



دانشگاه سیام نور
په

آشنایی با قوانین کسب و کار

(رشته مدیریت بازرگانی)

دکتر زین العابدین رحمانی امید هادی

«امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.»^۱

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چند هزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پربار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

۱. پیام مقام معظم رهبری به مناسبت آغاز هفته کتاب ۷۲/۱۰/۴

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

سیزده

پیشگفتار

۱	فصل اول: نقش و جایگاه قوانین در کسب و کار
۱	هدف کلی
۱	هدف‌های یادگیری
۱	مقدمه
۲	۱-۱ تعریف کسب و کار
۳	۲-۱ انواع کسب و کار
۵	۱-۲-۱ ویژگی‌های کسب و کارهای کوچک
۲۰	۳-۱ آشنایی با طرح کسب و کار و لزوم تهیه آن
۲۱	۴-۱ دوازده گام برای شروع یک کسب و کار پرسود
۲۳	خلاصه فصل اول
۲۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول
۲۵	خودآزمایی تشریحی فصل اول
۲۷	فصل دوم: قانون تجارت و نحوه ثبت شرکت‌ها
۲۷	هدف کلی
۲۷	هدف‌های یادگیری
۲۸	مقدمه
۳۰	۱-۲ قانون تجارت در ایران
۳۰	۲-۲ تعریف تاجر
۳۱	۱-۲-۲ ملاک تشخیص تاجر
۳۱	۳-۲ انواع تاجر
۳۱	۱-۳-۲ اشخاص حقیقی یا طبیعی تاجر

۳۲	۲-۳-۲ اشخاص حقوقی تاجر
۳۲	۲-۲ حقوق تجارت
۳۳	۲-۴-۱ اشخاص حقوقی حقوق خصوصی
۳۴	۲-۴-۲ اشخاص حقوقی حقوق عمومی
۳۶	۲-۵ تعریف معاملات تجاری
۳۷	۲-۶ الزامات حرفه‌ای تاجر
۳۷	۲-۶-۱ دفاتر تجاری
۴۰	۲-۷ اسناد تجاری
۴۰	۲-۷-۱ ویژگی‌های اسناد تجاری
۴۲	۲-۷-۲ اسناد تجاری به معنای عام
۴۳	۲-۷-۳ اسناد تجاری به معنای خاص
۴۸	۲-۸ اوراق بهادار
۴۸	۲-۹ تعریف شرکت
۴۹	۲-۹-۱ شرکت مدنی
۴۹	۲-۹-۲ شرکت تجاری
۵۷	۲-۹-۳ شیوه نقل و انتقال سهام در شرکت‌های تجاری
۵۸	۲-۱۰ مؤسسات غیر تجاری
۵۸	۲-۱۱ نحوه ثبت شرکت تجاری
۶۱	۲-۱۱-۱ نحوه ثبت علائم تجاری و طرح صنعتی
۶۱	۲-۱۱-۲ مزایای ثبت علائم تجاری
۶۲	۲-۱۱-۳ دلایل حمایت از علائم تجاری و حقوق ناشی از آن
۶۳	۲-۱۲ اسم و علامت تجاری
۶۴	۲-۱۲-۱ وجوه تمایز علامت، اسم و نام شرکت تجاری
۶۵	۲-۱۳ نحوه ثبت طرح صنعتی
۶۶	۲-۱۴ ورشکستگی تاجر
۶۷	۲-۱۴-۱ ورشکستگی عادی
۶۸	۲-۱۴-۲ ورشکستگی ناشی از تقصیر تاجر
۶۹	۲-۱۴-۳ ورشکستگی بر اثر تقلب
۷۰	۲-۱۴-۴ دلایل ورشکستگی
۷۰	۲-۱۴-۵ مراحل اعلام ورشکستگی
۷۱	۲-۱۴-۶ معایب و مزایای اعلام ورشکستگی
۷۴	۲-۱۵ تعیین مدیر تصفیه
۷۷	۲-۱۶ اعاده اعتبار
۷۸	۲-۱۶-۱ اقسام اعاده اعتبار
۷۸	۲-۱۶-۲ شرایط اعاده اعتبار
۷۹	۲-۱۶-۳ دادخواست اعاده اعتبار

