

Мазмұны

1-бөлім.

Кәсіпкерлік: мүмкіндіктер әлемі

1-тарау. Кәсіпкерлік өмір 25

1-1. Шағын болса да, маңызы зор	27
1-2. Шағын бизнес пен кәсіпкерлік мүмкіндік: екеуінің айырмасы бар ма?.....	28
1-2а. Шағын бизнес деген не?.....	28
1-2ә. Кәсіпкерлік мүмкіндік деген не?.....	29
1-3. Кәсіпкерлік қасиет: өзімшіл болу шарт емес	32
1-3а. Компания негізін қалаушы мен екінші кезек кәсіпкері	33
1-3ә. Франчайзи	33
<i>Арманға апарар жол.</i> Тәжірибелі кәсіпкерлер кеңесі.....	34
1-3б. Кәсіпкерлік команда.....	35
1-3в. Әлеуметтік кәсіпкер	35
1-3г. Әйел кәсіпкер	36
1-3ғ. Кәсіпкер сияқты ойлап, әрекет ететін шағын бизнес иесі болыңыз	37
<i>Арманға апарар жол.</i> Әйел кәсіпкерлерді марапаттау	38
1-4. Бизнес иесі болуға қатысты сіздің мотивацияңыз.....	39
<i>Арманға апарар жол.</i> Менің алғашқы қадамым	39
1-4а. Кәсіпкерлік мотивация түрлері.....	40
1-4ә. Өз парадигмаңызды түсіну	44
<i>Арманға апарар жол.</i> Лейлей Секор, жылдың жас кәсіпкері, NFIB (Ұлттық тәуелсіз бизнес федерациясы).....	46
1-5. Кәсіпкердің бәсекелік артықшылығы	47
1-5а. Адалдық пен жауапкершілік.....	47
1-5ә. Ортаға тұтынушыны қою	48
1-5б. Сапа көрсеткіші.....	48
1-5в. Инновация	48
1-5г. Ниша нарық	50
1-6. Кәсіпкерлік мұра қалыптастыру	50
<i>Арманға апарар жол.</i> Аңызға алданып қалмаңыз.....	52
1-7. Енді қайда жылжымыз?.....	52

2-тарау. Адалдық, этика және әлеуметтік кәсіпкерлік 57

2-1. Адалдық деген не?	59
2-2. Адалдық және басты стейкхолдерлер мүддесі.....	60
2-2а. Мүдделі тараптардың «Үлкен үштігі»: бизнес иесі, тұтынушы және қызметкер	61
2-2ә. Әлеуметтік жауапкершілік және шағын бизнес.....	63
2-2б. Адалдық және мемлекеттік реттеу	64
2-3. Адал әрекет етудің қиындықтары мен артықшылықтары.....	65
2-3а. Шағын компания және заңды өтірік	65
2-3ә. Адалдық және интернет	66
<i>Арманға апарар жол.</i> Онлайн-сталкерлер сіз ойлағаннан да жақынырақ болуы мүмкін	68
2-3б. Адалдық және шетелде бизнес жүргізу	69
2-3в. Адалдық шегі	69
2-4. Адал бизнес құру.....	70
2-4а. Негізгі құндылықтар	70
2-4ә. Адалдықпен басқару	71
2-4б. Ұйымдағы этика мәдениеті	71
2-4в. Іскерлік практиканы жақсарту бюролары ..	72
2-4г. Этикаға сай шешім қабылдау процесі	73
2-5. Әлеуметтік кәсіпкерлік – ұласпалы тренд.....	74
2-5а. Әлеуметтік жауапкершілік және «үштік» критерий	74
2-5ә. Шағын бизнес және қоршаған орта.....	75
<i>Арманға апарар жол.</i> Қызыл тізімге енген «жасыл» венчур.....	77



© GUSTAVO FRAZAO / SHUTTERSTOCK.COM

2-бөлім.

Басынан бастау немесе бұрыннан бар бизнеске қосылу

3-тарау. Шағын бизнес бастау 82

3-1. Стартап идеясы.....	84
3-1а. Стартап идеялары түрлері	84
3-1ә. Стартап идеясы шығатын көздер	85
3-2. Бизнеске идея табу үшін инновация түрғысынан ойлауды қолдану	87
<i>Арманға апарар жол.</i> Әртараптану арқасында жылдамдық қосу: мына велосипедке мініп шығарда латте ала кетесіз бе?.....	88
<i>Арманға апарар жол.</i> «Жасыл» стартап ғаламат жетістікке жылдам жетеді	91
3-3. Жаңа бизнес-идеяларды бағалауда ішкі және сыртқы анализді қолдану	92
3-3а. «Сырттан ішке» анализі	92
3-3ә. «Іштен сыртқа» анализі.....	95
3-3б. Сыртқы және ішкі анализдерді біріктіру	96
3-4. Мүмкіндікті іліп алатын стратегияларды іріктеу.....	97
3-4а. Ауқымды стратегия опциясы.....	98
3-4ә. Фокус стратегиялары.....	99
3-5. Жаңа бизнес-идеяларды тексеру.....	101
3-6. Стартап идеяңыз өміршең бе?	102
3-6а. Нарық әлеуеті	103
3-6ә. Индустрия тартымдылығы	104
3-6б. Жаңа венчурге жетекшілік ету.....	104

