

مهارت ها و قوانین کسب و کار

جعفر چگنی ، الهام دیناروند

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	
بخش اول : مهارت های کسب و کار	وظایف و تکالیف مودیان نظام مالیات بر ارزش افزوده
فصل اول : اصول کسب و کار	قانون پایانه های فروشگاهی و سامانه مودیان
تعریف کسب و کار	صورتحساب الکترونیکی
انواع کسب و کار	انواع صورتحساب الکترونیکی
طرح کسب و کار	پرسش های فصل سوم
مدل کسب و کار	فصل چهارم : قانون کار و تامین اجتماعی
پرسش های فصل اول	تعاریف کلی قانون کار
فصل دوم : مهارت های عمومی کسب و کار	تعریف قرار داد و شرایط اساسی آن
مفهوم مهارت	انواع قرارداد کار
مهارت های کسب و کار	تعلیق قرارداد کار
مهارت های مدیریتی	شرایط کار و تعاریف آن
مهارت های فنی	ساعات کار
مهارت های ارتباط با مشتری	مرخصی و انواع آن
پرسش های فصل دوم	نوبت کاری
بخش دوم : قوانین کسب و کار	تعریف تعطیل کاری
فصل سوم : قوانین و مقررات مالیاتی	ماموریت و انواع آن
تعریف مالیات	مراجع حل اختلاف
اشخاص مشمول مالیات	تعاریف و کلیات قانون تامین اجتماعی
انواع مالیات در ایران	تعاریف
تکالیف مودیان اشخاص حقیقی	حق بیمه و انواع بیمه و نکات مربوط به آن
مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی	مقررات بیمه بیکاری
تکالیف مودیان اشخاص حقوقی	مسئولیت ها و تکالیف کارفرما در قانون تامین اجتماعی
مالیات بر ارزش افزوده	شرایط بازنشستگی
انواع نرخ مالیات بر ارزش افزوده	پرسش های فصل سوم
معافیت کالاها و خدمات	

فصل پنجم : قوانین ، مقررات تجاری و بیمه

انواع اشخاص حقوقی

انواع شرکت های تجاری

دفاتر تجاری

نحوه و شرایط ثبت طرح های صنعتی و

علایم تجاری

اسناد تجاری

پرسش های فصل پنجم

فصل ششم : قوانین بانکی ، گمرک و بیمه حمل و نقل

فعالیت های بانک

بانک داری اسلامی

عقود اسلامی

ضمانت نامه بانکی

قانون امور گمرکی

سود بازرگانی

اصطلاحات گمرکی

قوانین بیمه و حمل و نقل

پرسش های فصل ششم

بخش سوم : بهره وری و مفاهیم ان

فصل هفتم : مفاهیم بهره وری ، کارایی

و اثربخشی

تعریف بهره وری

کارایی

اثر بخشی

شاخص های بهره وری

راهکارهای افزایش بهره وری در شرکت ها

پرسش های فصل هفتم

مقدمه مولفان :

موفقیت هر کسب و کار رابطه نزدیکی با چگونگی صحیح کنترل امور آن دارد در واقع مدیریت صحیح کسب و کار موجب رشد آن می شود . مدیریت کسب و کار را نباید صرفاً یک عمل اکادمیک محسوب کرد . مدیریت واقعی در برگیرنده هدایت قوی ، رفتار مثبت ، دانش کسب و کار و مهارت های مناسب فردی است .

مدیریت در حقیقت هدایت افراد ، تاثیر گذاری بر کار و تصمیم گیری به موقع و صحیح است و مهارت های مدیریتی را به مرور زمان باید کسب کرد و آن را به کار برد .

یکی از دغدغه های بیشتر مردم هنگام شروع کسب و کار ، عدم توانایی لازم برای راه اندازی و اداره کسب و کار جدید است . اغلب افرادی که قصد راه اندازی کسب و کار تازه ای را دارند ، با مشکلات اساسی روبرو می شوند ، زیرا مهارت های مدیریتی ، ارتباطی ، قابلیت های بازاریابی و دیگر مهارت های مورد نیاز و قوانین و مقررات را برای آغاز چنین فعالیتی ندارند ، برای رفع این مشکل ، پیش از شروع هر نوع کسب و کاری ، افراد باید مهارت های لازم را شناخته و در این مورد آموزش های لازم را ببینند .

در کنار شناخت مفاهیم مهارت ها در کسب و کار ، ضرورت آشنایی با قوانین و مقررات کسب و کار پیش از پیش دارای اهمیت می باشد . آگاهی از قوانین کار و تامین اجتماعی ، قوانین مالیاتی ، قوانین شرکت ها ، قوانین حوزه تجارت ، قوانین صادرات و واردات و سایر قوانین مربوط به جزء اصول اساسی و لاینفک حوزه کسب و کار می باشد . کتاب مهارت ها و قوانین کسب و کار با همین هدف نوشته شده است .

این کتاب شامل هفت فصل است که هدف آن آشنا کردن خواننده با مهارت ها و قوانین کاربردی کسب و کار می باشد . در این کتاب سعی شده است مهارت ها و قوانین کاربردی کسب و کار به صورت مختصر و مفید در اختیار دانشجویان ، محققان و خوانندگان قرار بگیرد .

در بخش اول : مهارت هایی نظیر آشنایی با اصول ، تهیه طرح کسب و کار ، مهارت های عمومی کسب و کار مورد بحث قرار گرفته است .

بخش دوم : شامل برخی قوانین مورد نیاز کارآفرینان و مدیران نظیر قوانین و مقررات مالیاتی ، قانون کار و تامین اجتماعی ، قوانین و مقررات تجاری و بیمه ، قوانین بانکی ، گمرکی و بیمه حمل و نقل

بخش سوم : مبحث بهره وری به صورت اجمالی ارائه شده است .

در حوزه قوانین مربوط به کسب و کار سعی بر این بوده که مهمترین قوانین مورد نیاز به بیان ساده مطرح و از ورود به مباحث حقوقی خودداری شود .

