

کسبوکارهای خانگی و اهمیت آن ها



کسب و کار خانگی یکی از جذاب ترین انواع کسب و کار است. در اینجا منظور ما از کسب و کار خانگی " فعالیتی اقتصادی است که در محل سکونت شخصی و با کمک امکانات منزل راه اندازی می شود." استفاده از فضا و منابع ارزان منزل ، هزینه ی راه اندازی آن را پایین آورده است . همچنین ریسک کمتر و ساعات کاری اختیاری ، این نوع کسب و کار را به یکی از جذاب ترین کارهای جهان تبدیل کرده است ، کسب و کار خانگی در خانه شکل می گیرد و انعطاف بیشتری به زندگی می دهد.

از آنجایی که این نوع کسب و کارها از امکانات منزل بهره می گیرند ، در صورت بروز رکود اقتصادی بیشتر دوام می آورند. گفته می شود شانس موفقیت این نوع کسب و کار بسیار بالاست. برای راه اندازی کسب و کار خانگی معمولا نیازی به مجوز نیست.

طرح حمایت از مشاغل خانگی مبتنی بر معافیت مالیاتی است. برای افرادی که در خانه به جامعه خدمات می دهند کد اقتصادی منظور خواهد شد . برخورداری و تجاری و عدم نیاز به تغییر کاربری از معافیت مالیاتی ، عوارض اداری مسکونی از مزایای این طرح برای صاحبان مشاغل خانگی است. تمام بانک ها و

مؤسسات اعتباری بانکی طبق این طرح موظف هستند همه ساله ۳۰ درصد از منابع قرض الحسنه را به مشاغل خانگی اختصاص دهند.

در این طرح پیش بینی شده بانک مرکزی با هماهنگی وزارت کار نحوه توزیع منابع قرض الحسنه برای مشاغل کسب و کار خانگی را با توجه به اولویت و اهمیت انواع مشاغل خانگی و سهم هر استان تعیین کند.

طبق این طرح منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت هایی است که با تصویب ستاد مذکور در این طرح، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحد های مسکونی همجوار شکل می گیرد و به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی منجر می شود.

1-تعریف کسب و کار

نویسندگان مختلف، تعاریف متفاوتی از کسب و کار دارند. در واژه نامه‌ی آکسفورد کسب و کار به معنی خرید و فروش و تجارت آمده است. در واژه نامه‌ی لانگ من کسب و کار به فعالیت پول در آوردن و تجارتي که از آن پول حاصل شود، گفته می‌شود.

به زبان ساده، کسب و کار عبارت است از حالتی از مشغولیت و به طور عام، شامل فعالیت‌هایی است که تولید و خرید کالاها و خدمات با هدف فروش آنها را به منظور کسب سود، در بر می‌گیرد.

- بر طبق نظر (ارویک و هانت) و کاری که در آن خدمات یا کارهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می‌شود. ، کسب و کار عبارت است از هر نوع کسب

- (پترسن و پلومن) بر این باورند که هر تبدلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد، کسب و کار نیست، بلکه کسب و کار، هر نوع تبادل تکراری و تجدید شونده ی خرید و فروش است .
- پروفیسور (اون) ، کسب و کار را یک نوع کاسبی می داند که طی آن کالاها یا خدمات برای فروش در بازار تولید و توزیع می شوند.

بنابراین با توجه به تعاریف یاد شده می توان دریافت که کسب و کار با خرید و فروش کالاها، تولید کالاها یا عرضه ی خدمات، به منظور به دست آوردن سود، سر و کار دارد.

2-ویژگیهای کسب و کار

با توجه به تعاریف کسب و کار، ویژگی‌های کسب و کار، عبارتند از:

۱. فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب ارزش
۲. معاملهی کالاها و خدمات
۳. تکرار معاملات
۴. انگیزهی سود (مهم‌ترین و قدرتمندترین محرک اداره‌ی امور کسب و کار)
۵. فعالیت توأم با ریسک. کسب و کار، همیشه بر آینده متمرکز است و عدم اطمینان، ویژگی آینده است. از این رو، همواره کسب و کار، توأم با ریسک است.

3-اهداف کسب و کار

باور عمومی این است که تنها هدف کسب و کار، به دست آوردن سود اقتصادی است، در حالی که این امر، واقعیت ندارد. آرویک معتقد است همان طور که انسان تنها با هدف خوردن زندگی نمی‌کند، تنها هدف کسب و کار هم، کسب سود نیست. بنابراین، کسب و کارها هم دارای اهداف اقتصادی اند و هم اهداف اجتماعی‌اند.

4-انواع کسب کار

4-1- کسب و کار خانگی

4-1-1- تعریف

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

4-1-2- اهمیت کسب و کار خانگی

امروزه کسب و کارهای خانگی از بخشهای حیاتی و ضروری فعالیتهای اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب میشوند. 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 میشوند. 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 میتوانید با یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن، یک کسب و کار اینترنتی راه بیندازید و کارها و خدمات مختلفی را به مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کنید.

4-1-3- سابقه کسب و کارهای خانگی

کسب و کارهای خانگی در ایران سابقه دیرینه دارند. بسیاری از صنایع دستی که امروزه هم وجود دارند، در منازل و محل سکونت افراد تولید میشده اند. بطور کلی کسب و کار خانگی پدیده جدیدی نیست، بلکه در نتیجه تغییرات و تحولاتی که در فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی امروز به وجود آمده به آن توجه بیشتری شده است و این نوع کسب و کارها روز به روز گسترش و توسعه می یابند.

4-1-4- دلایل انتخاب کسب و کار خانگی

- بالا بردن کیفیت زندگی: امروزه اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه، کیفیت زندگی آنان را بهبود میبخشد.