4-тарау. Франшиза және сатып алу110

4-1. Франшиза деген не?.....	111
4-1а. Франчайзинг терминологиясы.....	112
<i>Арманға апарар жол.</i> Доун Лафрида: Бизнес иеленуді армандау.....	113
4-1ә. Франчайзинг әсері.....	114
4-2. Франчайзингтің артықшылықтары мен кемшіліктері	114
4-2а. Артықшылықтар	114
4-2ә. Кемшіліктер	117
4-2б. Франчайзи атану құны	118
4-3. Франшиза мүмкіндіктерін бағалау	119
4-3а. Франшиза таңдап алу.....	119
4-3ә. Ықтимал франшизаны зерттеу	119
4-3б. Франчайзер атану	122
4-3в. Франчайзингтегі құқық мәселесі.....	123
4-4. Бұрыннан бар бизнесті сатып алу	124
4-4а. Бұрыннан бар бизнесті сатып алуға себеп	124
4-4ә. Сатып алатын бизнес табу	125
<i>Арманға апарар жол.</i> Қатерді азайту ма, шығынды көбейту ме?	126
4-4б. Бизнестерді зерттеу және бағалау	127
4-4в. Бизнесті бағалаудағы сандық факторлар	129



© GUSTAVO FRAZAO / SHUTTERSTOCK.COM

4-4г. Бизнесті бағалаудағы сандық емес факторлар	129
4-4ғ. Келіссөз және мәмілені аяқтау.....	129

5-тарау. Отбасы бизнесі 134

5-1. Отбасы бизнесі деген не?.....	135
5-1а. Отбасы мен бизнестің жанасу нүктелері ..	136
5-1ә. Отбасы бизнесінің артықшылықтары мен кемшіліктері	137
5-2. Динамикалық отбасы бизнестері.....	138
5-2а. Отбасы бизнесі мәдениетіндегі бизнес негізін қалаушының ізі	138
5-2ә. Отбасы мүшелерінің бизнеске адалдығы	139
5-3. Отбасындағы рөлдер мен қарым-қатынас.....	141
5-3а. Кәсіптес	141
5-3ә. Бизнес негізін қалаушы ана не әке	141
5-3б. Ұл мен қыз	142
5-3в. Ағайындылар ынтымағы мен текетіресі... ..	142
<i>Арманға апарар жол.</i> Тумысынан ба, тәрбиеден бе?	143
5-3г. Келін не күйеу баланың бизнеске араласуы.....	144
5-3ғ. Кәсіпкердің жары.....	144
5-4. Отбасы фирмасындағы тиімді менеджмент.....	145
5-4а. Отбасы фирмасындағы отбасынан тыс қызметкерлер.....	145
5-4ә. Отбасы жиыны.....	146
5-4б. Отбасы кеңесі	147
5-4в. Отбасы бизнесі конституциясы	147
5-5. Басшылық ауысу процесі	148
5-5а. Отбасында бар талант	148
5-5ә. Мұрагерлікке дайындау	149
5-5б. Бизнес иелігін ауыстыру	150

3-бөлім.

Жаңа венчурдің бизнес-жоспарын жасау

6-тарау. Бизнес-жоспар:

арманды визуалдау 155

6-1. Бизнес-жоспарға шолу	156
6-2. Бизнес-жоспар жазудың пайдасы бар ма?.....	157
6-2а. Жоспарлау мен жүзеге асыру балансы	158
6-2ә. Бизнес-жоспар қандай формада болады?	159
6-3. Бизнес-модельден бастаңыз.....	160
6-3а. Бизнес-модель деген не?	160
6-3ә. Бизнес-модель түзу	160
<i>Арманға апарар жол.</i> Бизнес-модельді өзгерту.....	163
6-4. Бизнес-жоспар әзірлеу: контент және формат.....	164
6-4а. Мұқабаны	165
6-4ә. Мазмұны	166
6-4б. Атқару түйіні	166
6-4в. Компания сипаттамасы	167
6-4г. Индустрияны, таргет тұтынушыны және бәсекелестерді талдау.....	167
6-4ғ. Маркетинг жоспары	168
6-4д. Операциялар және әзірлеу жоспары	169
6-4е. Менеджмент командасы	169
6-4ж. Нартәуекел.....	169
6-4з. Ұсыныс	169
6-4и. Бизнесстен шығу стратегиясы.....	170
6-4й. Қаржы жоспары	170
6-4к. Ілеспе құжаттар қосымшасы	171
<i>Арманға апарар жол.</i> Жания мен Десмин Дэниелдер бизнес-жоспар жазу керек деп ойлайды.....	171
6-5. Бизнес-жоспар жазуға кеңес	172
6-5а. Нарықты мұқият талдаңыз	172
6-5ә. Әр пайымға мықты дәлел беріңіз	172
6-5б. Инвестор сияқты ойлаңыз.....	173
6-5в. Осал тұсты жасырмаңыз, құрдымға кетіретін ағаттықты табыңыз....	173
6-5г. Құпиялық сақтаңыз.....	174
6-5ғ. Детальға мән беріңіз.....	174
6-6. Инвесторға питч-презентация жасау	175
6-7. Бизнес-жоспар әзірлеуге арналған ресурстар	175
6-7а. Компьютер көмегімен бизнес-жоспар әзірлеу	176
6-7ә. Бизнес-жоспар жазудағы кәсіби көмек ...	176
6-8. Дұрыс перспектива ұстану.....	177