۷۹	۲-۱۶-۴ نقش دادگاه در اعاده اعتبار
۸۱	۲-۱۷ وثیقه تجاری
۸۲	۲-۱۷-۱ راه حل های عملی مشکل وثیقه گذاری اسناد تجاری
۸۳	خلاصه فصل دوم
۸۵	خودآزمایی چهارگزینه ای فصل دوم
۸۸	خودآزمایی تشریحی فصل دوم
۸۹	فصل سوم: قانون نظام صنفی
۸۹	هدف کلی
۸۹	هدف های یادگیری
۸۹	مقدمه
۹۰	۳-۱ قانون نظام صنفی
۹۱	۳-۲ انواع صنف
۹۲	۳-۳ قانون نظام صنفی کشور
۹۴	۳-۳-۱ نظام صنفی
۹۴	۳-۳-۲ فرد صنفی
۹۵	۳-۳-۳ واحد صنفی
۹۵	۳-۳-۴ صنف
۹۶	۳-۳-۵ پروانه کسب
۹۶	۳-۳-۶ پروانه تخصصی و فنی
۹۷	۳-۳-۷ اتحادیه
۹۸	۳-۳-۸ اتاق اصناف شهرستان
۱۰۰	۳-۳-۹ اتاق اصناف ایران
۱۰۱	۳-۳-۱۰ کمیسیون نظارت
۱۰۳	۳-۳-۱۱ هیئت عالی نظارت
۱۰۴	۳-۴ قوانین مرتبط با قانون نظام صنفی ایران
۱۰۵	۳-۵ دوره های آموزشی کسب و کار
۱۰۶	۳-۵-۱ مقررات مربوط به آموزش
۱۰۷	۳-۶ قانون تعزیرات حکومتی
۱۰۸	۳-۶-۱ نحوه اجرای قوانین تعزیرات حکومتی
۱۰۸	۳-۶-۲ ساختار تعزیرات حکومتی
۱۰۹	۳-۶-۳ تعیین صلاحیت هیئت بدوی
۱۱۰	۳-۶-۴ احضار متخلف
۱۱۰	۳-۶-۵ صلاحیت های امور بهداشتی
۱۱۱	۳-۶-۶ صلاحیت های امور پزشکی
۱۱۲	۳-۶-۷ مأموریت های سازمان تعزیرات در امور بهداشتی

۱۱۴	۳-۶-۸ مبارزه با قاچاق کالا و ارز
۱۱۶	۳-۶-۹ تخلفات و جرمه‌ها
۱۲۵	خلاصه فصل سوم
۱۲۶	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۱۲۷	خودآزمایی تشریحی فصل سوم
۱۲۹	فصل چهارم: آشنایی با تأمین اجتماعی و قوانین آن
۱۲۹	هدف کلی
۱۲۹	هدف‌های یادگیری
۱۲۹	مقدمه
۱۳۱	۴-۱-تاریخچه بیمه تأمین اجتماعی
۱۳۱	۴-۱-۱-تأمین اجتماعی در دوره کلاسیک
۱۳۲	۴-۱-۲-تأمین اجتماعی بعد از جنگ جهانی دوم
۱۳۹	۴-۱-۳-قانون اروپایی تأمین اجتماعی
۱۴۰	۴-۱-۴-تأمین اجتماعی در دوره نوین
۱۴۱	۴-۱-۵-سابقه تأمین اجتماعی قبل از انقلاب اسلامی ایران
۱۴۳	۴-۲-ویژگی‌های اولین مقررات راجع به بیمه‌های اجتماعی در ایران
۱۴۵	۴-۲-۱-ویژگی‌های صندوق احتیاط کارخانجات
۱۴۶	۴-۳-وظایف عمده سازمان تأمین اجتماعی
۱۴۷	۴-۴-تعاریف کلی
۱۴۹	۴-۵-اساسنامه سازمان تأمین اجتماعی
۱۴۹	۴-۶-ارکان سازمان تأمین اجتماعی
۱۴۹	۴-۶-۱-هیئت امنا
۱۵۰	۴-۶-۲-هیئت‌مدیره
۱۵۱	۴-۶-۳-مدیرعامل
۱۵۲	۴-۶-۴-هیئت نظارت
۱۵۲	۴-۷-ستاد مرکزی سازمان
۱۵۲	۴-۷-۱-معاونت اقتصادی و سرمایه‌گذاری
۱۵۳	۴-۷-۲-معاونت حقوقی، مجلس و امور بین‌الملل
۱۵۴	۴-۷-۳-معاونت بیمه‌ای
۱۵۴	۴-۷-۴-معاونت برنامه‌ریزی، مالی و پشتیبانی
۱۵۵	۴-۷-۵-معاونت توسعه مدیریت و منابع انسانی
۱۵۵	۴-۷-۶-معاونت فرهنگی، اجتماعی و امور استان‌ها
۱۵۶	۴-۷-۷-معاونت درمان
۱۶۰	۴-۸-واحد‌های اجرایی بیمه‌ای
۱۶۰	۴-۸-۱-واحد نام‌نویسی و حساب‌های انفرادی