کارکردن در خانه باعث میشود که وقت بیشتری به خانواده و خانه اختصاص یابد و به دیگر مسائل و موضوعات خانواده، از قبیل تربیت و پرورش فرزندان توجه بیشتری شود. به طور کلی امروزه کار و زندگی بیش از پیش در همدیگر ادغام شده اند .

- توسعه فن آوری: امروزه با پیشرفتهای زیادی که در زمینه علوم رایانه و دیگر وسایل ارتباطی به وجود آمده، محیط خانه محل مناسب و کاراتری برای کسب و کار شده است.

4-1-5- مزایای کسب و کار خانگی

۱. آزادی و استقلال عمل بیشتر
۲. ساعات کاری انعطاف پذیر
۳. ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی
۴. پایین بودن هزینه راه اندازی
۵. پایین بودن میزان ریسک
۶. امکان کارکردن پاره وقت
۷. راحت تر بودن تربیت بچه ها
۸. داشتن فرصت و زمان بیشتر
۹. تناسب با ویژگیهای جسمی افراد معلول و کم توان
۱۰. احتمال موفقیت بیشتر
۱۱. تناسب با اقشار مختلف
۱۲. احساس راحتی بیشتر
۱۳. عدم نیاز به مجوز

4-1-6- نکات مهم برای راه اندازی کسب و کار خانگی

۱. درباره ایده کسب و کارتان تحقیق کنید .
۲. درباره محصول یا خدماتتان نیز اطلاعات کسب کنید .
۳. محل کار خود را تعیین کنید .
۴. مشارکت دیگر اعضای خانواده را جلب کنید .

۵. اسم مناسبی برای کسب و کارتان انتخاب کنید .
۶. اسباب و تجهیزات مناسبی برای کسب و کارتان تهیه کنید .
۷. پوشش مناسب و درخور برای کسب و کارتان فراهم کنید .
۸. یک صندوق پستی به کسب و کارتان اختصاص دهید .
۹. با دوستان و همسایگانتان رک و صادق باشید .
۱۰. حساب بانکی برای کسب و کارتان باز کنید .
۱۱. ارتباطات بیشتری با دیگران برقرار کنید .
۱۲. از داشتن کسب کار خانگی واهمه و خجالتی نداشته باشید، بلکه به آن افتخار کنید.

-2-4 کسب و کار اینترنتی

این نوع کسب و کار جدید بوده و با پیدایش کامپیوتر ، اینترنت، و توسعه جامعه خدماتی به عنوان یکی از سریع ترین کسب و کارها از نظر تعداد، سود و حجم در عرصه تجارت جهانی مطرح هستند.

کسب و کار اینترنتی به فروش محصولات یا خدمات در اینترنت گفته می شود . این نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و پیشرفت کرده است. خرید و فروش اینترنتی به کوچکترین کسب و کارها نیز این امکان و فرصت را می دهد که به مخاطبان خود در سطح جهانی با حداقل هزینه دسترسی پیدا کنند. امروزه بیش از ۹۰۰ میلیون نفر در سطح دنیا از اینترنت استفاده می کنند. ۶۹ درصد از این جمعیت، در طول ۹۰ روز، دست کم یک خرید از اینترنت داشته اند.

یک سایت اینترنتی، تنها برای فروش محصول یا خدمات به کار نمی رود، بلکه می تواند نقشها و کارکردهای مختلفی داشته باشد. اگر محصول خاص و منحصر به فردی دارید که در دیگر نقاط دنیا وجود ندارد، می توانید با معرفی آن محصول در سایت خود، دیگران را از وجود آن مطلع کنید و از این طریق به اهداف خود دست یابید.

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 ی فعالیتها 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 ی شما می توانند آنها را مشاهده کنند و حتی در هر ساعت از شبانه روز، سفارش خرید دهند.

1-2-4 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 حالیکه این دو مبحث با یکدیگر متفاوتند. به عبارتی E-Business به مجموعه فعالیتها ی 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 حالیکه E-Commerce تنها شامل مسائل مربوط به خرید و فروش از اینترنت می باشد و خود، زیرمجموعه ای از E-Business است.

2-2-4 انواع کسب و کارهای اینترنتی

امروزه، کسب و کارهای اینترنتی بسیار متنوعند. اما به طور کلی آنها را می توان آنها به ۱۰ گروه عمده تقسیم بندی کرد:

۱. ایجاد اجتماعات آنلاین
۲. خرید، فروش و حراج کالاهای مختلف
۳. تبلیغات اینترنتی
۴. ارائه خدمات تخصصی به دیگران
۵. ایجاد امپراطوری اطلاعات، اخبار و آموزش

۶. تهیه و ارائه نرم افزارهای مختلف
۷. چند رسانه ای یا مالتی مدیا
۸. پیوستن به شبکه های واسطه گری
۹. خدمات مربوط به ایمیل
۱۰. سرمایه گذاری مشترک