در پایان از همه صاحب نظران ، اساتید و پژوهشگران درخواست می شود نظرها و انتقادات خود را به پست

الکترونیکی ، Chegeni.jafar@gmail.com و ارسال نمایند تا در چاپ های بعدی اصلاح گردد.

با تشکر

جعفر چگنی

الهام دیناروند

بنام خدا

مهارت ها و قوانین کسب و کار

بخش اول

مهارت های کسب و کار

فصل اول

اصول کسب و کار

تعریف کسب و کار : ((Business))

نویسندگان مختلف ، تعاریف متفاوتی از کسب و کار دارند . در واژه نامه اکسفورد کسب و کار به معنی خرید و فروش و تجارت آمده است . در واژه نامه لانگمن کسب و کار به فعالیت پول درآوردن و تجارتي که از آن پول حاصل شود گفته می شود .

به زبان ساده : کسب و کار عبارت است از حالي که از مشغولیت و به طور عام ، شامل فعالیت هایی است که تولید و خرید کالاها و خدمات با هدف فروش آنها را به منظور کسب سود در بر می گیرد .

(پیترسن و پلومن) بر این باورند که هر تبدیلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد ، کسب و کار نیست ، بلکه کسب و کار هر نوع تبادل تکراري و تجدید شونده ي خرید و فروش است .

پرفسور اون : کسب و کار را يك نوع کاسبي مي داند که طی آن کالاها یا خدمات برای فروش در بازار تولید و توزیع می شوند .

ویژگی های کسب و کار :

با توجه به تعریف کسب و کار ، ویژگی های کسب و کار عبارتند از :

۱-فروش یا انتقال کالا ها و خدمات برای کسب ارزش

۲- معامله کالاها و خدمات

۳-تکرار معاملات

۴-انگیزه سود (مهمترین و قدرتمندترین محرك اداره امور کسب و کار)

۵-فعالیت توام با ریسک ، کسب و کار ، همیشه بر آینده متمرکز است و عدم اطمینان ، ویژگی آینده است . از این رو ، همواره کسب و کار توام با ریسک است .

اهداف مهم کسب و کار

اهداف یک کسب و کار را با خطوط اصلی می توان در دو گروه طبقه بندی کرد : اهداف اقتصادی و اهداف اجتماعی

اهداف اقتصادی ، متکی بر به دست آوردن سود مطلوب از فعالیت ها است . اهداف اجتماعی درباره انتظارات گروه های ذینفع است که در فعالیت های کسب و کار تاثیر می گذارد .

اهداف اقتصادی ، اهدافی هستند که در درجه نخست بر روی رفتار و فعالیت های یک کسب و کار تاثیر گذار است ، مدیران معمولاً این نوع اهداف را به منظور نشان دادن راه برای کارکنان و کنترل نتایج فعالیت ها مورد استفاده قرار می دهند بعضی از آنها عبارتند از :

-**کارایی** : بهبود وضعیت برای بدست آوردن حداکثر فایده از فعالیت ها با گرفتن تدابیر کاهش هزینه ها و افزایش درآمد ها ،

-**درآمد فروش** : افزایش فروش در دوره ای معین از نظر مقداری و از نظر درامدی

- **سهم بازار** : ادامه دادن افزایش تعداد مشتریان در بازار موجود و بازارهای جدید

-**استفاده از ظرفیت** : استفاده حداکثری از منابع موجود فیزیکی ، مالی و انسانی

- **تنوع بخشیدن به محصول**: افزایش تنوع محصول برای بازارهای موجود و جدید

- **نقدینگی** : افزایش دادن سرمایه جاری شرکت در سطح کافی و داشتن امکانات نقدی که بتوانیم از عهده بار ثابت سرمایه مورد نیاز برای سرمایه گذاری جدید بر اییم .

- **سود خالص** : امکان دسترسی به سرمایه های جدید با افزایش دادن مقدار ارزش افزوده و یا درآمد فعالیت که به عنوان سود به دست می آید .

- **سرعت تبدیل** : افزایش سرعت تبدیل دارایی های خاص از قبیل سرمایه کسب و کار ، ذخیره (موجودی انبار) و مانند اینها

- **امکان انجام نوآوری** : بالندگی و اجرای ایده های جدید درباره فرایندهای محصول و تولید ، با افزایش تاثیر فعالیت های تحقیق و توسعه

اهداف اجتماعی

۱-تولید کالا و عرضه خدمات با کیفیت

۲-برخورد عادلانه با کارگران

۳-رعایت عدالت در برخورد با سرمایه گذاران

۴-برخورد منصفانه با عرضه کنندگان

شناخت انواع کسب و کار :

در این قسمت با انواع مختلف کسب و کار آشنا می شویم . تقسیم بندی های مختلفی از انواع کسب و کار وجود دارد که یکی از این تقسیم بندی ها بر اساس تعداد افراد شاعل در کسب و کار صورت گرفته است .

انواع کسب و کار

کسب و کارها انواع مختلفی دارد که رایج ترین دسته بندی به شرح زیر می باشد

۱-تقسیم بندی بر مبنای خط تولید

تولید انبوه : تولید انبوه به معنای ساخت کالاهای مشابه به تعداد زیاد است . مثلا کارخانه ای که یک مدل خاص از گوشی های هوشمند را تولید میکند یا کارخانه تولید مواد غذایی مانند بیسکویت با نام تجاری خاص به تولید انبوه یک کالا به تعداد زیاد می پردازند . در این روش ، از ماشین آلات صنعتی و کارکنانی با مهارت ها و تخصص های مختلف استفاده می شود . عموما هرنفر یا هر گروه از کارکنان بر ساخت یک قسمت از کالا متمرکزند و ان را تولید یا مونتاژ می کنند .