۱۶۱	۴-۸-۲ واحد امور بیمه شدگان
۱۶۱	۴-۸-۳ واحد درآمد
۱۶۱	۴-۸-۴ واحد اجرائیات
۱۶۲	۴-۸-۵ واحد مستمری‌ها
۱۶۲	۴-۸-۶ واحد حسابداری
۱۶۲	۴-۸-۷ واحد بازرسی
۱۶۲	۴-۸-۸ واحد امور اداری و خدمات رفاهی
۱۶۳	۴-۸-۹ واحد فرابری داده‌ها
۱۶۵	۴-۹-۹ مشمولین قانون تأمین اجتماعی
۱۶۶	۴-۹-۱۰ بیمه اجباری
۱۶۸	۴-۹-۲ صاحبان حرف و مشاغل آزاد
۱۷۰	۴-۹-۳ بیمه اختیاری
۱۷۱	۴-۹-۴ بیمه قالیبافان شناسه‌دار
۱۷۲	۴-۹-۵ بیمه کارگران ساختمانی
۱۷۴	۴-۹-۶ بیمه زنان سرپرست خانوار
۱۷۵	۴-۹-۷ بیمه زنان خانه‌دار و دختران مجرد
۱۷۵	۴-۱۰ قراردادهای مشمول ماده ۳۸ قانون تأمین اجتماعی
۱۷۶	۴-۱۰-۱ قراردادهای مشمول ضوابط طرح‌های عمرانی
۱۷۷	۴-۱۰-۲ قراردادهای غیرعمرانی
۱۸۰	۴-۱۰-۳ موارد خاص قراردادهای غیرعمرانی
۱۸۷	۴-۱۱ مشمولین حمایت‌های درمانی
۱۸۷	۴-۱۱-۱ افراد خانواده بیمه‌شده / مستمری بگیر و شرایط عمومی آنها
۱۸۸	۴-۱۱-۲ فرزندان بیمه‌شده زن
۱۸۸	۴-۱۱-۳ خانواده بیمه‌شده سرباز
۱۸۹	۴-۱۲ تعهدات و حمایت‌های سازمان
۱۸۹	۴-۱۲-۱ تعهدات کوتاه‌مدت
۱۹۲	۴-۱۲-۲ تعهدات بلندمدت
۱۹۹	خلاصه فصل چهارم
۲۰۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۲۰۱	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم
۲۰۳	فصل پنجم: آشنایی با قوانین و قراردادهای کار
۲۰۳	هدف کلی
۲۰۳	هدف‌های یادگیری
۲۰۳	مقدمه
۲۰۴	۵-۱ عقد قرارداد

۲۰۴	۲-۵ شرایط اساسی صحت قرارداد
۲۰۶	۳-۵ انواع قراردادکار از حیث نوع و مدت کار
۲۰۶	۱-۳-۵ انواع قراردادکار استخدام در دستگاه‌ها و ادارات دولتی
۲۰۷	۲-۳-۵ انواع قراردادکار استخدام در شرکت‌های خصوصی
۲۰۹	۴-۵ انواع قرارداد از حیث موضوع
۲۰۹	۱-۴-۵ قرارداد راه‌اندازی کسب و کار
۲۱۰	۲-۴-۵ قرارداد پیشبرد کسب و کار
۲۱۰	۳-۴-۵ استخدام و منابع انسانی
۲۱۰	۴-۴-۵ قرارداد مدیریت مالی کسب و کار
۲۱۱	۵-۴-۵ قرارداد محافظت از کسب و کار
۲۱۱	۶-۴-۵ قرارداد سرمایه‌گذاری
۲۱۱	۵-۵ اوصاف قراردادکار
۲۱۴	۶-۵ پنجاه نکته مهم در تنظیم و نگارش قراردادها
۲۱۹	۷-۵ تعلیق قرارداد کار
۲۱۹	۱-۷-۵ عواملی که باعث تعلیق قراردادکار می‌شوند
۲۲۰	۲-۷-۵ بازگشت به کار پس از پایان خدمت نظام وظیفه
۲۲۰	۳-۷-۵ تعلیق قراردادکار به دلایل قوه قهریه (فورس ماژور)
۲۲۳	۸-۵ خاتمه قراردادکار
۲۲۳	۱-۸-۵ استعفای کارگر
۲۲۴	۲-۸-۵ انقضای مدت در قراردادهای کار با مدت موقت و عدم تمدید آن
۲۲۴	۳-۸-۵ بازنشستگی
۲۲۵	۴-۸-۵ اخراج کارگر
۲۲۶	۵-۸-۵ فسخ قراردادکار
۲۲۷	۹-۵ دادرسی کار و مراجع حل اختلاف کار
۲۲۸	۱-۹-۵ هیئت تشخیص کار
۲۲۸	۲-۹-۵ هیئت حل اختلاف کار
۲۲۹	۱۰-۵ دستمزد، حقوق و مزایای کارگران
۲۳۱	۱۱-۵ ساعات کار کارگران
۲۳۲	۱۲-۵ تعطیلات و مرخصی‌ها
۲۳۳	۱۳-۵ شرایط کار زنان
۲۳۳	۱۴-۵ شرایط کار نوجوانان
۲۳۴	۱۵-۵ مسئولیت مدنی
۲۳۴	۱۶-۵ آثار حقوقی یا حقیقی بودن طرف قرارداد
۲۳۶	خلاصه فصل پنجم
۲۳۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۲۳۸	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم

۲۵۳	فصل ششم: حقوق مالکیت معنوی
۲۵۳	هدف کلی
۲۵۳	هدف‌های یادگیری
۲۵۳	مقدمه
۲۵۴	۱-۶ حقوق مالکیت معنوی
۲۵۵	۲-۶ شاخه‌های حقوق مالکیت معنوی
۲۵۵	۱-۲-۶ انواع آثار مورد حمایت در نظام حق مالکیت صنعتی
۲۶۳	۳-۶ حقوق مالکیت ادبی و هنری
۲۶۳	۱-۳-۶ حقوق مادی
۲۶۴	۲-۳-۶ حقوق اخلاقی (معنوی)
۲۶۵	۳-۳-۶ آثار مورد حمایت
۲۶۶	۴-۳-۶ شرایط برخورداری آثار از حمایت قانون حقوق مؤلف
۲۶۶	۵-۳-۶ قلمرو حق مالکیت مؤلف
۲۶۷	۴-۶ تفاوت حق مخترع و حق مؤلف
۲۶۷	۵-۶ حقوق بین‌المللی و مالکیت‌های معنوی
۲۶۸	۱-۵-۶ پیمان‌های بین‌المللی حقوق مالکیت صنعتی
۲۶۸	۲-۵-۶ پیمان‌های بین‌المللی حقوق مالکیت ادبی و هنری
۲۶۹	۶-۶ سازمان جهانی حقوق مالکیت معنوی
۲۶۹	۷-۶ جنبه‌های اقتصادی حقوق مالکیت معنوی
۲۷۵	خلاصه فصل ششم
۲۷۵	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم
۲۷۶	خودآزمایی تشریحی فصل ششم
۲۷۷	پاسخنامه
۲۷۹	منابع

پیشگفتار

«... يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَ اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ»
خداوند کسانی را که ایمان آورده‌اند و کسانی را که علم به آنان داده شده درجات عظیمی می‌بخشد و خداوند به آنچه انجام می‌دهید آگاه است. «سوره مبارکه مجادله، آیه ۱۱»

از آنجایی که فراگیران و دانشجویان، در جهت ورود به بازار کار آماده می‌شوند و شرایط بازار کار ایران و واقعیات مرتبط باید مدنظر قرار گیرد و دانشگاه نسل سوم باید رویکرد کارآفرینانه را در برنامه و محتوای آموزشی مدنظر قرار دهد؛ در این راستا، در این کتاب مفاهیم کسب و کار و قوانین مرتبط با رویکرد نو، کاربردی و اسلامی تبیین گردیده، و تلاش شده است تا به نیازمندی‌های امروز خوانندگان در این درس پاسخ داده شود. با توجه به نیاز جامعه صنفی و کارگری و کسب‌وپیشه و فقدان منبعی کامل در خصوص مقررات این حوزه موجب شد، با بررسی قوانین جاری کشور و استفاده از سایر منابع در راستای جمع‌آوری و ارائه مجموعه‌ای از قوانین کسب و کار و سایر مقررات مرتبط همت گماریم.

کتاب حاضر برای دانشجویان پیام‌نور رشته مدیریت بازرگانی در مقطع کارشناسی به عنوان منبع اصلی درس آشنایی با قوانین کسب و کار به ارزش ۳ واحد و در ۶ فصل؛ فصل اول نقش و جایگاه قوانین در کسب و کار، فصل دوم قانون تجارت و نحوه ثبت شرکت‌ها، فصل سوم قانون نظام صنفی و تخلفات کسب و کار، فصل چهارم آشنایی با سازمان تأمین اجتماعی و قوانین آن و فصل پنجم آشنایی با قوانین و

قراردادهای کار، فصل ششم حقوق مالکیت معنوی (فکری) تدوین شده است. اما از آنجا که علاوه بر آشنایی با قوانین کسب و کار، درس‌های دیگری به موضوع‌های بالا اختصاص دارند، ما در تدوین مطالب کتاب حاضر از تکرار موضوع درس‌های دیگر خودداری کرده‌ایم و به‌طور عمده مسائل مربوط به یادگیری و آشنایی با قوانین و راه‌های ایجاد و گسترش کسب و کار را مورد بحث قرار داده‌ایم.