3-4-کسب و کار روستایی

اکنون توسعه‌ی روستایی بیش از گذشته با پدیده‌ی کارآفرینی سرو کار دارد .
مؤسسات و شخصیت‌های رواج دهنده‌ی توسعه‌ی روستایی، کارآفرینی را به منزله‌ی یک مداخله‌ی راه‌بردی می‌دانند که می‌تواند فرایند توسعه‌ی روستایی را تسریع بخشد اما به نظر می‌رسد که همگی آنها بر نیاز به گسترش بنگاه‌های اقتصادی روستایی نیز توافق دارند. آژانس‌های توسعه، کارآفرینی روستا را به عنوان یک نیروی اشتغال‌زای بزرگ، سیاست‌مداران آن را همچون یک راه‌برد کلیدی برای جلوگیری از ناآرامی در مناطق روستایی، و کشاورزان، آن را وسیله‌ای برای بهبود درآمد خویش می‌دانند. به این ترتیب، کارآفرینی از نقطه نظر تمام این گروه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی و ابزاری برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم تلقی می‌گردد .
در شرایط وجود یک سمت‌گیری کارآفرینانه در قبال توسعه‌ی روستایی، این موضوع پذیرفته می‌گردد که کارآفرینی، یک نیروی مرکزی برای نیل به رشد و توسعه اقتصادی است. بدون آن، دیگر عوامل توسعه به هدر رفته و تلف می‌شود؛ با این حال، پذیرش این نکته نمی‌تواند به تنهایی به توسعه‌ی روستایی و پیشبرد فعالیت‌های اقتصادی بیانجامد. کارآفرینی در نواحی روستایی در جستجوی ترکیب واحدی از منابع، هم در درون و هم در خارج از فعالیت‌های کشاورزی است. مثال‌های متنوعی از کاربردهای غیرکشاورزی منابع موجود همچون: گردشگری، آهنگری، درودگری، ریسندگی و مثال‌هایی از تنوع بخشی به فعالیت‌های نه چندان وابسته به کشاورزی در زمینه‌های منابع آب، اراضی جنگلی، ساختمان، مهارت‌های موجود و توانمندی‌های محلی وجود دارد که همگی با کارآفرینی روستایی متناسب است. ترکیب کارآفرینانه‌ی این منابع در رشته

فعالیت‌هایی همچون: تسهیلات گردشگری، ورزش و اوقات فراغت، آموزش فنی و حرفه‌ای، خرده فروشی و عمده فروشی، فعالیت‌های صنعتی (در سطح مهندسی و استاد کاری)، خدمات مشاوره‌ای، تولیدات با ارزش افزوده بالا همچون گوشت، شیر، فرآورده‌های چوبی و سایر فعالیت‌های خارج از مزرعه تجلی می‌یابد.

کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد جز اینکه باید آن را در فضای روستا تصور نمود. پترین (۱۹۹۴) کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره ذیل تعریف می‌نماید:

۱. نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به یک تقاضا بی‌پاسخ بازار بسیج می‌کند

۲. توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ

۳. فرآیند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک فرصت

آنچه در مجموع می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی بکار برد عبارتست از: «بکارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار.»

این نوع کسب و کارها با توجه به اندازه‌ی کوچک روستاها، در مقیاسی کوچک هستند و اغلب بین ۱۰-۲۰ نفر بوده و با توجه به غالب بودن فعالیت‌های کشاورزی و کارگاهی از کارایی خاصی برخوردارند. با توجه به تغییرات عصر کنونی و ورود به جامعه‌ی اطلاعاتی، کسب و کارهای روستایی نیز در نوع دچار تغییر و تحول شده‌اند و انواع کسب و کارهای خدماتی، تولیدی، صنعتی و فناوری اطلاعات در آن دیده می‌شود.

4-4- کسب و کارهای خانوادگی

کسب و کار خانوادگی یک نوع کسب و کار است که صاحبان آن با هم خویشاوند و فامیل باشند. به عبارت دیگر به کسب و کارهایی گفته می‌شود 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.

اغلب میان دو واژه «خانواده» و «کسب و کار» نوعی تضاد و دوگانگی وجود دارد، در حالی که این مفاهیم به عنوان دو زیر سیستم از یک ابر سیستم به نام اجتماع و جامعه هستند که در اثر ارتباطات و تأثیرات متقابلی که بر روی یکدیگر می گذارند تشکیل یک نظام کلی تر را به نام "کسب و کار خانوادگی" (فامیلی) می دهند. برخی دیگر نیز برای تعریف این مفهوم به مباحثی چون بینش و هدف یک شرکت و یا یک کسب و کار خاص اتکا نموده اند و به موضوع از این منظر نگریسته اند. نهایتاً اینکه تئوری مشهور مبتنی بر منابع (RBV) بدین منظور یک شرکت و یا کسب و کار خاص را بر اساس دسته بندی منابع موجود آن (دانش، مواد، سرمایه، نیروی انسانی و...) تعریف و تقسیم بندی می نماید.

به هر حال تعاریف و تقسیم بندی های زیادی برای کسب و کار خانوادگی ارائه شده است. برای تعریفی دقیق و روشن از این مفهوم می توان با دو دید و تقسیم بندی کلی و جزئی به موضوع نگاه کرد. از دید کلی می توان یک کسب و کار یا شرکت خانوادگی را بدین گونه تعریف نمود: شرکت ها، مؤسسات و کسب و کارهایی که بوسیله ارتباطات و تعاملات خانوادگی و افراد خانواده تحت تأثیر قرار می گیرند. از دید جزئی تر تعاریف زیر را می توان برای یک کسب و کار خانوادگی برشمرد: کسب و کاری که متعلق به افراد یک خانواده می باشد و توسط افراد فامیل و غیرفامیل اداره می شود.

همانطور که مشخص است یک کسب و کار خانوادگی گاهی می تواند فراتر از یک شرکت خانوادگی باشد. و گاهاً نیز فقط در قالب یک شرکت خانوادگی باشد. البته در تعریف این نوع کسب و کار سه عامل مهم مطرح می باشد: خانواده، مالکیت و مدیریت. آنچه که از یافته های تمام تحقیقات بر می آید این است که همگرایی عامل خانواده و تنها یکی از دو عامل مالکیت و مدیریت (خانواده و مالکیت یک کسب و کار، یا خانواده و مدیریت یک کسب و کار) می تواند به تعریف یک کسب و کار خانوادگی بسنده کند.