7-тарау. Маркетинг жоспары 182

7-1. Шағын бизнестегі маркетинг деген не?	183
7-1а. Маркетинг философиясының әр түрінің маңызы зор.....	184

7-1ә. Тұтынушыны бағдар еткен дұрыс	184
7-2. Ресми маркетинг жоспары.....	185
7-2а. Нарықты талдау	185
7-2ә. Бәсеке	186
7-2б. Маркетинг стратегиясы	187
<i>Арманға апарар жол.</i> Тікелей сату?	189
7-3. Шағын бизнестегі маркетингтік зерттеу.....	190
7-3а. Маркетингтік зерттеу табиғаты	190
7-3ә. Маркетингтік зерттеу процесінің сатылары	191
7-4. Ықтимал таргет нарықтарды түсіну.....	194
7-4а. Нарықты сегменттеу және оның айнымалылары	194
7-4ә. Сегменттеуге сүйенетін маркетинг стратегиялары	195
7-5. Нарық әлеуетін бағалау	196
7-5а. Сатылым болжамы	196
7-5ә. Болжау кемшіліктері	197
7-5б. Болжау процесі.....	198

8-тарау. Ұйымдастыру жоспары:

команда, құқықтық құрылымы, альянс және директорлар 204

8-1. Менеджмент командасын құру	206
8-1а. Баланс табу	207
8-1ә. Соло-старттар әлі де бар	207
<i>Арманға апарар жол.</i> Команда құрғанда жүрегінді тыңда.....	208
8-1б. Әлеуметтік нетуоркті кеңейту.....	209
<i>Арманға апарар жол.</i> Кәсіпкер дос-жаран арқасында талай өткелден өтеді.....	210
8-2. Ұйымдасудың жиі кездесетін құқықтық формалары	211
8-2а. Жеке кәсіпкерлік	211
8-2ә. Серіктестік опциясы	213
8-2б. С корпорация опциясы.....	216
8-3. Ұйымдасу формасын таңдауда ескеретін жайттар	217
8-4. Ұйымдасудың арнайы құқықтық формалары.....	220
8-4а. Шектеулі серіктестік.....	220
8-4ә. S корпорация	221
8-4б. Жауапкершілігі шектеулі компания.....	221
8-4в. Кәсіби корпорация	221
8-4г. Бейкоммерциялық корпорация.....	222
8-4ғ. В корпорация	222
8-5. Стратегиялық альянс құру.....	223
8-5а. Үлкен компаниямен стратегиялық альянс құру.....	223
8-5ә. Шағын компаниямен стратегиялық альянс құру.....	224

