

چرا در کسب و کار خود شکست میخورید؟

(عواملی که باعث شکست در کسب و کارهای کوچک می شود)

مؤلف:

سمیرا رنجبر



انتشارات راز نهان

۱۴۰۰

سرشناسه	رنجبر، سمیرا، ۱۳۷۵ -
عنوان و نام پدیدآور	چرا در کسب و کار خود شکست می‌خورید؟ عوامل موثر در کسب و کارهای کوچک/ مؤلف سمیرا رنجبر.
مشخصات نشر	تهران: راز نهان، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	۱۰۴ ص: جدول.
شابک	978-622-278-277-1
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۷۵-۹۹.
موضوع	شکست در کسب و کار
موضوع	Business failures
رده بندی کنگره	۳۷۶۱HG
رده بندی دیویی	۱۶/۴۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۸۴۳۱۷۱۷
اطلاعات رکورد	فیپا
کتابشناسی	

آدرس: میدان انقلاب، اول جمالزاده جنوبی، کوچه دانشور، پلاک ۱۲، واحد ۲ شماره تماس: ۰۲۱۶۶۹۰۱۸۴۱ - ۰۹۱۳۲۲۳۰۲۶۹ آدرس الکترونیک: raznahanbook@gmail.com آدرس سایت: www.raznahanbook.com	
--	---

که عنوان کتاب	چرا در کسب و کار خود شکست می‌خورید؟
که مؤلف	سمیرا رنجبر
که صفحه‌آرا	مائده طومار
که طراح جلد	حمیده یزدان پناه
که ناشر	راز نهان
که شمارگان	۱۰۰۰ نسخه
که نوبت چاپ	اول ۱۴۰۰
که قیمت	۳۵۰۰۰ تومان
ISBN: 978-622-278-277-1	

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۸
مقدمه.....	۱۳
۱-۱- مفهوم مدل کسب و کار.....	۱۷
۱-۲- تاریخچه و سیر تکاملی مطالعات در حوزه مدل های کسب و کار.....	۲۲
۱-۳- هستی شناسی ها مدل های کسب و کار.....	۲۷
۱- هستی شناسی e3-value.....	۳۰
۲- هستی شناسی BMO.....	۳۲
۳- مدل مفهومی هدمن و کالینگ.....	۳۴
۱-۴- محیط کسب و کار.....	۳۸
۱-۵- شاخص های موثر بر فضای کسب و کار.....	۴۲
۱-۶- کسب و کار کوچک و متوسط.....	۴۵
۱-۷- نشانه های شکست کسب و کارهای کوچک و متوسط.....	۴۹
۱-۸- دلایل شکست کسب و کارهای کوچک و متوسط.....	۵۱
۱-۹- فرایند شکست کسب و کار.....	۶۰
۱-۱۰- عوامل تأثیرگذار بر بهبود عملکرد کسب و کار.....	۶۷
مؤلفه اول: سیاستها، قوانین و مقررات.....	۶۸
مؤلفه دوم: ثبات سیاسی و دولت.....	۶۹
مؤلفه سوم: امنیت حقوق مالکیت.....	۷۰
مؤلفه چهارم: خدمات عمومی و زیرساختها.....	۷۱
سخن پایانی.....	۷۶
منابع.....	۸۰

پیشگفتار

شرکت های کوچک و متوسط (SMEs) در صنعت تولید به پیاده سازی استراتژی هایی نیاز دارند که به آن ها امکان دهد تصمیماتی بگیرند که بر فرآیند کسب نتایج سازگار با اهداف طراحی شده توسط مدیران، تأثیر بگذارد. پوتر (۱۹۸۰) چنین استدلال می کند که استراتژی مناسب برای توسعه شرکت های کوچک و متوسط ضرورت دارد، که این مسئله تمرکز مدیران بر ارزیابی نیازهای خاص شرکت های کوچک و متوسط تولیدی و هم تراز کردن استراتژی ها با این نیاز ها را ضروری می کند. یکپارچگی فزاینده فن آوری اطلاعات و ارتباطات منجر به نتایج مطلوبی از نظر دستیابی به اهداف به طور خاص یا کلی در زمینه های کاربردی سازمان ها شده است (کالینا و همکاران، ۲۰۱۵). SME ها به عنوان یک پایه مهم در اقتصاد ملی کشورها می باشد که هزینه ورود و خروج این کسب و کارها در بازار، نسبتاً کم بوده و به رشد اقتصادی و نوآوری، کمک می نماید. SME ها، در فرآیند تصمیم گیری، بسیار سریع و دارای انعطاف پذیری، هستند. با این حال و با توجه به نقاط قوت این شرکت ها، که منجر به پویایی کارآفرینی، انعطاف پذیری و انگیزه در میان افراد می گردد، دارای نقاط قوت دیگری از قبیل صرفه جویی به مقیاس، بکارگیری سریع فناوری و منابع مالی کمتری، می باشند (اجبادی و همکاران، ۲۰۱۴). SME ها به علت قابلیت ذاتی خود، توانایی ایجاد نوآوری تکنولوژیک در محیط های مختلف اقتصادی را دارند. از ویژگیهای منحصر به فرد آنها، ساختار ساده سازمانی، ارتباطات داخلی مناسب، تمرکز بهتر، تصمیم گیری سریع، انعطاف پذیری بیشتر و... می توان در نظر گرفت.

¹ Colma

² Ajibade