به دلیل اهمیت بسیار زیاد شرکت ها و کسب و کارهای خانوادگی در رشد و توسعه اقتصادی و همچنین اشتغال زایی و رفع بیکاری ، بسیاری از کشورهای جهان نسبت به این مسئله و کارآفرینی از طریق ایجاد اینگونه شرکت ها روی آورده و برنامه ریزی های بسیار دقیق و هدفداری را در این زمینه انجام می دهند.

مطابق انتشارات آکادمی بین المللی تحقیقات شرکت های خانوادگی (IFERA) در دسامبر ۲۰۰۳ ، سهم شرکت های خانوادگی از کل شرکت های موجود ، در اروپا حدود ۶۰ - ۹۳ درصد ، در ایالات متحده حدود ۹۵ درصد و در آمریکای مرکزی و جنوبی حدود ۶۵ درصد می باشد. همچنین نزدیک به ۳۵ درصد از ۵۰۰ شرکت بزرگ آمریکایی از نوع شرکت های خانوادگی می باشد. شرکت های بزرگی نیز در سطح دنیا مانند شرکت های ، Hermés , Danone , Michelin , Peugeot , Henkel , BMW , Dr. Oetker , Beretta Barilla , Johnson & Tetra Pak , Mars , Kelloggs , Johnson از نوع شرکت های خانوادگی می باشند. همچنین شرکت بزرگ Hoshi که در قرن ششم در ژاپن تأسیس گردید نیز شرکتی خانوادگی می باشد. درصد شرکت های خانوادگی از کل شرکت های موجود در برخی از کشورهای بدین شرح است: ایالات متحده ۹۵ ؛ ایتالیا ۹۳ ؛ فنلاند ۸۰ ؛ یونان ۸۰ ؛ قبرس ۸۰ ؛ سوئد ۷۹ ؛ اسپانیا ۷۵ ؛ هلند ۷۴ ؛ پرتغال ۷۰ ؛ بلژیک ۷۰ ؛ انگلستان ۷۰ ؛ آلمان ۶۰ ؛ فرانسه ۶۰ ؛ استرالیا ۷۵

با توجه به آمار و اطلاعات فوق مشاهده می شود که کسب و کارهای خانوادگی از مهمترین اولویت های کشورهای مختلف برای اشتغال زایی و کارآفرینی محسوب می شوند. سیاستمداران و دولتمردان در کشورهای مختلف قوانین و مقرراتی وضع نموده اند که ضمن فراهم آوردن تسهیلات و امکاناتی در جهت راه اندازی ، رشد و توسعه کسب و کارهای خانوادگی ، موانع و مشکلات پیش روی مؤسسان این گونه کسب و کارها را نیز حداقل نموده است. افزایش سرمایه گذاری و تشویق سرمایه گذاران برای انتقال سرمایه ها به سمت این گونه شرکت ها نیز از دیگر برنامه های اقتصادی دولت ها می باشد.

-1-4-4 رشد و بقای کسب و کارهای خانوادگی

برای اینکه یک کسب و کار خانوادگی رشد نماید و برای نسل های بعدی نیز بقا داشته باشد بایستی یک برنامه ریزی دقیق و اصولی برای کسب و کار از سوی مالکان و مدیران کسب و کار انجام گیرد. علاوه بر این به دلیل اهمیت روزافزون این نوع کسب و کار هم برای جوامع و برای اقتصاد ملت ها حمایت هایی نیز بایست از سوی دولت ها در این راستا انجام شود. ترکیب چندین عامل برای توضیح و تشریح موفقیت، رشد و بقای کسب و کارهای خانوادگی لازم است از آن جمله می توان به مواردی مانند فرهنگ خانواده ، شخصیت و خصوصیات هرکدام از اعضای خانواده ، عوامل محیطی و اجتماعی ، نوع کسب و کار ، خصوصیات کارآفرین (بنیانگذار) کسب و کار و بسیاری موارد دیگر اشاره نمود. در شکل زیر ترکیبی از عوامل فوق مشاهده می شود.

-5-4 کسب و کارهای کوچک

به منظور تحلیل آماری و با قاعده در خصوص کسب و کار کوچک ، باید گفت که این مقوله دارای قوانین اجرایی تجاری است. هر صنعتی بر اساس درآمد و میزان استخدام سالانه ، اندازه استاندارد را برای خود تعریف می کند. در بیشتر موارد این تعریف به واسطه نمایندگی های دولتی تعریف می شود تا تحت قوانین تغییرپذیر دولتی تحلیل هایی را صورت دهند. به علاوه ، این استانداردها برای برنامه هایی که در خصوص کمک بهبود به امور مالی است کارا می باشد. کسب و کار کوچک بصورت مستقل است و هر شرکتی با کمتر از ۵۰۰ پرسنل در این حیطه قرار می گیرد. این اندازه مرسومترین استاندارد تعریف شده است. در آمریکا حدود ۲۲/۵ میلیون کسب و کار مستقل از کشاورزی و زراعت وجود دارد که ۹۹ درصد آن کسب و کار کوچک (Small Business) به حساب می آیند.

-5-فعالیت های کسب و کار

-1-5 کسب و کار خدماتی

شامل فعالیت هایی است که برای انتقال کالاها و خدمات از مکان تولید به محل مصرف، ضروری اند. بنابراین، خرید و فروش کالاها و خدمات و تمام فعالیتهایی را که انجام معادله را تسهیل می کنند (انبارداری، درجه بندی، بسته بندی، تامین مالی و...) شامل می شوند. کسب و کار خدماتی، کسب و کار تجارتي را نیز شامل می شود و به انجام آن کمک می کند. وظیفه ی اساسی کسب و کار خدماتی، برداشتن موانع فردی، مکانی، زمانی، مبادلاتی، دانشی و غیره است و جریان آزاد کالاها و خدمات از تولید کننده به مصرف کننده را فراهم می سازد.