8-5б. Табысты стратегиялық альянс құру және сақтап қалу.....	225	10-4ә. Фирманың ақша ағынын өлшеу.....	281
8-6. Директорлар кеңесін тиімді пайдалану.....	226	10-5. Фирманың қаржы көрсеткішін бағалау.....	287
8-6а. Директорларды таңдау.....	226	10-5а. Өтімділік (борышты өтеу қабілеті).....	287
8-6ә. Директорлар үлесі.....	227	10-5ә. Активтен қайтарым.....	288
8-6б. Директорлар сыйақысы.....	227	10-5б. Қарызға қаржыландыруды қолдану.....	290
8-6в. Балама: консультациялық кеңес.....	228	10-5в. Иелер капиталының қайтарымы.....	290
9-тарау. Локация жоспары.....	234	11-тарау. Қаражат қажетін болжау.....	298
9-1. Дәстүрлі физикалық стартапқа локация табу.....	236	11-1. Қаржы болжамының мақсаты.....	299
9-1а. Локацияға қатысты шешімнің маңызы.....	236	11-2. Табыстылықты болжау.....	300
9-1ә. Жақсы локация таңдаудағы негізгі факторлар.....	236	11-3. Актив пен қаражатқа зәрулікті болжау.....	304
9-2. Физикалық орынжайды дизайндау және жабдықтау.....	241	<i>Арманға апарар жол.</i> REEcycle фирмасына қаражатты жоспарлаудың оң әсері.....	305
9-2а. Физикалық орынжайды дизайндау қиындығы.....	242	11-3а. Актив қажетін анықтау.....	307
9-2ә. Физикалық орынжайды жабдықтау қиындығы.....	242	11-3ә. Қаражатқа зәрулікті анықтау.....	308
9-2б. Бизнес имиджі.....	243	11-4. Ақша ағындарын болжау.....	313
<i>Арманға апарар жол.</i> Дұрыс адамдармен араласудың көмегі көп!.....	244	11-4а. Ақша ағындарының про-форма есебі.....	313
9-3. Кәсіпкердің үйінде орналасқан стартап.....	245	11-4ә. Ақша бюджеті.....	315
9-3а. Үйде орналасқан бизнестің тартымдылығы.....	245	11-5. Болжам жасағанда салқын ақыл, саналы ой ұстаныңыз.....	317
9-3ә. Үйде орналасқан бизнестің қиындықтары.....	246	12-тарау. Фирманы қаржыландыру көздері.....	322
9-4. Е-коммерс: стартапты интернетке орналастыру.....	247	12-1. Фирма сипаты мен қаржыландыру көздері.....	323
9-4а. Е-коммерстің стартапқа пайдасы.....	247	12-1а. Фирманың экономикалық әлеуеті.....	323
<i>Арманға апарар жол.</i> Аумақтың ішінде ме, әлде сыртында ма?.....	248	12-1ә. Компания өлшемі мен жасы.....	324
9-4ә. Е-коммерс бизнес-моделі.....	249	12-1б. Фирма активтерінің сипаты.....	324
9-4б. Интернетке сүйенетін бизнес және жарты күн жұмыс істелетін стартап артықшылығы.....	255	12-1в. Бизнес иелерінің қарыз не меншік капиталға қатысты қалауы.....	325
10-тарау. Фирманың қаржы есептерін түсіну.....	261	12-2. Қарыз аламыз ба, әлде меншік капитал ұсынамыз ба?.....	325
Лимонадшы қыздар.....	262	12-2а. Табыстылық әлеуеті.....	325
Бизнес құру.....	262	12-2ә. Қаржы қатері.....	328
Ашылған күні.....	264	12-2б. Дауыс арқылы қадағалау.....	329
Дебет есебіне түсетін ақшаны жинау.....	265	12-3. Ерте кезеңдегі қаржыландыру көздері.....	329
Алдағы сенбіге стратегиялық жоспар.....	265	12-3а. Жеке жинақ.....	330
Екінші сенбідегі бизнес.....	265	12-3ә. Достар мен отбасы.....	331
10-1. Кіріс-шығын есебі.....	266	12-3б. Кредит картасы.....	331
10-2. Баланс.....	271	12-4. Банктен қаржыландыру.....	332
10-2а. Актив.....	271	12-4а. Несие түрлері.....	332
<i>Арманға апарар жол.</i> Қаражатты басқаруға келгенде, болмашы нәрсенің өзі зор нәрсеге айналады.....	271	12-4ә. Банкирдің көзқарасын түсіну.....	333
10-2ә. Қарыз бен меншік капитал.....	274	12-4б. Банкирді таңдау.....	335
10-3. Кіріс-шығын есебі мен балансты бірге қарастыру.....	277	12-4в. Несие келіссөзі.....	336
10-4. Ақша ағыны есебі.....	278	<i>Арманға апарар жол.</i> Able Lending.....	337
<i>Арманға апарар жол.</i> Қиын күндерден өту – қаражатты тиімді басқару деген сөз.....	279	12-5. Бизнес жеткізушілері мен активке сүйенетін қарыз берушілер.....	338
10-4а. Табыс және ақша ағыны.....	280	12-5а. Дебиторлық борыш (сауда несиесі).....	339
		12-5ә. Жабдық алуға арналған несие мен лизинг.....	339
		12-5б. Активке сүйеніп қарыз алу.....	339
		12-6. Тікелей инвестор.....	340
		12-6а. Бизнес-жебеушілер.....	340
		12-6ә. Венчур-капитал фирмасы.....	342
		<i>Арманға апарар жол.</i> «Shark Tank»: бизнес-жебеуші инвестициясы ойынын өзгерту.....	343