تولید سفارش انبوه : تولید سفارشی انبوه ، تولید کالا و محصولی بر طبق نظر و خواسته و سلیقه مشتریان است . این نوع تولید هزینه های بالاتری نسبت به تولید انبوه دارد . در این روش ، مشتری قادر است بر اساس گزینه هایی که تولید کننده در اختیار او میگذارد محصول نهایی را تغییر دهد و منطبق با نیازهای خود سازد . مثلاً شرکت لنوو به خریداران لپ تاب این اختیار را داده است تا برخی ویژگی های محصول مانند رنگ ، مشخصات فنی یا لوازم جانبی را در محدوده ای که شرکت اعلام میکند تغییر دهند و طبق سلیقه خود درآورند . برای مثال ، مشتری می تواند رنگ محصول را از بین چهار رنگ ارائه شده شرکت انتخاب و آن را شخصی سازی کند .

تولید سلیقه محور : این نوع تولید به معنای ساخت کالا و محصول مطابق نیاز ، خواست و سلیقه هر مشتری است . تولید سلیقه محور از این نظر با تولید سفارشی تفاوت دارد که در روش سفارشی ، مشتری از بین گزینه هایی که

شرکت در اختیار او قرارداده یکی را انتخاب میکند ولی در روش سلیقه محور ، تولید دقیقاً مطابق خواست مشتری صورت می گیرد . مثلاً شرکت لنوو صرفاً چهار رنگ در اختیار مشتریان میگذارد تا از بین آنها انتخاب کنند ، حال آنکه در تولید سلیقه محور هر رنگی که مشتری بخواهد تولید می شود .

۲-تقسیم بندی بر مبنای اندازه : (Size)

مرز مابین اندازه های کسب و کار ها بنا به مقیاس های مختلفی عنوان می شود . در این باب از طرف پژوهشگران مختلفی مقیاس های مختلفی مورد استفاده قرار می گیرند . مقیاس های مختلفی از قبیل سرمایه ای که دارا شده ایم ، تعداد کارکنان ، ظرفیت تولید ، مواد خام مورد استفاده ، مصالح ، انرژی ، کل فروش در طی یک دوره به کار برد می شود . این مقیاس ها ، به طور کلی ، به عنوان مقیاس های بیانگر کمیت و کیفیت ، در هر دو گروه می تواند قرار گیرد .

مقیاس های بیانگر کمیت به عنوان مقیاس اندازه از قبیل : تعداد کارکنان ، کل دستمزد و حقوق پرداخت شده در طی مدتی مشخص ، مقدار مواد خام مورد استفاده در طی مدتی مشخص ، مقدار انرژی مصرف شده در ظرف مدتی معین ، مقدار و یا مبلغ فروش در طی مدتی مشخص ، مقدار سرمایه ، تعداد و نیروی ماشین و دستگاه های مورد استفاده ، تعداد کارکنان در کسب و کارهای خدماتی ، تعداد کوره گردان در کارخانجات سیمان ، تعداد صندلی و اتاق در سینماها ، تعداد اطاق ها و تختخواب ها در هتل ها و مساحت زمین زارعی مورد استفاده در کسب و کارهای کشاورزی به کار برده می شود .

مقیاس های بیانگر کیفیت هم تحت عنوان : سبک مدیریت ، ساختار مدیریت و بالندگی آن ، فعالیت بالفعل کارافین در کسب و کار ، تقسیم کار و درجه تخصصی شدن ، محدودیت سرمایه ، عدم کفایت مالی و اجرای فنون مدیریتی نوین می تواند طبقه بندی گردد .

این چهار دسته بنا بر تعریف اداره امار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به شرح زیر است :

۱-کسب و کار گروه صفر و یا خیلی کوچک : کسب و کارهایی را که یک نفر با کارکردن به تنهایی در یک محل کار و یا به طور کلی افرادی که فعالیت شان را بوسیله یک پیشه ، یک هنر اجرا می کنند تشکیل می دهند کسب و کار ها گروه کسب و کار ها گروه صفر نامیده می شود . کسب و کارهایی را هم ۳-۵ نفر کار می کنند ، می توان خیلی کوچک تعریف کرد . در کشور ما بیشتر کسب و کارهای در این گروه قرار دارند . از پدر به ارث رسیده ، و یا بعد از سال های طولانی از مرحله شاگردی این گونه کسب و کارهای خرد (Micro) راه اندازی می شوند . این کسب و کارها همچنان که به سرمایه خیلی زیادی نیاز ندارند بار کاری در کل به اندازه ای است که یک نفر به تنهایی می تواند از عهده اش برآید . کفایش ، لباسشویی ها و بسیاری از بقالی های محل در این گروه به شمار می آید . در سال های اخیر ، بویژه با توسعه تکنولوژی کامپیوتر ، کسب و کارهای فردی که در خانه کار (دوری کاری) می کنند (مانند برنامه نویسی و برنامه ریزی کامپیوتری) رفته رفته رایج و متداول شدن آن شده است .

۲-کسب و کار كوچك و متوسط: Small and medium Enterprise ((SME))

تعاریف کسب و کارهای کوچک و متوسط از کشوری به کشور دیگر ، حتی در داخل یک کشور بر حسب شاخه های صنعت و مناطق و یا بر اساس اهداف نهادهای مربوطه تفاوت نشان می دهد . برای مثال ، در ایالات متحده امریکا در یک کسب و کار صنعتی اگر تعداد کارگران استخدام شده از ۲۵۰ نفر کمتر باشد ، این کسب و کار کوچک محسوب شده ، اگر تعداد کارکنان بیش از ۱۰۰۰ نفر باشد به عنوان کسب و کار بزرگ پذیرفته می شود . در اتحادیه اروپا هم کسب و کارهایی که ۲۰ شاغل داشته باشند کسب و کار های کوچک ، کسب و کارهایی که بین ۹۹-۲۱ نفر شاغل داشته باشند کسب و کار در مقیاس متوسط و کسب و کارهایی که بیش از ۱۰۰ نفر شاغل دارند به عنوان کسب و کارهای بزرگ ارزیابی می شوند . در کشورمان هم از طرف سازمان های مختلف و در زمان های مختلف تعریف متفاوتی ارائه شده است طبق سرشماری عمومی صنعت و معدن که در سال ۱۳۷۳ از طرف سازمان برنامه و بودجه در دو مرحله اجرا شد . در مرحله اول این سرشماری که با هدف جمع اوری اطلاعات از کلیه فعالیت های اقتصادی کشور در پائیز ۱۳۷۳ به اجرا درآمد و نتایج آن به تقسیم بندی کارگاه ها بر حساب نوع فعالیت عمده و تعداد شاغلان به صورت ذیل برآورد گردید .