کسب و کارهای خانگی راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان محسوب می شوند که با حذف هزینه های مربوط به اجاره کارگاه و نیروی کار و می تواند موجب رشد و توسعه اشتغال در جوامع باشد.

به گزارش [مشرق](#)، امروزه کسب و کارهای خانگی به عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان محسوب می شوند. قابلیت انجام این نوع کسب و کار در «منزل» سبب ایجاد مزایای بسیاری برای شاغلین آن ها می شود، که از جمله می توان به ایجاد توازن بین مسئولیت خانوادگی زنان و اشتغال آنان، حذف هزینه های مربوط به خرید، رهن و اجاره کارگاه و ایاب و ذهاب، استفاده از نیروی کار سایر اعضای خانواده و ایجاد زمینه های کار خانوادگی، امکان انتقال تجارب از طریق آموزش غیررسمی به شیوه استاد شاگردی بین اعضا خانواده اشاره نمود.

آموزش جدیدترین روشهای کسبوکارهای پردرآمد خانگی:

<http://ravabetatefi.com/mhyj>

بر اساس قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، مشاغل و کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت های کسب و کاری است که توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی همجوار شکل گرفته و منجر به تولید خدمت و یا

محصولی قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می شود.

در سالهای اخیر دولت برای حمایت از مشاغل خانگی اعتبارات بسیار خوبی را در نظر گرفته است به همین دلیل نگارنده را بر آن داشت تا با بهره گیری از تجارب و مطالعات چندین سال خود در حمایت از مشاغل خرد این مقاله را برای استفاده کارجویان و کارشناسان بخصوص کارشناسان صندوق مهر امام رضا(ع) تهیه و ارائه نماید.

***گامهای مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کار خانگی**

گام اول: انتخاب نوع فعالیت

بی شک عوامل متعددی در انتخاب نوع فعالیت کار جویان و کارآفرینان موثر است برخی از کارجویان بر اساس علایق خود و برخی نیز ممکن است با توجه به رشته تحصیلی و یا عوامل دیگری نوع کسب و کار خود را انتخاب نمایند.

بطور خلاصه می توان عوامل ذیل را در انتخاب کسب و کار خانگی موثر دانست:

1-علاقه

2-مهارت و رشته تحصیلی

3-تجربه فردی

4-تجربه و سوابق خانوادگی

5-وجود امکانات اولیه

6- انگیزه کسب سود

حال سوال این است که کارجویان و داوطلبان فعالیت در بخش مشاغل چگونه نوع فعالیت خود را با توجه به عوامل فوق انتخاب نمایند؟

به نظر نگارنده بهتر است کارجویان ضمن بهره‌گیری از مشاوره افراد متخصص و خبرگان رشته‌های مورد نظر نسبت به اقدامات زیر اقدام نمایند.

1- با مراجعه به لیست مشاغل خانگی در و

سایت (<http://www.mashaghelkhanegi.ir>) ساماندهی مشاغل خانگی و تطبیق مهارت، تجربه و امکانات خود نسبت به انتخاب و نوع فعالیت اقدام نماید.

2- با مراجعه به سایت ساماندهی مشاغل

خانگی (<http://www.mashaghelkhanegi.ir/>) پشتیبان مشاغل خانگی را شناسایی نموده و ضمن فراگیری مهارت‌های مورد نیاز بصورت تحت پوشش یک پشتیبان فعالیت نماید.

3- برای انجام مشاوره و انتخاب کسب و کار مناسب به دستگاهای اجرائی

همانند سازمان تعاون کار و رفاه اجتماعی، سازمان فنی و حرفه‌ای، سازمان صنایع دستی، بهزیستی و صندوق مهر اما رضا (ع) مراجعه و ضمن بهره‌گیری از نظرات کارشناسی دستگاهای فوق‌الذکر شغل مورد نظر خود را انتخاب نمایند.

گام دوم: تهیه طرح کسب و کار (برنامه ریزی کسب و کار)

طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص می‌کند. این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی، نیازها، انتظارات و نتایج پیش‌بینی شده را شرح دهد و تمامی جوانب آن را ارزیابی کند.

طرح هم برای صاحب آن و هم برای حمایت‌کنندگان مالی آن، به دلایل زیر است:

1- مهم آن است که درباره هدف خود از کسب و کار و منابعی که برای آن نیاز دارد به دقت فکر کند. این موضوع در برآورد میزان سرمایه مورد نیاز، به وی کمک خواهد کرد.

2- بعید به نظر می‌رسد که تمامی کارجویان و کارآفرینان، برای راه اندازی آن سرمایه کافی داشته باشد. حمایت کنندگان مالی بانکها یا سرمایه گذاران ریسکی باید متقاعد شوند که سرمایه گذاری در کسب و کار جدید، منطقی و درست است.

3- فرض بر این است که اگر کسب و کار ایده خوبی نداشته باشد، هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، باید این موضوع را در مرحله برنامه ریزی و قبل از هدر رفتن مقدار زیادی از زمان و هزینه، شناسایی کنند.

اجزای طرح یک کسب و کار:

1- اهداف کلی

2- مشخصات مجری طرح و همکاران

3- تعریف و توصیف کسب و کار

4- تحلیل استراتژی بازار

5- تحلیل مالی

6- خلاصه

هدف طرح

وجود یک طرح کسب و کار رسمی، صرفنظر از اندازه کسب و کار آن، به همان اندازه که برای راه اندازی مهم است برای یک کسب و کار برقرار (محرز) نیز مهم است.

این طرح چهار عمل اصلی را بصورت زیر انجام می دهد:

1- به مدیر یا کارآفرین کمک می کند که جوانب و پیشرفت پروژه یا کسب و کارش را مشخص، متمرکز و بررسی کنند.