12-7. Краудфандинг.....	344	13-2а. Фирманы сату.....	355
<i>Арманға апарар жол. Parke New York:</i>		13-2ә. Фирманың ақша ағынын бөлісу.....	359
краудфандингтегі жетістік.....	344	13-2б. Бастапқы жария ұсыныс (IPO)	360
12-8. Мемлекеттік несие бағдарламалары.....	346	<i>Арманға апарар жол. Екі дос бизнес ашып,</i>	
12-8а. Шағын бизнес әкімшілігі	346	одан олжалы шықты	361
12-8ә. Штат және жергілікті билік көмегі	347	13-2в. Жекеменшік капиталды рекапиталдау...362	
12-8б. Қауымдастыққа сүйенетін қаржы институттары.....	347	13-3. Фирма құнын анықтау және төлем әдістері.....	364
12-9. Ақшаны тағы қайдан тапса болады.....	348	13-3а. Бизнесің жемісін көру құны	364
12-9а. Ірі корпорациялар	348	13-3ә. Төлем әдісі	364
12-9ә. Акция сату.....	348	13-4. Бизнесің жемісін көру жоспарын құру	364
13-тарау. Бизнесің жемісін көруді жоспарлау.....	353	13-4а. Бизнесің жемісін көруден дәмәтіңіз.....	365
13-1. Бизнесің жемісін көрудің маңызы	355	<i>Арманға апарар жол. Бизнесстен шығу стратегиям неге сәтсіз болды?</i>	365
13-2. Бизнесің жемісін көру әдістері.....	355	13-4ә. Эмоциялық және мәдени конфликт боларын болжаңыз.....	366
		13-4б. Жақсы кеңес алыңыз.....	367
		13-4ә. Сізге не мотивация беретінін түсініңіз	367
		13-4в. Енді не істеу керек?	368

4-бөлім.

Тұтынушыдан көз жазбау: маркетинг тұрғысынан өсіру стратегиялары

14-тарау. Тұтынушымен қарым-қатынас орнату373

14-1. Тұтынушымен қарым-қатынас менеджменті (CRM) дегеніміз не?	375
14-1а. Шағын фирмаларға CRM пайдасы	375
14-1ә. CRM бағдарламасына қажет материалдар	376
14-2. Ерекше қызмет көрсету арқылы тұтынушымен айрықша қарым-қатынас орнату	376
14-2а. Тұтынушыны риза етуді басқару	377
<i>Арманға апарар жол. Онлайн-шолу жасағанда, тұтынушылардың кейбірі пікір білдірмеуі мүмкін</i>	380
14-2ә. Фирманың тұтынушыға қызмет көрсету жағдайын бағалау	381
14-3. Тұтынушымен қарым-қатынас менеджментін қолдау үшін технологияға жүгіну	383
14-3а. CRM дерекқорын жасау	386
14-3ә. CRM дерекқорын қолдану.....	387
14-3б. Деректерді пайдалану және құпиялық мәселелері	388
14-4. Тұтынушылардың шешім қабылдауы	389
14-4а. Қажеттілікті мойындау	389
14-4ә. Ақпарат іздеу және бағалау	390
14-4б. Сатып алуға шешім қабылдау	391
14-4в. Сатып алғаннан кейінгі бағалау	391
<i>Арманға апарар жол. Көз тіккен көпшілік бар – ол көмектесем дейді.....</i>	392
14-5. Тұтынушыларға психологиялық ықпал етуді түсіну.....	393
14-5а. Қажеттілік	393
14-5ә. Қабылдау	393

14-5б. Мотивация	394
14-5в. Көзқарас	394
14-6. Тұтынушыларға әлеуметтік ықпал етуді түсіну..395	
14-6а. Мәдениет	395
14-6ә. Әлеуметтік таптар	395
14-6б. Ықпал етуші топтар	395
14-6в. Пікір көшбасшылары	396

15-тарау. Өнім әзірлеу және жеткізу тізбегін басқару.....401

15-1. Өсу керек пе, жоқ па?	403
15-2. Инновация: өсу жолы.....	404
15-2а. Бәсекелес болудың артықшылығы	404
15-2ә. Орнықты дамуға жету	405
15-3. Өнімнің өмірлік циклі және жаңа өнім әзірлеу.....	407
15-3а. Өнімнің өмірлік циклі	407
15-3ә. Жаңа өнімді әзірлеу процесі	409
15-4. Жиынтық өнімді әзірлеу.....	411
15-4а. Брендінг	412
<i>Арманға апарар жол. Оғаш атау да орынды. Әсіресе интернеттегі стартап-жобаға пайдалы</i>	414
15-4ә. Қаптама	415
15-4б. Таңбалау	416
15-4в. Кепілдік.....	416
15-5. Өнім стратегиясы	417
15-5а. Өнім маркетингі мен қызмет маркетингі	417
15-5ә. Өнім стратегиясы нұсқалары	418
15-6. Құқықтық орта	419

15-6а. Тұтынушыны қорғау	419
15-6ә. Маркетинг активтерін қорғау	419
<i>Арманға апарар жол.</i> Патент құқығын бұзушылармен күресу үшін бірігу	422
15-7. Жеткізу тізбегін басқару	423
15-7а. Делдалдар	423
15-7ә. Тарату арналары	423
15-7б. Заттай тарату ауқымы	425