کارگاه های ۱ تا ۵ نفر ، ۶ تا ۹ نفر ، ۱۰ تا ۱۹ نفر ، ۲۰ تا ۲۹ نفر ، ۳۰ تا ۴۹ نفر ، ۵۰ تا ۹۹ نفر ، ۱۰۰ تا ۴۹۹ نفر ، ۵۰۰ تا ۹۹۹ نفر ، ۱۰۰۰ نفر و بیشتر از آن

با استفاده از چهارچوب به دست آمده از مرحله اول سرشماری عمومی صنعت و معدن ، مرحله دوم سرشماری با هدف تهیه اطلاعات تفصیلی مربوط به بخش های صنعت و معدن جهت اجرا در سال ۱۳۷۴ طراحی شد و نتایج آن تقسیم بندی کارگاه ها و شرکت ها به صورت : ۱-کارگاه های کمتر از ۶ نفر ، ۲-کارگاه های ۶ تا ۹ نفر ، ۳-کارگاه های ۱۰ تا ۴۹ نفر ، کارگاه های ۵۰ نفری و بیش از آن

کسب و کارها با مقیاس کوچک و متوسط که دارای ساختاری سالم هستند ، برای هر اقتصادی یک عنصر غیر قابل صرف نظر به شمار می آیند . وظایف کسب و کار های در مقیاس کوچک و متوسط را در اقتصاد می توان تحت چهار عنوان اصلی جمع اوری کرد : آنها عبارتند از استفاده بهینه از منابع ، به وجود آوردن توازن های منطقه ای و کمک آن به توازن های درآمد ، افزایش دادن استاندارد زندگی و ناقل فرهنگ .

ویژگی های کسب و کارهای کوچک و متوسط

- نیاز به سرمایه اندک برای راه اندازی
- کوچک بودن ساختار آن که یکی از نتایج بارز این کوچک بودن انعطاف پذیری بالا در مقابل تغییرات محیطی است و به سرعت می توانند در مقابل استراتژی های رقبای بزرگ واکنش نشان دهند .
- کسب درآمد بیشتر در مقابل سرمایه گذاری انجام شده که به معنای بازگشت سرمایه مناسب است .
- راحت بودن راه اندازی این گونه کسب و کارها نسبت به کسب و کارهای بزرگتر و پیچیده تر .
- برآوردن بهتر و سریع تر نیازهای مشتریان ، کسب و کارهای کوچک به علت منعطف بودن و سرعت بالا در پاسخگویی ، بهتر می توانند به مشتریان خود خدمات دهند و آنها را راضی تر نگه دارند .
- قلمرو بازار محدودی دارند
- به توسعه متوازن بین مناطق کمک می کنند .
- به تشویق رقابت کمک می کنند .
- به نوآوری ها نزدیک ترند
- بوروکراسی و کارکنان ستادی خیلی کمتری وجود دارند .

فصل اول : اصول کسب و کار

از طرف دیگر مالکان کسب و کارهای کوچک ، در باطن خود به طور مداوم امید امکان موفقیت را دارند . گاهی هم به عدم موفقیت خود نیز می اندیشند . اما همیشه این تصور که ، با شانس و قابلیت هایشان از عهده انجام آن بر می آیند کفه سنگینی اش بیشتر است . به طور قطع متوجه هستند که موفقیت و یا عدم موفقیت وابسته به قابلیت های خودشان است . این اندیشه به آنها هم یک رضایت روانی می بخشد و هم به اسانی به سوی اتخاذ تصمیمات ریسک دار (مخاطره آمیز) سوق می دهد .

در کنار آن یک سری ضعف های کسب و کارهای با مقیاس کوچک و متوسط نیز مورد بحث می باشد :

- از نوسانات فروش تاثیر می پذیرند .
- از فضا و محیط رقابت منفی تحت تاثیر قرار میگیرند .
- در تصمیم گیری به کمک مدیر وابسته اند .
- از دست دادن استقلال و امکان غرق شدن وجود دارد .
- عدم کفایت های ساختاری درون سازمانی وجود دارد .
- در تامین ارقام لازم و ضروری از نظر مالی سختی می کشند .
- به بازاریابی تنها به عنوان فروش نگاه می کنند .
- در موضوعات مدیریت ، حسابداری و تولید کفایت کافی و خبرگی ندارند .
- بالا بودن قیمت تمام شده تولیدات
- عدم توانایی رقابت با کالاهای مشابه خارجی

۳- کسب و کارهای بزرگ : Large scale Enterprise

شاهرگ اقتصادی کشورها را کسب و کارهای بزرگ تشکیل می دهند . در نتیجه توسعه تکنولوژی ، ساختار ، تولید سرمایه و تعداد کارکنان کسب و کارها به سرعت در حال رشد هستند . ضرورت فعالیت در شاخه های مختلف اقتصادی یک بزرگی (اندازه) را ایجاب می کند . عموماً در قلمرو هایی نظیر سیمان ، پتروشیمی ، لاستیک ، نساجی ، خودرو سازی ، دارو سازی ، شرکت های تولید مواد غذایی و محصولات دیگر که نیروی انسانی بیش از ۱۰۰ نفر و گاهی هزاران نفر دارند شرکت های بزرگ نام می گیرند .

