

مدیریت کسب و کارهای کوچک

دکتر مقتدالانام روانبخش

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

دکتر میر کالانتر مهرجردی

دکتر علوم اقتصادی

دکتر مجتبی سانی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

سرشناسه: روانبخش، مقتدالاتام، ۱۳۳۶. عنوان و نام پدیدآور: مدیریت کسب و کارهای کوچک
مقتدالاتام روانبخش، امیر کلاتر مهرجردی، مجتبی مالکی. مشخصات نشر: تهران، رادان
۱۳۹۷. مشخصات ظاهری: ۳۵۰ ص، جدول، نمودار. قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال.
شابک: ۷-۷-۳-۹۶۶۰۰-۶۰-۹۷۸ وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا. موضوع: کسب و کار خرد
ایران - مدیریت - راهنمای آموزشی (عالی).
Small business- Iran- Management- Study and teaching (Higher)
Small business - Government policy Iran کسب و کار خرد- ایران - سیاست دولت
شناسه افزوده: کلاتر مهرجردی، امیر، ۱۳۵۵. مالکی، مجتبی، ۱۳۵۵.
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۷ م ۴ ۸۷ / ۷ / ۶۲ HD رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۰۲ شماره کتابشناسی ملی: ۴۹۳۳۱۶۵



Radanfatemeh@yahoo.com

مدیریت کسب و کارهای کوچک

دکتر سیدالانام روانبخش

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

دکتر امیر کلاتر مهرجردی

دکتری علوم اقتصادی

دکتر مجتبی مالکی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

*طراح جلد: محسن خرقانی *صفحه‌آرایی: سیمین غائب

*چاپ اول تابستان ۱۳۹۷ تهران *تعداد ۱۰۰ نسخه *چاپ: آذین

قیمت ۳۰۰۰۰۰ ریال تلفن پخش: ۰۹۱۲۲۴۹۶۵۷۹

شابک: ۷-۷-۳-۹۶۶۰۰-۶۰-۹۷۸ ISBN:

همه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست

۷	فصل اول: ساختار کسب و کارهای کوچک از منظر شکلی و حقوقی
۷	بخش اول: سخنی در باب فعالیت‌های تجاری و کسب و کارها
۱۶	بخش دوم: انواع کسب و کار از منظر شکل اجرایی
۲۹	بخش سوم: انواع شخصیت‌های حقوقی (شرکت‌های تجاری) کسب و کار در ایران
۳۴	بخش چهارم: تعاریف، مشکلات و ضرورت توجه به بنگاه‌های کوچک و متوسط در ایران
۴۶	بخش پنجم: تحلیلی از بازار کسب و کار ایران
۵۱	فصل دوم: نقش مدیریت در کسب و کارهای کوچک
۵۲	برنامه‌ریزی
۵۴	سازمان‌دهی
۵۵	سرمایه انسانی و خدمات
۶۰	هدایت
۶۰	نظارت و کنترل
۶۱	تحقیقات بازار و بازاریابی
۶۳	تصمیم‌گیری
۶۴	حسابداری مدیریت و روش‌های هزینه‌ریزی
۶۹	داشتن و حرکت در مسیر طرح کسب و کار
۷۱	شناخت محیط کسب و کار (عوامل اقتصادی، سیاسی، قانون‌گذاری، اجتماعی، فرهنگی و جغرافیایی)
۷۳	عوامل مربوط به تحلیل‌های محیطی General Environment
۷۷	فصل سوم: راهبردها و سیاست‌های حمایت از کسب و کارها و صنایع کوچک در ایران
۷۷	بخش اول: راهبردها و سیاست‌ها
۹۶	بخش دوم: برخی از طرح‌های مهم حمایتی و تسهیلاتی صنایع کوچک
۹۹	بخش سوم: سازمان‌های اصلی هدایت و حمایت از کسب و کارهای کوچک
۱۱۹	فصل چهارم: مدل‌های سازمان‌دهی کسب و کارهای کوچک
۱۱۹	مدل ایجاد شهرک‌ها و نواحی صنعتی
۱۲۱	مدل ساماندهی خوشه‌های صنعتی
۱۳۵	مدل ایجاد شهرک‌های فناوری
۱۴۰	مدل ایجاد مراکز خدمات فناوری و کسب و کار
۱۴۴	مدل توسعه شبکه‌ها و کنسرسیوم صادراتی کسب و کارهای کوچک
۱۵۲	مدل ایجاد شرکت‌های پیمانکاری فرعی
۱۶۳	مدل توسعه مبتنی بر تکمیل و بهینه‌سازی زنجیره ارزش
۱۶۷	مدل تولید بدون کارخانه