16-тарау. Баға белгілеу және несиеге сату жөнінде шешім қабылдау431

16-1. Баға белгілеу	433
16-1а. Баға белгілеу шығынды анықтаудан басталады	433
16-1ә. Баға белгілеуді тұтынушылардан бастау	435
16-2. Баға белгілеу жүйесін қолдану	436
16-2а. Залалсыздықты талдау	436
<i>Арманға апарар жол.</i> «Бүгін басыңызға кірпіш түсті ме?»	437
16-2ә. Үстеме қосып баға белгілеу	440
16-3. Баға белгілеу стратегиясын таңдау	440
16-3а. Нарыққа шығару бағасын белгілеу	440
16-3ә. Бағаны түсіру	440
16-3б. Жетекшіге ілесіп баға белгілеу	441
16-3в. Айнымалы баға белгілеу	441
16-3г. Бағаны теңестіру	441
16-3ғ. Қосалқы өнім мен қызметке баға белгілеу	441
16-4. Несие ұсыну	442
16-4а. Несиеге сатудың артықшылығы	442
16-4ә. Несиеге сатуға ықпал ететін факторлар	443
16-4б. Несие түрлері	444
16-5. Несиеге сату процесін басқару	445
16-5а. Несиеге өтініш берушіні бағалау	446
16-5ә. Несие туралы ақпарат көздері	447
16-5б. Дебиторлық борышты топтау	448
16-5в. Шот ұсыну және жинау рәсімдері	449
16-5г. Несиені реттеу	449

17-тарау. Ілгерілету жоспары453

17-1. Промоушн – коммуникация	454
17-2. Промоушн бюджетін анықтау	456
17-2а. Сатудың тұрақты пайызын бюджеттеу ..	456
17-2ә. Басқа шығынның орнын толтырғанда қанша қалғанын анықтап алу	456
17-2б. Бәсекелестермен бірдей мөлшерде қаражат жұмсау	456
17-2в. Мақсатқа жету үшін қанша керегін анықтау	457
17-3. Интернет пен әлеуметтік желіні қолданып ілгерілету	457
17-3а. Шағын бизнес сайты	457
17-3ә. Әлеуметтік медиа	459
17-4. Шағын фирмадағы жеке сату	463
<i>Арманға апарар жол.</i> Е-коммерс революциясы	463
17-4а. Өнімді білудің маңызы	464
17-4ә. Сататын өнімді таныстыру	464
17-4б. Жеке сату кезінде шығынды бақылау ..	466
17-4в. Сатушыға өтемақы төлеу жолы	467
17-5. Жарнама практикасы	468
17-5а. Жарнаманың мақсаты	468
17-5ә. Жарнама түрлері	468
17-5б. Жарнама мамандары	469
17-5в. Жарнама жасау жиілігі	469
17-5г. Жарнама жасайтын орын	469
17-6. Сатылымды ілгерілету	470
17-6а. Арнайы өнім	471
17-6ә. Сауда көрмелері	471
17-6б. Купондар	472
17-6в. Паблисити	473
17-6г. Сатылымды ілгерілетуді қолданатын кездер	473

18-тарау. Шағын бизнеске арналған жаһандық мүмкіндіктер.....477

18-1. Шағын бизнестің жаһандық кәсіпорынға айналуы	479
18-2. Жаһандық кәсіпорынды алға сүйрейтін күштер	481
18-2а. Нарықты кеңейту	481
18-2ә. Ресурсқа қол жеткізу	483
18-2б. Шығынды азайту	484
<i>Арманға апарар жол.</i> Қытаймен серіктес болсаңыз, барынша пайда табуға тырысыңыз	485
18-2в. Жергілікті ерекшелікті пайда көзіне айналдыру	486
18-3. Жаһандық фирмаларға арналған стратегия нұсқалары	488
18-3а. Экспорт	488
18-3ә. Импорт	489
18-3б. Шетелдік лицензиялау	490
18-3в. Халықаралық франчайзинг	491
18-3г. Халықаралық стратегиялық альянстар ..	491



© BLOOMUA/SHUTTERSTOCK.COM

18-3ғ. Кәсіпорынды шетелде орналастыру.....	492	18-4б. Бизнес жүргізу жеңілдігі индексі.....	495
18-4. Жаһандық бизнес жүргізуде жолығатын қиындықтар	493	18-5. Жаһандық кәсіпорындарға көмектесу.....	496
18-4а. Саяси қатер.....	493	18-5а. Нарықты талдау және стратегияны жоспарлау.....	496
18-4ә. Экономикалық қатер.....	493	18-5ә. Халықаралық тұтынушылармен байланыс орнату.....	497
<i>Арманға апарар жол.</i> Тәуекел ету үшін қажыр-қайрат керек	494	18-5б. Қаржыландыру	498

5-бөлім.