ویژگی و برتری کسب کارهای بزرگ

- کیفیت و کمیت کالا و خدمات تولید شده افزایش می یابد . در نتیجه توسعه های تکنولوژی ، سرمایه لازم برای خرید ماشین و ابزارهای جدید ، فقط می تواند از جانب کسب و کارهای بزرگ برآورده گردد . بیشتر اوقات با وارد شدن به تولید با تکنولوژی جدید ، قیمت تمام شده محصولات کاهش یافته و کالای ارزانتر و با کیفیت تر به مصرف کننده ارائه می شود . بدین گونه هم اهداف اجتماعی کسب و کارها تحقق می پذیرد و هم سبب افزایش عرضه میزان درآمد کسب و کار نیز افزایش می یابد .
- در کسب و کارهای بزرگ تقسیم کار و تخصصی شدن در مقیاسی وسیع اجرا می گردد . یک پنداشت مدیریتی عقلانی مورد قبول (پسند) واقع می گردد . تصمیمات بیشتر اوقات به خاطر این که با بیش از یک مدیر و به شکل دموکراتیک اتخاذ می گردد اثر بخش تر است . در مدیریت ، برنامه ریزی جای گسترده ای دارد . در رابطه با آینده تحقیقات و بررسی ها انجام می گیرد . با استفاده از داده های آماری ، از جانب

- برنامه ریزان رو به آینده تصمیمات به موقع اتخاذ می شود . علاوه بران امکان آموزش و پرورش افراد تامین می شود .
- به عنوان یک ویژگی با مزیت مهم می توان از وسیع بودن امکانات تهیه وام کسب و کارهای بزرگ بحث کرد .
- **کسب و کارها همراه با رشد خود ، مشکلات جدید عیدیه ای مواجه می گردند که می توان آنها را به شکل ذیل رده بندی کرد :**
- سازگار ساختن تولید فراینده با خواسته های مشتری که به طور مدام تغییر می یابد دشوار می گردد . تغییر برنامه های تولید دشوار بوده و زمان بر است .
- مدیران عامل و مدیرانی که در بالاترین رده ها قرار دارند ، نظرات کلی و بیطرفانه در ماهیتی که تمامی قسمت ها را در بر گیرد از دست می دهند و به بی خبری از بخشی اتفاقات که در سازمان رخ می دهد دچار می شوند.
- در کسب و کارهای بزرگ طبقه بندی وظایف و اختیارات کارکنان ، به وجود آوردن سلسله مراتب از نظر اختیار و مسئولیت در میان آنها ، فعالیت های سازماندهی خسته کننده ای را ایجاد می کند ، بوروکراسی را هم افزایش می دهد .
- اگر مقدار تولید بیش از حد ضرورت افزایش یابد خطر و فروخته نشدن بخشی از کالاهای کسب و کارها می تواند بروز کند .
- رشد بیش از حد کسب و کارها یک سری ایراد و معایب فرهنگی و اجتماعی نیز دارد . برای نمونه ، با بزرگ شدن کسب و کارها حس نزدیکی و همکاری بین کارکنان کاهش می یابد .

۳-تقسیم بندی بر مبنای نوع کالا / خدمات تولید شده :

کسب و کارها بنا به ضرورت موضوع فعالیتی آنها همچنان که می توانند کالای را تولید کرده و بازاریابی کنند می توانند خدمات مورد نیاز انسان ها را نیز ارائه دهند . تولید کننده محصولاتی از قبیل نان ، پوشاک ، اتومبیل ، کامپیوتر، مورد نیاز ما بوده و به طور فیزیکی قابل ادراک هستند در داخل کسب و کارهای تولید کننده کالا محسوب می شوند این گروه در داخل خود می توانند به صورت کالاهای معطوف به صنعت و یا کالاهای معطوف به مصرف کنندگان / خرده فروشان نیز تفکیک شود . کسب و کارها بر حسب انواع کالاهای تولید شده ، به صورت تولید کنندگان کالاهای مقاوم و تولید کنندگان کالاهای غیر مقاوم نیز می تواند تفکیک و مورد بررسی قرار بگیرد .

۱-کسب و کارهای تولید کننده کالا :

کالاهایی را که یک کسب و کار تولید و یا بازاریابی میکند ، می تواند در فرایند تولید یک کسب و کار دیگر مورد استفاده قرارگیرد . گاهی اوقات هم ، کالاهایی که تولید و بازاریابی می شوند به طور مستقیم نیازهای مصرف کنندگان را رفع خواهند کرد .

- **کسب و کار تولید کننده کالاهای صنعتی :** به کسب و کارهایی از قبیل پتروشیمی ، پالایشگاه ها ، ذوب آهن که برای رفع نیاز کسب و کارهای تولید کننده بعداز خود ، تولید انجام می دهند ، کسب و کارهای صنعتی گفته می شود . به طور کلی این کسب و کارها در فرایند تولید ، مواد خام و ملزومات را به صورت یک کالای جدید و متفاوت تبدیل میکنند . برای مثال ((چوکا)) برای این که کسب و کارهای بعداز خود را تامین نماید در مقدار و کیفیت های متفاوت کاغذ تولید می کند .

- **کسب و کارهای تولید کننده کالاهای مصرفی :** این نوع کسب و کارها عموماً برای کسب و کارهای بعد از خود تولید نکرده ، بلکه کسب و کارهای نهایی هستند که برای مصرف کنندگان تولید انجام می دهند . برای مثال ، کفش هایی که یک کارخانه کفش سازی تولید می کند ، پوشاکی را که تولید کنندگان پوشاک تولید می کنند نمونه ای از کالاهای این گروه می باشد .

۲-کسب و کارهای خدماتی: Service. Business

شامل فعالیت هایی است که برای انتقال کالاها و و خدمات از مکان تولید به محل مصرف ، ضروری اند . مفهوم خدمت به خاطر این که یک ماهیت ذهنی دارد ، تعریف قلمرو فعالیتی بنگاه هایی که خدمات تولید کرده و به فروش می رسانند را با دشواری هایی همراه کرده است . بخش خدمات قلمرو وسیعی را در بر می گیرد . بدان جهت کسب و کارهای خدماتی در حیطه های مختلف و به تعداد زیاد فعالیت می کنند . مهمانسراها ، خدمات تفریحی ، خدمات تعمیرات ، خدمات بهداشتی ویژه ، خدمات آموزش و پرورش ویژه ، خدمات مشاوره ای ، خدمات بیمه و مالی ، حمل و نقل ، مخابرات و غیره در قلمرو وسیعی فعالیت میکنند . همچنین هتل ها ، بنگاه های معاملاتی ، باشگاه های ورزشی ، سینماها ، فرهنگ سراها ، سالن های کنسرت ، رستوران ها ، خشکشویی ها ، ارایشگاه ها ، تعمیرکنندگان ، دکتر ، نهادهای آموزشی ، بانک ها ، صرافی ها ، شرکت های ماشین کرایه ای ، اژانس های سیاحتی ، پست و مخابرات ، نهاد و ارگان های دولتی ، اوقاف و شهرداری ها نیز داخل تشکل هایی هستند که خدمات تولید می کنند .