2- یک چهارچوب منطقی و حساب شده ایجاد می کند تا در آن یک حرفه بتواند توسعه یابد و تدابیر مربوط به آن حرفه را در چند سال آینده دنبال می کند.

3- بعنوان ماخذ و مبنایی برای مذاکره با اشخاص ثالث مانند سهامداران، دفاتر نمایندگی، بانکها، سرمایه گذاران بکار می رود.

4- معیاری را برای سنجش وضعیت واقعی کسب و کار در برابر آنچه که باید باشد ارائه می دهد.

همانطور که دو شغل مثل هم وجود ندارد و بنابراین طرحهای کسب و کار مانند هم نیز وجود ندارد. از آنجائیکه، برخی موضوعات در طرح به یک طیفی از کسب و کارها مرتبط هستند بنابراین این امر مهم است که مفاد و مندرجات طرح ها با امور فردی متناسب باشد. با این حال، بیشتر طرح ها از یک ساختار آزموده شده و نظر عمومی بر روی (در مورد) آماده سازی طرحی که بطور وسیعی قابل اجراست متابعت می کنند.

طرح کسب و کار باید نگرشی واقع بین از پیش بینی ها و مقاصد بلند مدت داشته باشد. این دید و نگرش چهارچوبی را به وجود می آورد که طرح باید در آن فعالیت کند و نهایتاً یا موفق می شود یا شکست می خورد. برای مدیران و یا

کارآفرینانی که به دنبال حمایت خارجی هستند، آماده کردن یک طرح جامع، موقعیت را در افزایش بودجه ها یا تجهیز پشتیبان ضمانت نخواهد کرد. عدم وجود یک طرح منطقی، یقیناً شکست را حتمی خواهد کرد. بنابراین لازم است کارجویان و داوطلبان کسب و کار خانگی نسبت به تهیه طرح کسب و کار اقدام تا ضمن اطمینان از سودآور بودن طرح انتخابی بتوانند نظر حامیان مالی و بانکها جلب نمایند.

گام سوم: تأمین مالی طرح:

شروع هر فعالیت اقتصادی در تمامی بخشهای اقتصادی فارغ از بزرگی و کوچکی فعالیت، مستلزم سرمایه گذاری است. هر سرمایه گذاری ابتدا نیازمند تأمین مالی از بدو سرمایه گذاری تا مرحله تثبیت است.

آموزش جدیدترین روشهای کسبوکارهای پردرآمد خانگی:

<http://ravabetatefi.com/mhyj>

یکی از بزرگترین چالشهای کارآفرینان و شروع کنندگان کسب و کارهای خرد (خوداشتغالی و خانگی) برای راه اندازی کسب و کارشان کمبود منابع مالی است. برای تأمین نیازهای سرمایه‌ای است.

فرآیند به دست آوردن وجوه مورد نیاز ممکن است ماهها به طول انجامد و کارآفرینان را از حرفه خود منصرف کند.

از سوی دیگر، بدون تأمین مالی کافی کسب و کارهای نوپا هرگز به موفقیت نخواهند رسید. کمبود سرمایه گذاری عاملی مؤثر در شکست بسیاری از کسب و کارهاست. با این حال به دلیل نرخ بالای مرگ و میر کسب و کارهای کوچک جدید، مؤسسات مالی تمایل چندانی به قرض دادن وجوه یا سرمایه گذاری در آنها ندارد. فقدان سرمایه کافی، کسب و کار نوپا را با رها ساختن بر بنیان مالی ضعیف، مستعد شکست خواهد کرد.

کارآفرینان و متقاضیان مشاغل خرد و خانگی برای تأمین سرمایه جهت راه اندازی کسب و کار معمولاً از دو منبع زیر استفاده می کنند:

1- وجوه درونی: در سالهای اولیه راه اندازی هر فعالیت نوپا، کارآفرینان، خوداشتغالان از طریق وجوه درونی (پس انداز، فروش داراییها، حسابهای دریافتی و ...) تأمین کنند.

2- وجوه بیرونی: شامل وام، فروش سهام و ...

اما به طور کلی برای تهیه سرمایه ابتدایی جهت راه اندازی یک کسب و کار به غیر از استفاده از منابع داخلی و یا وام منابع دیگری وجود دارند که عبارتند از:

1- سرمایه نزدیکان، دوستان و اقوام.

2- فرشتگان نجات کسب و کار.

3- تهیه کنندگان و مشتریان.

4- مؤسسات وام دهنده.

5- سرمایه گذاران مخاطره پذیر.

6- بانکهای تجاری.

7- مؤسسات مالی تخصصی.

8- عرضه سهام.

9- کمک های دولتی.

در سالیان اخیر با توجه به تصویب قانون حمایت و ساماندهی مشاغل خانگی

دولت سیاستهای حمایتی خوبی را برای ایجاد و حمایت از مشاغل خانگی را اتخاذ نموده است.

بطوریکه در سال ۱۳۹۰ شورایی عالی اشتغال رقمی قریب به بیست هزار میلیارد ریال از منابع قرض الحسنه بانکها را در اختیار وزارت تعاون کار و امور اجتماعی، کمیته امداد امام خمینی (ره)، صندوق مهر امام رضا (ع)، سازمان بهزیستی و بنیاد شهید قرار داده تا برای حمایت از مشاغل خانگی بصورت وام قرض الحسنه به متقاضیان مربوطه پرداخت گردد.

(برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت سازمانهای مذکور مراجعه نمائید).

گام چهارم: تطبیق منزل با شغل انتخابی

اگر پاسخ شما به سوالات زیر مثبت است احتمالاً خانه شما برای فعالیت انتخابی مناسب است.