Шағын бизнестегі өсуді басқару

19-тарау. Кәсіби менеджмент пен шағын бизнес..... 504

19-1. Шағын бизнестегі жетекшілік	505
19-1а. Жетекшілік деген не?	506
19-1ә. Компания негізін қалаушылардың жетекшілік қасиеті.....	506
19-1б. Жетекшінің тиімді жұмыс істеуіне қажет тәсілдер.....	506
19-1в. Жетекшілік стилі	507
19-1г. Ұйым мәдениетін қалыптастыру.....	509
19-2. Шағын фирмадағы менеджмент процесі.....	510
19-2а. Фирма негізін қалаушыдан кәсіби менеджер деңгейіне өту	510
19-2ә. Фирманың өсуі мен басқару тәжірибесі	512
19-3. Кәсіпкердің басшы ретіндегі жауапкершілігі.....	514
19-3а. Жоспарлау шаралары.....	514
19-3ә. Ұйым құрылымын құру	515
19-3б. Өкілеттікті бөліп тапсыру.....	516
19-3в. Операцияларды бақылау.....	518
19-3г. Коммуникация.....	518
19-3ғ. Келіссөз	519
19-4. Жеке тұлғаның тайм-менеджменті.....	521
19-4а. Уақыт қыспағы проблемасы.....	521
19-4ә. Жұмысбасты менеджердің уақытын үнемдеу	521
<i>Арманға апарар жол.</i> Шашылған үстел шығармашылық адамына тән бе?	523
19-5. Менеджменттің сыртқы көмекшілері	524
19-5а. Сырттан көмек алу қажеттігі.....	524
19-5ә. Менеджментке көмек көздері.....	524
<i>Арманға апарар жол.</i> Маманды біртіндеп тарту: талантты менеджерді арзанға жалдау.....	527

20-тарау. HR-менеджмент 533

20-1. Қызметкер жинау.....	535
20-1а. Білікті маман табу қажеттігі	535
<i>Арманға апарар жол.</i> Қызметкер жалдау уақытын болжау.....	536
20-1ә. Кәсіпкерлік фирманың алдынан шығатын тұзақ.....	537
20-1б. Қызметкер тарту жолы.....	538
20-1в. Жұмыс күшінің әралуандығы	541
20-1г. Жұмыс сипаттамасы.....	542

Арманға апарар жол Таланттар қайда кетеді? ...543

20-2. Келешекті бағдарлау және қызметкерлерді іріктеп алу.....	544
20-2а. 1-қадам. Қосымша үлгіні қолданыңыз ..	544
20-2ә. 2-қадам. Үміткермен сұхбаттасыңыз.....	544
20-2б. 3-қадам. Ұсыныс хаттар мен қосымша ақпаратты тексеріңіз	546
20-2в. 4-қадам. Үміткерді сынақтан өткізіңіз ..	547
20-2г. 5-қадам. Медициналық тексерістен өтуді талап етіңіз	548
20-3. Тренинг өткізу және қызметкерлерді дамыту.....	549
20-3а. Тренинг өткізу мен дамытудың басты компоненттері.....	549
20-3ә. Жаңа қызметкерлер құрамына мән беру.....	549
20-3б. Қызметкерлерге тренинг жүргізу.....	550
20-3в. Үйретуден іске көшу	552
20-3г. Басшылық лауазымдағы және кәсіби қызметкерлерді дамыту.....	553
20-4. Қызметкерлерді марапаттау мен ынталандыру.....	554
20-4а. Жалақы мен еңбекақы деңгейі	554
20-4ә. Қаржылай ынталандыру	554
20-4б. Ақция беріп ынталандыру.....	555
20-4в. Қызметкерге төленетін үстемеақы	555
20-5. HR-менеджменттегі ерекше мәселелер	556
20-5а. Бірлесе жұмыспен қамту шарты.....	556
20-5ә. Қызметкерлерді заңмен қорғау	557
20-5б. Кәсіподақтар	559
20-5в. Жұмыс беруші мен қызметкер қарым-қатынасын ресмилендіру	559
20-5г. HR-менеджер қажеті.....	560

21-тарау. Шағын бизнестегі операцияларды басқару 566

21-1. Операциялар арқылы бәсекелесу.....	568
21-2. Операциялық процесс	569
21-2а. Қызмет көрсету бизнесіндегі операциялық процесс.....	569
21-2ә. Өнеркәсіп бизнесіндегі операция жүргізу процесі.....	570
21-2б. Қауқарды бағамдау	571
21-2в. Жоспарлау мен кесте құру.....	572