در ضمن از جناب آقایان دکتر علی اکبر آقاجانی افروزی ویراستار علمی و محمدهادی جعفرپور عضو هیئت مدیره کانون وکلای دادگستری فارس و سرکار خانم‌ها بیتا محمودصالحی و مینا جدیدی کارشناس بیمه که با نظرات سازنده‌شان ما را یاری دادند و آقای یونس جدیدی که در تنظیم مطالب همکاری مؤثری داشته‌اند تشکروقدردانی می‌نماییم و همچنین از مدیریت تدوین جناب آقای دکتر مهران فرج‌الهی و همکاران ایشان به‌ویژه سرکار خانم فرحناز طلوعیان که اصلاحات مکرر ما را پذیرا بوده‌اند سپاسگزاریم و کمال امتنان را داریم. امید است علاوه بر جامعه دانشگاهی، سایر علاقه‌مندان بالاخص «اصناف و بازاریان» نیز از آن بهره‌مند شوند.

دکتر زین العابدین رحمانی

امید هادی

دی‌ماه ۱۳۹۸

فصل اول

نقش و جایگاه قوانین در کسب و کار

هدف کلی

نقش و جایگاه قوانین در کسب و کار

هدف‌های یادگیری

پس از مطالعه مطالب این فصل، از شما انتظار می‌رود بتوانید:

۱. کسب و کار را تعریف کنید.
۲. ویژگی‌های کسب و کار کدامند؟
۳. انواع کسب و کار را بیان نمایید.
۴. مهارت‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار را بیان نمایید.
۵. آشنایی با طرح کسب و کار و لزوم تهیه آن را شرح دهید.

مقدمه

تلاش برای شکوفاسازی استعدادهای رشد و کمال که خداوند در نهاد بشر گذاشته است، رسالت همه کسانی است که فکر نو و روحی کمال طلب دارند.

قانون کسب و کار، قانونی است که برخی از جنبه‌های کسب و کار را تعریف و یا محدود کرده و همیشه به حل درست یا نادرست برخی از مسائل در این حوزه‌ها می‌انجامد. قوانین کسب و کار برای اثبات ساختار کسب و کار و یا برای کنترل یا تحت

تأثیر قرارداد رفتار کسب و کار در نظر گرفته می‌شود. قوانین کسب و کار عملیات‌ها، تعاریف و محدودیت‌هایی را که در یک سازمان اعمال می‌شود را توضیح می‌دهد. قوانین کسب و کار می‌تواند در مورد افراد، فرایندها، رفتارسازمانی و سیستم‌های محاسباتی در سازمان اعمال شود و برای کمک به سازمان در دستیابی به اهداف خود در جای خود مورد استفاده قرار گیرد. در حالی که یک قانون کسب و کار ممکن است رسمی یا حتی نانوشته باشد نوشتن قواعد روشن و اطمینان از اینکه این قوانین با سایر قوانین در تضاد نیست خود یک فعالیت ارزشمند محسوب می‌شود. قوانین کسب و کار جزئیات اقدامات را به یک سازمان معرفی می‌کند در حالی که استراتژی از چگونگی تمرکز کسب و کار در سطح کلان برای بهینه‌سازی نتایج صحبت می‌کند. قوانین کسب و کار در مورد نحوه تبدیل یک استراتژی به عمل رهنمودهای دقیق ارائه می‌کنند. قوانین کسب و کار برای یک سازمان در مورد آگاهی‌های سازمانی صحبت می‌کند. یک سازمان ممکن است به صورت فعالانه برای شرح شیوه‌های کسب و کار خود، اقدام به تولید یک پایگاه اطلاعاتی از قوانین کسب و کار نماید. عدم آشنایی با قوانین احتمال شکست در کسب و کار را بالا می‌برد و آشنایی با قوانین کسب و کار موجب اطلاع کارفرمایان و کارکنان و کسبه از حقوق و تکالیف قانونی خود گردیده و امکان برخورداری از مزایای قانونی و سایر تسهیلات قانونی برای آنها فراهم می‌گردد.

۱-۱ تعریف کسب و کار^۱

نویسندگان مختلف، تعاریف متفاوتی از کسب و کار دارند. در واژه‌نامه «آکسفورد»، کسب و کار به معنی خرید و فروش و تجارت آمده است. در واژه‌نامه «لینگ 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.

۱. امینی حاجی باشی، آناهیتا و دیگر همکاران؛ مهارت‌ها و قوانین کسب و کار، صص ۱۴-۱۲

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

«پترسن و پلومن» بر این باورند که هر تبادلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد، کسب و کار نیست بلکه کسب و کار، هر نوع تبادل تکراری و تجدید شونده خرید و فروش است.

پروفسور «اون»، کسب و کار را یک نوع کاسبی می‌داند که طی آن، کالاها یا خدمات برای فروش در بازار تولید و توزیع می‌شوند.