-کسب و کار من مزاحم همسایه‌ها نمی‌شود؟

-من سر و صدا بیش از حد و زباله تولید نمی‌کنم؟

-من به اندازه کافی فضا در اختیار دارم به طوری که از سر و صدا و عواملی که موجب حواس پرتی میشوند در امان هستم؟

-من تحولات و سفارشات آخر و یا دیر وقت ندارم؟

-نیاز به استخدام افرادی خارج از افراد ساکن در خانه ندارم؟

-کسب و کارم به بیشتر از نیمی از مساحت خانه نیاز ندارد؟

-کسب و کارم بیشتر از اندازه مصرف خانگی به گاز، آب و برق نیاز نداشته و از جذابیت نمای منطقه نمی‌کاهد؟

گام پنجم: برپائی یک فضای کاری مجزا:

بهترین حالت این است که یک اتاق و با یک ساختمان جدا برای کسب و کارتان انتخاب کنید.

گاراژها و پارکینگها و انباریها می‌توانند فضای کار مناسبی باشند چنانچه مشتریان شما نیاز به یک ورودی جداگانه دارند بایستی با پارتیشن بندی تغییرات لازم را بعمل آورید.

گام ششم: ایجاد تعادل شغل و زندگی خانوادگی:

یک کسب‌وکار خانگی زندگی خانوادگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. خانواده شما باید با این قضیه که جایی که قبلاً فضای زندگی آنها بوده و اکنون به محل کسب‌وکار شما تبدیل شده کنار بیایند.

برای جلوگیری از مشکلات، فضای کار و ساعت کار را جدا کنید:

ساعت کاری خود را برنامه ریزی نمائید تا شما و دیگران بدانند که چه موقع مشغول کار هستید.

برای حفظ تمرکز خود، کار خود را از کارهای روزانه منزل جدا کنید.

یک فضای کار مجزا با ابزار و لوازم تحریر مخصوص به خود به شما کمک میکند تا سریعتر از حالت خانه به حالت کار در آید.

یک خط تلفن مجزا به شما کمک می‌کند تا مکالمات، زمان و هزینه های مکالمات خانگی و کاری را به صورت جدا کنترل کنید.

گام هفتم: مدیریت زمان:

وقتی شما زمان را مدیریت می‌کنید احساس می‌کنید که کارها در کنترل شماست.

مهارت‌های مدیریت زمان بازدهی شما را زیاد می‌کند و از اضافه کاری و بیهوده کاری جلوگیری می‌کند.

برخی از تکنیک‌های مدیریت زمان عبارتند از:

-هدف‌های کوتاه انتخاب کنید، بگویید برای هفته یا ماه بعد. هدف‌های بزرگ را به هدف‌های کوچکتر قابل دستیابی تقسیم کنید.

-کاری که شروع کردید به اتمام برسانید. وقتی که کاری را به پایان می‌رسانید یک احساس رضایت به شما دست می‌دهد یک انرژی مثبت روانی را بالا می‌برد.

-همه بعد از تعلیق یا تعطیلی برای تمرکز نیاز به زمان دارند به خصوص وقتی که در حال انجام کاری باشد که نیاز به تمرکز بالا دارد. هرچه تعلیق طولانی‌تر باشد به زمان بیشتری برای تمرکز دوباره احتیاج خواهد بود.

-در هر زمان یک کار انجام دهید. انجام چند کار با هم که به تمرکز زیاد احتیاج دارند موجب خستگی و کار ناشیانه می‌شود.

-تفاوت میان کارهایی که حتماً باید انجام دهید (اولویت آ) کارهایی که باید انجام دهید (اولویت ب) کارهایی که خوب است انجام شوند (اولویت ث) را درک کنید. سپس اولویتها را رعایت کنید و آنها را به صورت آ ۱ آ ۲ ب ۱ ب ۲ و غیره رتبه بندی کنید. بعضی از مردم اولین ساعت روز خود را فقط برای کارهای مهم می‌گذرانند.

-بعد از پایان هر روز کاری، برای روز بعد برنامه ریزی کنید.

گام هشتم : توجه به امنیت و سلامت شغلی:

منظور از امنیت و سلامت شغلی شناسایی و مدیریت خطرهای احتمالی محل کار و جلوگیری از بیماری، آسیب و مرگ و میر است.

یک کسب و کار خانگی دارای یک محل کار است به همین سبب شما موظف به بیمه کردن خود و همکاران هستید و قانون حمایت ساماندهی مشاغل خانگی مصوب سال ۱۳۸۹ مجلس شورای اسلامی و تخفیفات در نظر گرفته شده شما را در این امر یاری می نماید.

لذا به سلامتی خود و خانواده تان اهمیت دهید زیرا کسب و کار شما بدون شما قادر به ادامه نخواهد بود.

رعایت بهداشت کار، رعایت زمان استاندارد کار، ایمن سازی تجهیزات و ابزار آلات، رعایت تناسب بین ابزار کار انتخابی و فیزیک بدنی (ارگونومی) می تواند در کاهش فطرت و سلامتی یک شاغل خانگی مؤثر باشد.

برای جبران ضررهای احتمالی انجام بیمه های زیر پیشنهاد می گردد:

-بیمه آتش سوزی و حوادث محل زندگی (صنعتی)- بیمه آتش سوزی انبارها
(در صورت وجود)

-بیمه تأمین اجتماعی و بازنشستگی

-بیمه درمانی

-بهتر است در این زمینه از مشاوره یک متخصص بیمه استفاده نمایند.

گام نهم : ساختار کسب و کار خود را انتخاب کنید.

بر اساس قانون حمایت و ساماندهی مشاغل خانگی کشور و دستورالعمل های مربوطه چهار نوع مشاغل خانگی به شرح ذیل وجود دارد.

1. مشاغل خانگی مستقل

2. مشاغل خانگی تحت پوشش

3. مشاغل خانگی تعاونی و تهیه و توزیع مشاغل خانگی

4. خوشه

شما می‌توانید بر اساس علائق و امکانات خود یکی از ساختارهای فوق برای فعالیت را انتخاب کنید.