۱۷۱	مدل توسعه اقتصاد محلی برای تقویت کسب‌وکارهای کوچک
۱۷۵	مدل توسعه شرکت نوپا یا استارت‌آپ
۱۹۰	مدل ایجاد فن بازارها
۱۹۳	مدل ایجاد شرکت‌های مدیریت صادرات
۱۹۵	مدل حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان
۲۰۹	فصل پنجم: نحوه تأمین منابع مالی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۲۰۹	ضرورت توجه به مسائل مالی و تأمین نقدینگی
۲۳۹	فصل ششم: تجربه چند کشور نمونه در حمایت از واحدهای کسب‌وکار کوچک
۲۳۹	بخش اول: تجربه ایتالیا در جهت حمایت از واحدهای کسب‌وکار کوچک و متوسط
۲۴۶	بخش دوم: تجربه سوئد در جهت حمایت از واحدهای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۲۵۵	بخش سوم: تجربه کره جنوبی در جهت حمایت از واحدهای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط
۲۶۲	بخش چهارم: تجربه کانادا در جهت حمایت از واحدهای کسب‌وکار کوچک و متوسط
۲۷۴	بخش پنجم: تجربه ترکیه در جهت حمایت از واحدهای کسب‌وکار کوچک و متوسط
۲۸۴	بخش ششم: تجربه یونان در جهت حمایت از واحدهای کسب‌وکار کوچک و متوسط
۲۹۳	فصل هفتم: ضمایم تکمیلی
۲۹۳	بخش اول: چارچوب کلی یک طرح کسب‌وکار (نمونه)
۳۱۱	بخش دوم: دستورالعمل سرمایه‌گذاری بخش صنعت و معدن
۳۳۰	بخش سوم: برخی از مفاد و سیاست‌های حمایت از تولید
۳۴۵	فهرست منابع

مقدمه

موضوع مدیریت کسب و کار به ویژه در حوزه بنگاه‌های کوچک اعم از تولیدی، خدماتی و غیره یکی از اساسی‌ترین مسائل در بستر تولید و تجارت است. زیرا این نوع واحدها سهم بالایی در ایجاد ارزش افزوده، اشتغال و کسب درآمد برای بخش عظیمی از جامعه دارند. اکثر قریب به اتفاق کشورها با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیکی در طول چند دهه اخیر توجه ویژه‌ای به این موضوع داشته و دارند و الگوها و برنامه‌های مختلفی را برای رشد کمی و کیفی آن‌ها دنبال می‌کنند. این نوع واحدها از ابعاد داخلی و خارجی دارای مشکلات عدیده‌ای هستند و متأسفانه شرایط محیطی و عوامل مترتب بر آن در راستای تشریق و ترغیب آنان نیست و به بیانی دیگر از جمله عوامل بازدارنده است. در کشور ما نیز به دلایل مختلف مانند فقدان نقدینگی لازم، ضعف در مدیریت، ادغام مدیریت با مالکیت، عدم آشنایی به قوانین و مقررات، پراکندگی در نقاط مختلف علیرغم وجود شهرک‌ها و نواحی صنعتی و غیره، همچنین فضای نامناسب کسب و کار از جمله استمرار تحریم‌های مالی، پولی، ارزی، فناوری و غیره، در حال حاضر از سرمایه‌های موجود به خوبی بهره‌برداری نمی‌کنند و در این خصوص آمارهای متفاوت و بعضاً غلط در میزان بهره‌برداری از ظرفیت‌های موجود دیده می‌شود.

کتاب حاضر که نیاز به بررسی مجدد و اصلاحات لازم و تجزیه و تحلیل کارشناسانه دارد و صرفاً به دلیل ضیق وقت در اختیار دانشجویان قرار گرفته است، در هفت فصل موضوعات مربوط را به رشته تحریر درآورده است. کتاب در ابتدا به بررسی ساختار کسب و کارهای کوچک، مفاهیم و طبقه‌بندی آن‌ها از ابعاد مختلف پرداخته و شخصیت‌های حقوقی آن‌ها را در کشور از باب قانون تجارت تشریح نموده است. پس از آن ضمن اشاره به تعاریف و ضرورت توجه به این نوع کسب و کارها، نقش مدیریت را از ابعاد مؤلفه‌های مربوط به بحث گذاشته و در فصل سوم راه‌دهی و سیاست‌های حمایتی را در ایران مطرح نموده است. در فصل چهارم الگوها و مدل‌های حمایتی و هدایت‌دهی بنگاه‌های کوچک به تفصیل بیان شده و در فصل پنجم، نحوه تأمین منابع مالی آن‌ها در شرایط موجود تشریح گردیده است. در فصل ششم نیز تجربه شش کشور به طور خلاصه نوشته شده تا از این طریق، آشنایی بیشتری نسبت به اهداف، سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های اجرایی در سایر کشورها به عمل آید. در نهایت در فصل هفتم، ضمایم مربوط جهت اطلاع بیشتر آورده شده است.

مؤلفین