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

با توجه به تعاریف یاد شده، ویژگی‌های کسب و کار، عبارت است از:

۱. فروش یا انتقال کالاها و خدمات برای کسب ارزش

۲. معامله کالاها و خدمات

۳. تکرار معاملات

انگیزه سود (مهم‌ترین و قدرتمندترین محرک اداره امور کسب و کار)

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.

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: همان‌طور که انسان تنها

با هدف خوردن زندگی نمی‌کند، تنها هدف کسب و کار هم، کسب سود نیست. بنابراین،

کسب و کار هم دارای اهداف اقتصادی و هم اهداف اجتماعی و فرهنگی است.

۱-۲ انواع کسب و کار

کسب و کارها را بر حسب اندازه به ۳ گروه تقسیم‌بندی می‌کنند:

۱. کسب و کارهای کوچک

۲. کسب و کارهای متوسط

۳. کسب و کارهای بزرگ

کسب و کارهای کوچک، مشاغلی است با تعداد کمی کارمند و حجم فروش پایین که به بخش خصوصی تعلق دارد. معمولاً کسب و کارهای کوچک متعلق به شرکت‌های خصوصی، مشارکتی، یا فرد محور هستند. تعریف قانونی از واژه «کوچک» از لحاظ تاریخی بنا به کشور و صنعت متفاوت است، اما در کل در ایالات متحده تا ۱۰۰ کارمند و در اتحادیه اروپا تا ۵۰ کارمند را شامل می‌شود. با وجود این در فستیوال کار اکتبر ۲۰۰۹ در استرالیا، یک کسب و کار کوچک با کمتر از ۱۵ کارمند توصیف شده است. در مقایسه، کسب و کارهای متوسط در ایالات متحده زیر ۵۰۰ کارمند، در اتحادیه اروپا ۲۵۰، و در استرالیا کمتر از ۲۰۰ کارمند دارد.

بر اساس تعریف وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت جهاد کشاورزی، بنگاه‌های کوچک و متوسط، واحدهای صنعتی و خدماتی (شهری و روستایی) هستند که کمتر از ۵۰ نفر کارگر دارند. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز بر حسب مورد، تعاریف وزارت صنعت، معدن و تجارت و مرکز آمار ایران را در مورد این صنایع به کار می‌برد.

مرکز آمار ایران، کسب و کارها را به چهار گروه طبقه بندی کرده است؛ هر چند این طبقه‌بندی به ظاهر شباهتی با تعاریف اتحادیه اروپا دارد ولی مرکز آمار ایران فقط کسب و کارهای کمتر از ۱۰ نفر نیروی کار را بنگاه‌های کوچک و متوسط محسوب می‌کند و سایر کسب و کارها را «کارخانجات صنعتی بزرگ» قلمداد می‌کند:

۱. کسب و کارهای دارای ۹-۱ کارگر

۲. کسب و کارهای ۴۹-۱۰ کارگر

۳. کسب و کارهای ۹۹-۵۰ کارگر

۴. کسب و کارهای بیش از ۱۰۰ کارگر

بانک مرکزی ایران نیز کسب و کارهای زیر ۱۰۰۰ نفر نیروی کار را به‌عنوان بنگاه‌های کوچک و متوسط تلقی می‌کند. در ایران تعداد افراد شاغل در کسب و کارهای کوچک کمتر از ۵۰ نفر هستند. در کسب و کارهای متوسط تعداد افراد شاغل بین ۵۰ تا ۵۰۰ نفر می‌باشند و کسب و کارهای بیش از ۵۰۰ نفر، کسب و کارهای بزرگ محسوب می‌شوند: مغازه‌های شخصی، کسب و کارهای خانگی، اینترنتی و خانوادگی جزو کسب و کارهای کوچک هستند. فروشگاه‌های زنجیره‌ای جزو کسب و کارهای متوسط و بانک‌ها و شرکت ایران خودرو و سایپا، کسب و کارهای بزرگ محسوب می‌شوند.

بنا به تعریف اتحادیه اروپا، شرکت‌ها بر اساس تعداد کارکنان به شرح زیر دسته‌بندی می‌شوند^۱:

۱. شرکت‌های تا ۹ نفر (شرکت‌های خرد)^۲؛
۲. شرکت‌های ۱۰ تا ۹۹ نفر (شرکت‌های کوچک)^۳؛
۳. شرکت‌های زیر ۵۰۰ نفر (شرکت‌های کوچک و متوسط)^۴ که به آنها SMEs گفته می‌شود؛
۴. شرکت‌های بیش از ۵۰۰ نفر (شرکت‌های بزرگ)^۵.

