در بخش‌های مختلف به صنعت یک کشور کمک کنند. طبق آمار موجود بیش از ۵۰ درصد اختراعات و نوآوری‌ها در دنیا توسط صنایع کوچک رخ می‌دهد و دومین مساله‌ای که موجب شده این صنایع از اهمیت بسیار بالایی برخوردار باشند قدرت جذب بسیار زیاد نیروی کار توسط آنهاست. دیگر ویژگی مهم صنایع کوچک این است که بنگاه‌های مذکور منبع قابل توجهی برای تولید نیروهای انسانی در واحدها، بزرگ صنعتی هستند. همچنین دیگر ویژگی مثبت این صنایع هزینه خروج آنها از صنعت در مقایسه با صنایع بزرگ است که بسیار پایین بوده و با سقف هزینه کم می‌تواند تغییر در موضوعیت تولید خود را در دستور کار قرار دهد. یکی دیگر از ویژگی‌های بسیار مهم صنایع کوچک و متوسط این است که میزان ۲۰ درصد صادرات در کشورهای دنیا توسط اینگونه بنگاه‌ها انجام می‌شود هر چند در ایران این رقم حدود ۱۰ درصد است و باید تلاش‌های لازم صورت گیرد تا همزمان با رشد سایر جنبه‌های بنگاه‌های کوچک و متوسط بخش صادرات نیز فعالیت‌های بیشتری مدنظر قرار گیرد.

دکتر سید احمد شیب‌الحمیدی^۱، مرتضی نصیری قلعه بین، محمد زبلائی بتوند

۱۳۹۶

فهرست مطالب

۱	فصل ۱: مدیریت فضای کسب و کار
۱	تاریخچه فضای کسب و کار
۲	تعاریف فضای کسب و کار
۵	فاکتورهای تأثیرگذار بر فضای کسب و کار
۶	روش های سنجش محیط کسب و کار
۶	شاخص های جهانی فضای کسب و کار
۱۰	شاخص هریتیج (آزادی اقتصادی)
۱۳	فصل ۲: شاخص بانک جهانی
۱۵	آغاز کسب و کار
۱۶	سهولت اخذ مجوزها
۱۸	حمایت از سرمایه گذاران
۲۰	ورشکستگی و انحلال یک فعالیت
۲۱	مقایسه شاخصهای جهانی فضای کسب و کار
۲۳	نقدی بر مدل بانک جهانی
۲۴	تنوع در فضای کسب و کار
۲۶	نوع شاخص
۲۹	فصل ۳: بازاریابی الکترونیک

- ۳۰ مفهوم بازاریابی الکترونیک
- ۳۱ مزایای بکارگیری بازاریابی اینترنتی
- ۳۳ علل تشکیل و نیاز به بازار الکترونیکی
- ۳۷ رویکرد شایستگی الکترونیکی
- ۴۰ اجزاء بازار یابی اینترنتی
- ۴۲ آمیخته بازاریابی اینترنتی
- ۴۵ تاثیر بازاریابی الکترونیک و اینترنت و بر محصول
- ۴۹ مدل انتقال از بازاریابی سنتی به بازاریابی الکترونیک
- ۵۰ فصل ۴: نقش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی
- ۵۰ نقش بنگاه های کوچک و متوسط و اقتصاد:
- ۵۳ چالش های اقتصادی بنگاه های کوچک و متوسط:
- ۵۵ نقش بنگاه های کوچک و متوسط محور توسعه اشتغال
- ۵۶ موانع توسعه کسب و کارهای کوچک
- ۶۰ اهمیت و نقش بنگاه های کوچک و متوسط در ایران
- ۷۱ درس هایی از عملکرد آیین نامه اجرایی گسترش بنگاه های زنجیره ای و کارآفرین
- ۸۰ فصل ۵: ک مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار
- ۸۰ تاریخچه مهندسی مجدد
- ۸۱ تکنولوژی اطلاعات، خاستگاه مهندسی مجدد
- ۸۹ فرآیند چیست
- ۹۲ تاثیر فرآیندگرایی بر رضایت مشتریان
- ۹۴ نقش مهندسی مجدد در سازمان

۹۶	بازاندیشی در فرآیند کسب و کار
۱۰۱	فصل ۶: برنامه ریزی منابع سازمان
۱۰۲	پیدایش ERP
۱۰۶	حرکت سیستم های ERP
۱۰۶	سیستم های ERP سنتی
۱۱۴	نسل جدید سیستم های ERP
۱۱۷	سیستم های ERP در آینده
۱۱۹	مشکلات مرتبط با پیاده سازی سیستم های ERP
۱۲۴	عوامل و معیارهای اثرگذار بر پیاده سازی سیستم های ERP
۱۴۳	فصل ۷: صنایع کوچک و متوسط
۱۴۴	جایگاه بنگاه های کوچک و متوسط در اقتصاد
۱۴۷	ارتباط صنایع بزرگ و صنایع کوچک و متوسط
۱۴۹	صنایع کوچک و متوسط در سایر کشورها
۱۵۷	نقاط توازن در مدل های توسعه اقتصادی
۱۶۴	بنگاه های کوچک و متوسط مالزی
۱۷۷	بویایی صنعت
۱۹۳	توسعه صنعتی کشورها
۲۰۳	سیاست توسعه صنایع کوچک و متوسط