۳-کسب و کار تجاری : Trade . Business

در واقع تجارت ، شاخه ای از کسب و کار خدماتی است . به عبارتی کسب و کار تجاری به معنی واسطه گری است .

کسب و کارهای تجاری را بر اساس اندازه و میزان پوشش به ۲ دسته اصلی تقسیم می کنند :

۱.اندازه و ظرفیت :

* تجارت عمده فروشی

* تجارت خرده فروشی

۲-میزان پوشش بازار :

- تجارت منطقه ای یا محلی

- تجارت ملی

- تجارت جهانی

تقسیم بندی بر مبنای مکان و مالکیت :

۱-کسب و کار خانگی Home Business

به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی شود کسب و کار خانگی می گویند .

اهمیت کسب و کارهای خانگی

امروزه کسب و کارهای خانگی از بخش های حیاتی و ضروری فعالیت های اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب می شوند . کسب و کار خانگی از نظر ایجاد شغل ، نوآوری در عرضه محصول یا خدمات ، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور می شوند . همچنین برای جوانان ، کسب و کارهای خانگی نقطه شروع مناسبی

برای راه اندازی کسب و کار شخصی است ، زیرا راه اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار ساده و آسان است . به عنوان نمونه شما می توانید با یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن ، یک کسب و کار اینترنتی راه اندازی کنید و کارها و خدمات مختلفی را به مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کنید .

مزایای کسب و کار خانگی

- آزادی و استقلال عمل بیشتر
- ساعات کاری انعطاف پذیر
- ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی
- پایین بودن هزینه راه اندازی
- پایین بودن میزان ریسک
- امکان کارکردن پاره وقت
- راحت تر بودن تربیت بچه ها
- داشتن فرصت و زمان بیشتر
- تناسب با ویژگی های جسمی افراد معلول و کم توان
- احتمال موفقیت بیشتر
- تناسب با اقشار مختلف
- احساس راحتی بیشتر
- عدم نیاز به مجوز

کسب و کارهای خانوادگی Family Business

کسب و کارهای خانوادگی یک نوع کسب و کار است که صاحبان آن با هم خویشاوند و فامیل باشند ، به عبارت دیگر به کسب و کارهایی گفته می شود که افراد یک خانواده و خویشاوندان اقدام به تشکیل کسب و کاری می نمایند این نوع کسب و کارها را می توان در بسیاری از کشورها همچون ایتالیا مشاهده نمود . به عبارت دیگر ، کسب و کاری که حداقل ۵۰ درصد از مالکیت آن و بخش عمده تصمیم گیری های مدیریتی آن بر عهده اعضای یک یا چند خانواده به صورت مشترک باشد کسب و کار خانوادگی نام دارد . بقای هر کسب و کار خانوادگی بر دو عامل مدیریت صحیح و جانشین پروری استوار است که با یکدیگر همپوشانی دارند . جانشین پروری بزرگترین چالشی است که کسب و کارهای خانوادگی در بلندمدت با آن روبرو می شوند .

کسب و کار روستایی Rural Business

کسب و کارهایی که در روستا و در قالب فعالیت های داخل و خارج از مرزعه شکل می گیرند کسب و کار روستایی هستند . اغلب کسب و کارهای روستایی خرد و کوچک اند و فعالیت های آنها عمدتاً کشاورزی و کارگاهی است . دامداری ، مرغداری ، گاوداری ، پرورش قارچ ، نوغان داری ، پرورش ماهی ، زنبور عسل ، پرورش طیور ، احیای مراتع و جنگل ها ، باغات اشجار از هر قبیل و نخیلات نمونه هایی از کسب و کارهای روستایی هستند .

کسب و کار اینترنتی

این نوع کسب و کار نو پوده و با پیدایش رایانه ، اینترنت ، و توسعه جامعه خدماتی به عنوان یکی از پرسرعت ترین کسب و کارها از نظر شمار ، سود و حجم در عرضه تجارت جهانی مطرح هستند . به گونه کلی کسب و کار اینترنتی به فروش فرآورده ها یا خدمات در اینترنت گفته می شود .

یک کسب و کار اینترنتی ، تنها به خرید و فروش فرآورده ها از راه اینترنت محدود نمی شود بلکه ارائه خدمات به مشتریان و همکاری میان شرکای کسب و کار را نیز شامل می شود .

تفاوت کسب و کار اینترنتی با تجارت الکترونیکی

بسیاری از افراد ، کسب و کار اینترنتی (E-Business) را با تجارت الکترونیکی (E-Commerce) اشتباه می گیرند در حالی که این دو مبحث با یکدیگر متفاوتند . به عبارتی E-Business به مجموعه فعالیت های مربوط به کسب و کار از جمله مباحث بازاریابی ، مالی ، خرید و فروش ، ارتباط با مشتریان ، خدمات پس از فروش ، همکاری با سرمایه گذاران و که از طریق شبکه اینترنت انجام می گیرد ، اطلاق می شود در حالی که E-Commerce تنها شامل مسائل مربوط به خرید و فروش از اینترنت می باشد و خود زیر مجموعه ای از E-Business است .