۱-۲-۱ ویژگی‌های کسب و کارهای کوچک

از زمانی که شوماخر شعار «کوچک زیباست» را مطرح کرد و مزیت‌های شرکت‌های کوچک از جمله انعطاف پذیری و چابکی و توانایی آنها برای روبه‌رو شدن با تغییرات محیطی را یادآور شد؛ شاهد دگرگونی در فضای کسب و کار جهانی و کوچک شدن بسیاری شرکت‌های بزرگ دنیا بوده‌ایم. بسیاری از شرکت‌های عظیم، با تجزیه بخش‌هایی از خود به شرکت‌های مستقل، سبب افزایش تخصص و درآمد این بخش‌ها و در عین حال بهبود دانش مدیریتی آنها به دلیل حضور مستقل در بازارها شده‌اند. همین امر سبب کاهش بار مالی سازمان‌ها و افزایش چابکی آنها شده است. برای بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ مقرون به صرفه نیست که همه فعالیت‌ها و خدمات مورد نیاز را خود انجام دهند، از این‌رو ناچار هستند بسیاری از فعالیت‌های خود را برون‌سپاری کنند. در نتیجه شرکت‌های کوچکی ایجاد می‌شوند تا این خدمات را به شرکت‌های بزرگ ارائه دهند.

ویژگی‌های خاص کسب و کارهای کوچک سبب شده است که کشورهای مختلف جهت توسعه این کسب و کارها حمایت‌ها و سیاست‌های متعددی را در نظر گیرند. می‌توان به ویژگی‌های زیر در این خصوص اشاره نمود:

۱. احمدی، سید علی‌اکبر؛ درویش، حسن؛ مبانی کارآفرینی، ص ۹۳

2. Micro Business

3. Small Business

4. Small and Medium Enterprises(SMEs)

5. Large Business

۱. نیاز به سرمایه اندک برای راه اندازی
۲. 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 بزرگشان واکنش نشان دهند.
۳. کسب درآمد بیشتر در مقابل سرمایه گذاری انجام شده که به معنای بازگشت سرمایه مناسب است.

۴. راحت بودن راه اندازی این گونه کسب و کارها نسبت به کسب و کارهای بزرگتر و پیچیده تر.

۵. برآوردن بهتر و سریع تر نیازهای مشتریان؛ به علت منعطف بودن و سرعت بالا در پاسخ گویی بهتر می توانند به مشتریان خود خدمات دهند و آنها را راضی تر نگه دارند. مهم ترین دلایل راه اندازی کسب و کارهای کوچک را می توان به صورت زیر برشمرد:

۱. به دست آوردن استقلال شغلی

۲. تحقق ایده ها

۳. دریافت های مالی

۴. نارضایتی از وضع موجود

۵. افزایش درآمد و امنیت شغلی

بی شک بهترین راه برای رهایی کشورها از اقتصاد دولتی و بیمار و افزایش درآمد ملی، توسعه کسب و کارهای کوچک است.

آمار نشان می دهد که ۲۴ درصد شرکت های کوچک در همان دو سال اول فعالیت خود منحل می شوند، ۵۰/۴ درصد آنها در چهار سال نخست و ۶۰/۵ درصد آنها در شش سال اول فعالیت خود ورشکستگی را تجربه می کنند.

بنابراین گام نخست برای کمک به توسعه کسب و کارهای کوچک، تزریق دانش مدیریت و کمک به اداره شرکت های کوچک توسط مدیران و بنیان گذاران آنهاست. گسترش مهارت های مدیریت بنگاه های کوچک اساسی ترین عامل موفقیت بنگاه ها و به تبع آن افزایش تحرک اقتصادی است.

برای راه اندازی و توسعه کسب و کار در دنیای امروز با توجه به رقابت های بسیار شدید و کمبود منابع، داشتن مهارت ها و دانش لازم را می طلبد چرا که دیگر

نمی‌توان امید داشت که با داشتن یک تخصص بتوان مسیر پیشرفت را بدون دغدغه طی نمود. مثال این افراد مانند کسانی است که یک معدن طلا در اختیار دارند و با سعی و تلاش شروع به کندن می‌کنند ولی به طلا نمی‌رسند با وجودی که مطمئن هستند که در این معدن، طلا وجود دارد ولی معدن را واگذار می‌کنند و نفر بعد با زدن سه چهار پتک به طلا می‌رسد این سه چهار پتک همان مهارت‌های کسب و کار است که بیشتر متخصصین ندارند و فکر می‌کنند که نیازی به آن نیست. این همان شم تجاری است که عده‌ای به آن هوش تجاری می‌گویند. این همان مهارت‌های کسب و کار است که می‌توان به صورت خلاصه آنها را به شرح زیر برشمرد:

۱. مهارت‌های فنی
۲. مهارت‌های ارتباطی
۳. مهارت طراحی طرح کسب و کار
۴. آگاهی از قوانین و مقررات کسب و کار