21-3. Тауар-материалдық қор менеджменті және операциялар	573
21-3а. Тауар-материалдық қор менеджментінің мақсаты.....	573
21-3ә. Тауар-материалдық қор құнын қадағалау	574
21-3б. Тауар-материалдық қорды тіркеу жүйесі.....	576
21-4. Сапа және операция менеджменті	577
21-4а. Сапа – бәсекеге қабілет құралы	577
21-4ә. Сапа менеджментінде тұтынушыға зер салу	578
<i>Арманға апарар жол. Five Guys өнім сапасы үшін бес жұлдыз алды.....</i>	579
21-4б. «Негізгі жеті» сапа құралы.....	581
21-4в. Сапаны бақылау мен Poka-Yoke	581
21-4г. Сапаны бақылаудың статистикалық әдістері.....	582
21-4ғ. Сапа менеджментіндегі халықаралық сертификаттау.....	583
21-4д. Қызмет көрсету бизнесіндегі сапа менеджменті	584
21-5. Сатып алу саясаты мен практикасы	584
21-5а. Сатып алудың маңызы	584
21-5ә. Жеткізушінің өнімділігін өлшеу	587
21-5б. Жеткізушімен жақсы қарым-қатынас орнату	587
21-5в. Стратегиялық альянс құру	588
21-5г. Жеткізу қажетін болжау	588
<i>Арманға апарар жол. Абыройдан да, ақшадан да айырылмау.....</i>	589



© MONKEY BUSINESS IMAGES / SHUTTERSTOCK.COM

21-5ғ. Ақпарат жүйесін қолдану	590
21-6. Үнемді өндіріс пен синхрон менеджмент.....	590
21-6а. Үнемді өндіріс	590
21-6ә. Синхрон менеджмент.....	591

22-тарау. Фирманың активтерін басқару.....597

22-1. Айналым капиталы циклі.....	598
22-1а. Айналым капиталына инвестициялау уақыты мен мөлшері.....	600
22-1ә. Айналым капиталы менеджментіне мысалдар	601
22-2. Ақша ағынын басқару.....	605
<i>Арманға апарар жол. Ақша ағынының маңызы зор</i>	606
22-3. Дебиторлық борышты басқару	607
22-3а. Дебиторлық борыштың ақшаға ықпалы	607
22-3ә. Дебиторлық борыштың өмірлік циклі....	608
22-3б. Дебиторлық борышты қаржыландыру..	610
22-4. Тауар-материалдық қорды басқару	611
22-4а. Тауар-материалдық қорды еркін ақша ағынына қарай азайту	611
22-4ә. Тауар-материалдық қорға мониторинг жүргізу	611
22-4б. Тауар-материалдық қорды қадағалау ..	612
<i>Арманға апарар жол. Тауар-материалдық қор менеджменті туралы түйін</i>	613
22-5. Кредиторлық берешекті басқару.....	614
22-6. Ақшаға айналдыру кезеңін қайта қарау.....	615
22-7. Капиталды жұмсау (бюджеттеу) әдістері	616
22-7а. Инвестиция қайтарымын бухгалтерлік есептеу	617
22-7ә. Өтелім кезеңі	618
22-7б. Дисконтталған ақша ағыны	618
22-8. Шағын фирмалардағы капиталды бюджеттеу практикасы.....	619

23-тарау. Риск-менеджмент.....624

23-1. Бизнестегі тәуекел мен қатер дегеніміз не?	625
23-2. Таза қатердің негізгі түрлері.....	626
23-2а. Мүлікке төнетін қатер.....	626
23-2ә. Жауапкершілікке төнетін қатер	627
23-2б. Қызметкерлерге төнетін қатер	630
23-3. Риск-менеджмент	631
23-3а. Риск-менеджмент процесі.....	632
23-3ә. Шағын бизнестегі риск-менеджмент.....	633
<i>Арманға апарар жол. Шағын бизнеске арналған қауіпсіздік жайында он кеңес</i>	634
23-4. Жақсы сақтандыру бағдарламасының негізгі принциптері	636
23-5. Бизнесі сақтандырудың жиі кездесетін түрлері	636

23-5а. Мүлікті сақтандыру және жазатайым жағдайдан сақтандыру.....	637
<i>Арманға апарар жол. Тәтті қиялмен ұзаққа бармайсың</i>	640
23-5ә. Өмір мен денсаулықты сақтандыру	641

Кейстер

1. DashLocker.....	646
2. PortionPac (Chemical)	647
3. The Kollektion: музыкалық хоббиден туған стартап және оның келешегі.....	649
4. Two Men and a Truck®/International, Inc.....	652
5. Iaccarino & Son.....	654
6. Hyper Wear, Inc.....	656
7. ReadyMade журналы.....	657
8. Couchsurfing International.....	658
9. Cookies-N-Cream	661
10. Harper & Reiman, LLC	662

11. Ashley Palmer Clothing, Inc.	665
12. Moonworks.....	668
13. Network Collie.....	670
14. Numi Tea.....	674
15. Graeter's Ice Cream	676
16. Dynamic Network Services, Inc.	678
17. HubSpot, Inc.	680
18. Auntie Anne's Pretzels Қытайда	681
19. Эндрю Мэсон мен Groupo фирмасының өрлеуі мен құлдырауы.....	684
20. Джейсон Фрайед және 37signals фирмасының жұмысқа алу дәстүрі.....	686
21. River Pools & Spas	687
22. Pearson Air Conditioning & Service	688
23. Джектің мейрамханасы	691

Глоссарий.....	692
-----------------------	------------