انواع کسب و کارهای اینترنتی

امروزه ، کسب و کارهای اینترنتی بسیار متنوع است . می توان به ۱۰ گروه عمده تقسیم کرد :

- ایجاد اجتماعات آنلاین
- خرید و فروش و حراج کالاهای مختلف
- تبلیغات اینترنتی
- ارائه خدمات تخصصی به دیگران
- ایجاد امپراطوری اطلاعات ، اخبار و آموزش
- تهیه و ارائه نرم افزارهای مختلف
- چند رسانه ای یا مالتی مدیا
- پیوستن به شبکه های واسطه گری
- خدمات مربوط به ایمیل
- سرمایه گذاری مشترک

مزایای کسب و کارهای اینترنتی

انتخاب یک کسب و کار اینترنتی نسبت به دیگر کسب و کارها ، مزایای زیادی دارد ، مانند :

- زیبایی اینترنت در این است که مخاطبان آن در سرتاسر دنیا پراکنده اند و این امر می تواند به معنای وجود مشتریان بالقوه برای شما باشد .

- این نوع بازار ، هیچ موقع بسته نمی شود . مشتریان شما می توانند به صورت ۲۴ ساعته به اطلاعات کسب و کارتان دسترسی پیدا کنند . شما نیز می توانید هر چند بار و با هر فاصله ای که بخواهید ، اطلاعات مورد نظرتان را درباره فعالیت ها و فروشگاهتان در صفحات اینترنت جای دهید .
- مهمتر از این ، شما می توانید کاتالوگی از محصولات و خدماتتان را همراه تصویر و حتی فیلم در صفحات اینترنت قرار دهید . در این صورت ، مشتریان بالقوه شما می توانند آنها را مشاهده کنند و حتی در هر ساعت از شبانه روز ، سفارش خرید دهند .

طرح کسب و کار (Business Plan)

تعاریف مختلف از طرح تجاری :

- طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص می کند . این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی ، نیازها ، انتظارات و نتایج پیش بینی شده ای را شرح دهد و کلیه جوانب آن را ارزیابی کند .
 - شرح دقیقی است درباره برنامه های یک کسب و کار موجود ، و برنامه های توسعه آن یا یک کسب و کار نوپا به همراه پیش بینی های مالی
 - فرایند ساختار دهی و هدف گذاری یک کسب و کار
 - طرح کسب و کار یک نوشته رسمی است که اهداف کسب و کار را تعیین ، دلایل امکان تحقق اهداف را ذکر ، و برنامه هایی که برای رسیدن به اهداف دنبال می شوند را ارائه می کند . همچنین ممکن است شامل اطلاعاتی درباره پیشینه سازمان و تیم مجری طرح باشد .
 - طرح کسب و کار به تحلیل بازار و صنعتی می پردازد که کسب و کار شما در آن فعالیت خواهد کرد و ارزیابی جامعی از برنامه های بازاریابی ، مدیریت و مالی شما به دست می دهد .
- همانطور که دیده می شود تعاریف مختلفی که برای طرح کسب و کار ارائه شده اند محدوده هایی متفاوتی را برای یک طرح کسب و کار (تجاری) تعیین می کنند ؛ از یک طرح ساده و خلاصه تا یک طرح جامع و در بر گیرنده تمام جنبه های کسب و کار و از طرحی با هدف دریافت وام تا طرحی برای اجرا درون سازمان ، آن چه مشخص است این که طرح کسب و کار حتما مکتوب است ، شامل مجموعه ای از اجزای مرتبط به هم است که در مجموع تصویر نسبتا کامل از یک کسب و کار ارائه می دهند ، و اگرچه براینده تمرکز دارد و عمدتا به بیان برنامه ها می پردازد ، باید گذشته و وضع موجود کسب و کار را نیز به خوبی منعکس کند .

نوشتن طرح کسب و کار

اساسا طرح کسب و کار نوشته می شود تا بتواند در وهله اول راهنمای سازمان در فعالیت خود برای رسیدن به اهدافش باشد . علاوه بر این ، کاربرد مهم و اصلی طرح کسب و کار هنگامی است که سازمان نیاز دارد فرد یا سازمانی برای انجام کاری قانع نماید . اگرچه معمولا طرح کسب و کار برای تامین سرمایه استفاده می شود ولی در مواقع دیگر نظیر فروش کسب و کار و ادغام دو شرکت (Merger&Acquisition) و قرارداد مشارکت در پروژه ها (Joint Venture) نیز به کار می رود :

۱-**اخذ وام :** برای گرفتن وام چه به صورت انتشار اوراق مشارکت یا اوراق قرضه و چه به صورت دریافت پول از بانک لازم است که شرکت طرح کسب و کار خود را ارائه دهد . در صورت انتشار اوراق قرضه نیز بانک یا موسسه

فصل اول : اصول کسب و کار

منتشرکننده بر اساس طرح کسب و کار شرکت ، ارزیابی مالی اعتباری (Credit Rating Financial) به عمل می آورد و بر این مبنا نسبت به تعیین نرخ بهره و انتشار اوراق اقدام می کند .

۲-جذب سرمایه گذار : یکی از مهم ترین کاربردهای طرح کسب و کار ، به ویژه در مورد کارآفرینی که در مرحله راه اندازی کسب و کارشان قراردارند ، جذب سرمایه اولیه از طریق سرمایه گذاران مخاطره پذیر (Venture Capitalist) است . این سرمایه گذاران در ازای شریک شدن در یک کسب و کار بخشی یا تمام سرمایه اولیه راه اندازی یا در برخی موارد طرح های توسعه یک شرکت را تامین می نمایند .

۳-شرکت در مسابقات طرح کسب و کار : شرکت در مسابقات طرح کسب و کار (Business Plan Competition) یکی دیگر از انگیزه های نوشتن طرح است . چنین مسابقاتی که در سطح دانشگاهی و ملی در کشورهای مختلف دنیا برگزار می شوند هدف توسعه کارآفرینی را دنبال می کنند ، افراد جوان به ویژه دانشجویان طرح تبدیل ایده های خود را به کسب و کارهای انتفاعی و غیر انتفاعی می نویسند و با شرکت در مسابقات از جوایز و کمک هایی برای راه اندازی کسب و کار خود بهره مند می شوند .