در این کتاب به مهارت‌های ارتباطی و آشنایی با قوانین و مقررات کسب و کار به تفصیل پرداخته خواهد شد. در ادامه به‌طور مختصر به سایر مهارت‌های مورد نیاز کسب و کار اشاره می‌شود:

مهارت‌های مدیریتی: یکی از مسائلی که افراد همیشه حین شروع کسب و کار با آن برخورد می‌کنند، انجام دادن همه کارها به دست خود است. به همین خاطر آنها همواره احساس می‌کنند که «جنگجویی تنها هستند»، بر همین اساس کاری که باید انجام دهند، این است که چگونگی تفویض اختیار و سپردن کارها و در یک کلام مهارت‌های مدیریتی را بیاموزند. برای اداره هر کسب و کاری علاوه بر دانش بازار نیازمند مهارت‌های مدیریتی زیادی نیز هستیم.

مهارت رهبری: رهبری یکی از مهم‌ترین مهارت‌های مدیریت است. رهبری شامل سازماندهی کارآمد از منابع در جهت نیل به اهداف بنگاه و سازمان است. رهبری شامل مدیریت منابع انسانی همراه با تشخیص توانمندی‌ها و نقاط ضعف هر عضو تیم است، بدین معنا که به رهبری، هدایت افراد به سوی نیل به هدف مشترک تلقی می‌شود. رهبری همچنین تخصیص صحیح کار به منابع و برنامه‌ریزی و به کارگیری راهکارهای تعیین شده و مساعدت به اعضای تیم برای به اتمام رساندن موفق

راهکارهاست. کسانی هستند که معتقدند؛ اگر می‌خواهی کاری درست انجام شود بهتر است خودت آن را انجام دهی. افرادی که چنین نگرشی دارند به ندرت رهبران یا مدیران خوبی می‌شوند زیرا در محول کردن مسئولیت به دیگران مشکل دارند. همه ما چنین افرادی را دیده‌ایم، آنها فقط کارهای کوچکی را که هر کسی از عهده انجامش بر می‌آید به دیگران محول می‌کنند و همه کارهای مهم را برای خودشان نگه می‌دارند. لذا آنها شب‌ها و تعطیلات آخر هفته را نیز کار می‌کنند و یک چمدان کار هم با خود به خانه می‌برند. اضافه‌کاری هیچ ایرادی ندارد. اغلب افراد هر از گاهی باید وقت بیشتری را به یک کار اختصاص دهند، اما کسانی که از این الگو به عنوان روشی برای زندگی پیروی می‌کنند، مدیران خوبی نیستند. آنها به زیردستان خود آنچنان بی‌اعتقادند که در هیچ کار مهمی به آنها اعتماد نمی‌کنند. حرفی که آنها در واقع می‌زنند این است که نمی‌دانند زیردستان خود را چگونه تربیت کنند.

تعریف رهبری کار دشواری است. رهبر کسی است که دیگران از او انتظار هدایت دارند، کسی که نظرش محترم شمرده می‌شود چرا که معمولاً درست است. هر چه قوه تشخیص شما پرورش می‌یابد و تصمیمات دقیق‌تر و صحیح‌تر می‌گیرید، خصیصه مدیریت در شما نهادینه تر می‌شود. در واقع به قدرت تصمیم‌گیری خود ایمان می‌آورید. این منجر به افزایش اعتماد به نفس می‌شود و با افزایش اعتماد به نفس، میل و رغبت بیشتری به مسائل دشوار نشان می‌دهید.

به سختی می‌توان باور کرد که در مدیریت معاصر هنوز شاهد مدیران مستبد و خود رأی به شیوه قدیم هستیم. این واقعاً باعث تعجب است. شاید علت آن تا حدودی این واقعیت باشد که بسیاری از مدیران، آموزش نمی‌بینند. آنها باید شخصاً راه خود را پیدا کنند و لذا به همان شیوه‌ای که درست می‌پندارند عمل کنند. آنها می‌خواهند در قالب «رئیس» فکر کنند. به علاوه مدیران مستبد بر این باورند که اگر نرم‌تر رفتار کنند، کارمندان سوءاستفاده خواهند کرد. به‌طوری که انگار رویکرد ملایم‌تر نشانه ضعف است.

یک احتمال دیگر این است که مدیر سیاستمدار بودن، وقت بیشتری می‌گیرد. مدیران سیاستمدار علاوه بر آنچه را که باید انجام شود، دلیل انجام آن کار را نیز، توضیح می‌دهند. تیپ مستبد اصولاً این زحمت را به خود نمی‌دهد. نگرش چنین آدمی این است (انجام بده چون من اینطور می‌خواهم). مدیر سیاستمدار می‌داند که افراد هر چه درک بیشتری از کارها و علت انجام آنها داشته باشند، بهتر کار می‌کنند.