گام دهم : انتخاب و ثبت یک برند یا نام تجاری

در دنیای کسب و کار به طور معمول، برندها به عنوان ابزاری در جهت دستیابی به اهداف بازاریابی، نظیر توسعه سهم بازار یا افزایش تکرار خرید مصرف کنندگان قلمداد می‌شوند.

بنابراین به مدیریت برند بیش از هر چیز به عنوان یک فرایند نظام‌مند بازاریابی نگریسته می‌شود. به عنوان مثال برند می‌تواند با افزایش تمرکز و آگاهی مصرف کننده نسبت به یک محصول، موجب رشد سهم بازار شود و با ایجاد احساس تعلق و نزدیکی در مصرف کنندگان، زمینه ساز تکرار خرید آنها گردد. اگر چه برند می‌تواند تمامی این نقشها را ایفا کند اما استراتژی برند فراتر و گسترده تر از بحث بازاریابی است. گاهی اوقات خلق برند برتر، تعهد و استقامت زیادی را می‌طلبد و اغلب، تصمیم گیری های دشواری را ایجاب می‌کند. اگر استراتژی بازاریابی کاملاً منطبق با استراتژی کلی کسب و کار نباشد، احتمال شکست آن بسیار بالاست. ممکن است در پس یک برند، فعالیت های بازاریابی مناسبی انجام شده باشد اما تا زمانی که تلاشها و فعالیت های شرکت در جهت پشتیبانی و حمایت از آن یکپارچه نشده باشند، ناگزیر با شکست مواجه خواهند شد.

لذا دارندگان کسب و کار خانگی برای حفظ و گسترش بازار نیازمند یک برند می باشند که این امر را با ائتلاف و یا جذب شدن در شبکه و یا یک پشتیبان قومی به انجام رسانند.

گام یازدهم : ثبت رویدادهای مالی کسب و کار خانگی

بسیاری از دانشمندان معتقدند پاشنه آشیل کارآفرینان، حسابداری و مسائل مالی می باشد.

شما نیز برای شناسایی سود واقعی نیازمند ثبت هزینه ها و درآمدهای کسب و کار خود هستید.

برای تحقق این امر مخارج خانه و کسب و کار را جدا کنید و یک حساب بانکی جداگانه برای کسب و کار افتتاح نمایید.

شما می توانید بصورت دستی و یا توسط یک نرم افزار و با استفاده از یک حسابدار پاره وقت عملیات مالی خود را شامل موارد ذیل انجام دهید.

-درآمد، فروش، هزینه ها و خرید

-قیمت تمام شده

-ثبت و ضبط موجودی کالا

-صورت مغایرت بانکی

-صورتحساب سود و زیان

-تراز نامه

گام دوازدهم : بازاریابی، تبلیغات شبکه:

بازاریابی در همه کسب و کارها وجود دارد بازاریابی یعنی برنامه ریزی و اجرای عقیده، قیمت گذاری، ترویج و پخش کالاها و خدمات برای رضایت مشتریهای شما.

بازاریابی قبل از در دسترس بودن کالا و خدمات شروع می شود و معمولاً تا خدمات پس از فروش و بعد از آن ادامه دارد. یک استراتژی ساده بازاریابی می تواند به صورت زیر نوشته شود : بگردید و ببینید آنها به چه چیز نیاز یا آرزوی آن را دارند سپس آن را بوجود آورده و بهترین راه برای ترویج، ارائه و فروش آن را بیابید.

اگر بازاریابی شما مؤثر نیست یک رویکرد جدید بیابید. اگر عملی است رویکردهای گوناگونی را همزمان امتحان کنید تا ببینند کدام بهتر نتیجه می دهند.

تبلیغات منظر عمومی شما است تبلیغات ترویج عمومی کالاها یا خدمات می باشد.

تبلیغات گران است و بعضی وقت ها نتیجه نمی دهد بنابراین برای یک کسب و کار خانگی با سرمایه محدود باید با دقت تحقیق کرده و دید که چه تبلیغاتی واقعاً مؤثر است و سپس آن را خریداری کرد. برای مثال بسیاری از کسب و کارهای خانگی یک وب سایت را بهترین تبلیغات می یابند اما بعد از صرف یک هزینه بالا برای اینکه وب سایتشان در وب قابل یافت باشد.

چرا شبکه؟ شبکه یعنی ملاقات با مردمی که برای شما و شما برای آنها کمک هستید یا بطور ساده سهم شدن در منابع. وقتی که شروع می کنید برای شکار فرصتها با شبکه های کسب و کار محلی و گروه های صنعتی برای ملاقات مردم با همفکر زمان در نظر بگیرید.

این قاضی به شما کمک می کند که روندهای صنعتی درک کنید، کسب و کار خود را ترویج کنید، اعتماد به نفس به دست آورید و مهارتهای خود را گسترش و

رشد دهید.

شما ممکن است قصد ایجاد مشارکت استراتژیک با کسب و کارهای دیگر داشته باشید.

اگر شما شریک مناسب انتخاب کنید، هدفهای واضح و عملی مشخص کنید، یک شرکت استراتژیک به شما در مقابل رقیباتان یک امتیاز می دهد. برای مثال اگر شما در خرید سهم با یک کسب و کار دیگر شریک شوید می توانید قیمت بهتری بگیرید). اما اگر مایل به رابطه طولانی هستید از چانه زنی زیاد با متصدی ملزومات خودداری کنید). همچنین از تنظیم سند شراکت واضح با شریک خود اطمینان حاصل کنید.

آموزش جدیدترین روشهای کسبوکارهای پردرآمد خانگی:

<http://ravabetatefi.com/mhyj>