۴-حضور در مراکز رشد و پارک های فن اوری :چند سالی است که مراکز رشد و پارک های فن اوری در کشور راه اندازی شده اند . این مراکز امکان برخورداری شرکت های مستقر از امکاناتی نظیر دفتر کار ، خدمات مشاوره ، امکانات اداری ، و برخی تسهیلات مالی را فراهم می آورند . متقاضیان حضور در مراکز و پارک ها باید پیش از هر چیز طرح کسب و کار خود را آماده نمایند و بتوانند توجیه پذیر و فن اورانه بودن کسب و کار خود را نشان دهند .

۵-ورود به بورس : شرکت هایی که قصد عرضه سهام خود را به عموم دارند ، لازم است جزئیات کاملی از وضع موجود شرکت ، برنامه های آینده و پیش بینی های خود را از آینده شرکت را به سازمان بورس و نیز خریداران اطلاع دهند . طرح کسب و کار این شرکت ها باید از بخش مالی منسجم و کاملاً دقیقی شامل تحلیل های مالی (Financial Analysis) به ویژه ارزش گذاری (Valuation) سهام باشند .

۶- مذاکره و دریافت امتیازات تجاری: به دلایل مختلفی ممکن است دو شرکت با یکدیگر وارد مذاکره شوند . ممکن است شرکتی قصد داشته باشد نمایندگی یک شرکت دیگر را اخذ نماید ، یا آن که به صورت مشترک با شرکتی وارد مناقصه شود ، یا تحت لیسانس شرکتی به تولید بپردازد . در همه این موارد لازم است که شرکت پیشنهاد دهنده پیش از شروع مذاکره یا حین آن طرح کسب و کار خود را ارائه دهد . طبیعتاً در چنین طرح هایی عمده تمرکز بر وضع موجود شرکت و قابلیت ها و پتانسیل های موجود آن است .

مخاطبان طرح کسب و کار

ممکن است طرح کسب و کار توسط افراد زیر خوانده شود :

۱.سرمایه گذاران

۲.بانکداران

۳.سرمایه گذاران مخاطره امیز

۴.تامین کنندگان

۵.مشتریان

۶.مشاوران

۷.کارفرمایان

۸. ارائه دهندگان مجوز

اجزای طرح کسب و کار

- خلاصه برنامه اجرایی
- پیشینه و زمینه فعالیت
- محصولات و خدمات
- بازارها و مشتریان
- سازمان و عملیات کسب و کار
- منابع انسانی
- چارچوب قانونی و عوامل اجتماعی و محیطی
- برنامه ریزی مالی

شروع کسب و کار

هر کسب و کاری نیازمند انواع مختلف امور مالی است . یک تجارت موفق از سرمایه کافی نشأت می گیرد . در اینجا چالش های زیادی وجود دارد . اما منابع زیادی نیز برای کمک شما در دسترس است .

حسابداری و امور مالی کلی : آشنایی با امور مالی یکی از کلیدی ترین رمزهای موفقیت یک کارآفرین است و این امر علاوه بر آشنایی تخصصی و فنی کارآفرین به هوش و ذکاوت شخص کارآفرین و آشنایی او با مسائل بازار نیز مرتبط می باشد . یک کارآفرین تنها با یک تفکر سیستمی می تواند به اهداف بلندمدت خود دست یابد . بنابراین کارآفرین علاوه بر اطلاعات مالی باید تمام اطلاعاتی را که در سایر اجزای تجارت وجود دارند از قبیل بازاریابی ، توزیع ، تولید و مدیریت را کنار هم گذاشته و تصمیم مناسب بگیرند .

منابع زیادی برای جمع اوری سرمایه وجود دارد . باید توجه داشته باشیم که قبل از تصمیم گیری ، تمامی منابع ممکن را جستجو کنیم :

- پس اندازهای شخصی
- دوستان و افراد خانواده
- بانک ها و موسسات اعتباری

مدل کسب و کار

مدل کسب و کار چارچوبی برای خلق پول و ثروت است . این چارچوب نشان می دهد که یک بنگاه چه مجموعه فعالیت هایی را چگونه و در چه زمانی می باید انجام دهد تا مشتریان از آنچه که از بنگاه انتظار دارند بهره مند شوند و بنگاه نیز به سود دست یابد . شیوه ای که شرکت ، بنگاه یا سازمان برای تولید سود و سر پا نگه داشتن خود انتخاب می کند . مدل کسب و کار بیان می کند که چگونه سازمان برای تولید محصول یا ارائه خدمت ایجاد ارزش افزوده می کند . به بیان دیگر این مدل ها که در واقع چارچوبی برای پول سازی هستند ، به سه پرسش کلیدی در مورد شرکت ها پاسخ می دهند . کدام فعالیت ها ، چگونه و چه وقت باید انجام شوند؟ پاسخ صحیح به این پرسش ها منجر به عملکرد مناسب شرکت ها و ارائه مزایای مطلوب به مشتریان شده و در نهایت سود را برای شرکت به ارمغان می آورد .

پرسش های فصل اول :

- ۱-کسب و کار را تعریف کرده و ویژگی های را نام ببرید ؟
- ۲-کسب و کارهای خرد ، کوچک ، متوسط و بزرگ را تعریف کنید . چه شاخص هایی برای تعیین اندازه کسب و کارها وجود دارد ؟
- ۳-اهداف اقتصادی کسب و کار را نام برده و انها را مختصرا توضیح دهید .
- ۴-تولید سلیقه محور چیست ؟ چرا این نوع تولید برای شرکت های کوچک مناسب است ؟
- ۵-تفاوت اصلی تولید سلیقه محور و سفارشی در چیست ؟
- ۶-ویژگی های کسب و کارهای کوچک و متوسط را نام ببرید .
- ۷-ویژگی های کسب و کارهای بزرگ را توضیح دهید .
- ۸-کسب و کارهای خدماتی را توضیح دهید .
- ۹-مزایای کسب و کار خانگی را نام ببرید .
- ۱۰-تفاوت کسب و کار اینترنتی با تجارت الکترونیکی را توضیح دهید .
- ۱۱-چند مثال از کسب و کارهای اینترنتی بزنید .
- ۱۲-طرح کسب و کار را توضیح دهید
- ۱۳-اجزای یک طرح کسب و کار را نام ببرید .

